

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI PARIWISATA DI KABUPATEN KAIMANA,
PAPUA BARAT**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Program Studi Ilmu Komunikasi

Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD”



Disusun Oleh:

MEITHCHRIS CHARMENLINO TUHULERUW

NIM:

16530030

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”

YOGYAKARTA

2023

SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI DI KABUPATEN KAIMANA, PAPUA BARAT

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Program Studi Ilmu Komunikasi

Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD”



Disusun Oleh:

MEITHCHRIS CHARMENLINO TUHULERUW

NIM:

16530030

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”

YOGYAKARTA

2023



HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meithcris Charmentlino Tuhuleruw

NIM : 16530030

Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI PARIWISATA

DI KABUPATEN KAIMANA, PAPUA BARAT

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan laporan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya tulis sendiri dan benar keasliannya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya karya dan pendapat yang pernah ditulis atau diberitakan orang lain, kecuali yang secara tertulis disebutkan dalam daftar Pustaka, maka saya bersedia untuk menerima saksi berdasarkan aturan tata tertib akademik di Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD" Yogyakarta. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 19 Juni 2023



Meithcris Charmentlino Tuhuleruw

16530030

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan kebenarannya di depan tim penguji sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar akademik sarjana 1 (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta. Pengujian skripsi dilakukan pada:

Hari : Senin

Tanggal : 19 Juni 2023

Pukul : 10:00 WIB

Tempat : Ruanga Ujian Skripsi STPMD “APMD” Yogyakarta

TIM PENGUJI

Nama

Tanda Tangan

1. Tri Agus Susanto, S.Pd., M.Si.

Ketua Penguji/Pembimbing

2. Habib Muhsin, S.Sos., M.Si.

Penguji Samping I


3. Ade Chandra, S.Sos., M.Si.

Penguji Samping II

Mengetahui



Ketua Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi


Dr. Yuli Setyowati, M.Si.

NIY. 17023019

MOTTO

PARENTING BLESSING, THE BLESSING OF LIFE

“Restu Orang Tua, Berkah Hidup”

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan saya ucapkan atas rasa syukur dari Rahmat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karunianya sehingga peneliti bisa menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Pariwisata di Kabupaten Kaimana, Papua Barat”.

Selama masa penyusunan skripsi ini banyak sekali kesulitan yang peneliti hadapi namun, peneliti juga mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari banyak pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini peneliti secara tulus ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala keajaiban yang selalu Engkau selipkan dalam setiap keputusan.
2. Kepada mama tercinta, Ibu Selvia Tuhuleruw, yang selalu berhasil menghilangkan rasa “ingin menyerah” dengan kasih sayangnya yang sangat melimpah.
3. Ibu Dr. Yuli Setyowati, M.Si. selaku ketua Prodi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta.
4. Bapak Tri Agus Susanto, S.Pd., M.Si. selaku dosen utama pembimbing skripsi yang telah meberikan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan memberikan pengarahan selama proses penyusuna skripsi ini hingg terselesaikan.
5. Segenap dosen dan seluruh staf akademik yang selalu memberikan bantuan baik itu dalam bentuk fasilitas, ilmu serta pendidikan pada peneliti sehingga dapat menunjang dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Saudara Silvester Toni Tokan, terimakasih atas dukungannya selama ini, terimakasih atas semua hal baik yang selalu saudari berikan terhadap

peneliti, terimakasih atas motivasi, waktu, hiburan, dan semangat yang telah saudara berikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

7. Teman-teman seperjuangan dari Ilmu Komunikasi angkatan 2016 yang memberikan dukungan pada peneliti selama perkuliahan hingga skripsi ini terselesaikan.
8. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan, namun telah banyak memberikan bantuan kepada peneliti

Semoga Tuhan memberikan balasan atas segala kebaikan kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya, peneliti **menyadari** masih banyak kekurangan yang terdapat dalam tulisan skripsi ini, namun peneliti berharap skripsi ini dapat sedikit memberikan manfaat bagi semua pihak terkhususnya bagi peneliti.

Yogyakarta, 20 Juni 2023

Penulis

Meithcris Charmenlino Tuhuleruw

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI PARIWISATA DI KABUPATEN KAIMANA, PAPUA BARAT

Meithcris Charmentlino Tuhuleruw
NIM

Program Studi Ilmu Komunikasi
Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD”
Yogyakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi pariwisata di Kabupaten Kaimana, Papua Barat dan bagaimana proses pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di kawasan pariwisatanya. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah Deskriptif Kualitatif. Menurut Sugiyono (2016:9) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Pemilihan jenis penelitian Deskriptif Kualitatif diharapkan akan menghasilkan deskripsi yang akurat mengenai strategi promosi dan pemberdayaan pariwisata di kabupaten Kaimana, Papua Barat. Promosi melalui media sosial dan pengenalan wisata melalui anak-anak muda yang mengenyam studi lanjut di berbagai daerah di Indonesia merupakan metode yang digunakan di di sector pariwisata Kabupaten Kaimana. Pada bagian strategi pemberdayaan, pemerintah daerah masih menggunakan model yang sama dengan berbagai daerah lain yaitu seputar seminar dan workshop tentang tema tertentu. Kabupaten Kaimana menggunakan berbagai media sebagai landasan promosi wisata di mana model keterlibatan masyarakat belum sepenuhnya berjalan baik. Maka dari itu, akan lebih baik jika Pemerintah Kaimana lebih mendorong model promosi melalui media dengan efisien dan melibatkan anak muda. Dan jika memungkinkan, kerjasama dengan para pengusaha untuk mengencangkan promosi dan pembangunan aksesibilitas di bidang pariwisata adalah hal yang mesti dipertimbangkan.

Kata Kunci: Strategi, Promosi, Pariwisata.

ABSTRACT

TOURISM PROMOTION STRATEGY AT KAIMANA DISTRICT, WEST PAPUA

Meithcris Charmentlino Tuhuleruw
NIM

*Department of Communication Studies
Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD"
Yogyakarta*

This research aims to understand the tourism promotion strategies in Kaimana Regency, West Papua, and the process of community empowerment in its tourism area. The research method used by the researchers is Qualitative Descriptive. According to Sugiyono (2016:9), qualitative research is a method used to investigate natural object conditions, where the researcher acts as the key instrument. The selection of Qualitative Descriptive research is expected to provide accurate descriptions of the tourism promotion and empowerment strategies in Kaimana Regency, West Papua. Promotion through social media and introducing tourism through young people pursuing higher education in various regions of Indonesia are the methods employed in the tourism sector of Kaimana Regency. Regarding empowerment strategies, the local government still adopts a similar approach to other regions, focusing on seminars and workshops on specific themes. Kaimana Regency employs various media as the foundation for tourism promotion, but community involvement models have not fully taken effect. Therefore, it would be better if the Kaimana Government encourages more efficient media-based promotion models that involve young people. Additionally, collaborating with entrepreneurs to boost promotion and improve accessibility in the tourism sector should also be considered.

Keywords: *Strategy, Promotion, Tourism.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. KEBAHARUAN PENELITIAN	6
C. RUMUSAN MASALAH.....	8
D. TUJUAN PENELITIAN	8
E. MANFAAT PENELITIAN	8
1. Manfaat Teoritis:	8
2. Manfaat Praktis:	9
F. TINJAUAN TEORITIS	9
1. Konsep Dasar Komunikasi.....	9
2. Pengertian Pariwisata	14
3. Komunikasi Pariwisata.....	18
G. KERANGKA PIKIR	20
H. METODE PENELITIAN.....	21
1. Jenis Penelitian.....	21

2. Sumber Penelitian	22
3. Teknik Pengumpulan Data	23
4. Teknik Analisis Data	26
5. Teknik Validasi Data.....	26
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	29
A. SEJARAH KABUPATEN KAIMANA.....	29
B. KONDISI GEOGRAFIS	30
1. Geografis	30
2. Kependudukan.....	31
3. Struktur Pemerintahan.....	32
4. Tingkat Pendidikan.....	33
5. Kehidupan Sosial Budaya	34
6. Kesenian Masyarakat	41
7. Potensi Wisata.....	44
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. DESKRIPSI INFORMAN	51
B. SAJIAN DATA.....	53
C. ANALISIS	76
BAB IV PENUTUP	84
A. KESIMPULAN.....	84
B. SARAN	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	88
A. PANDUAN WAWANCARA.....	88
B. TRANSKIP WAWANCARA.....	90

C. DOKUMENTASI OBSERVASI DAN WAWANCARA.....	98
D. LAMPIRAN LOKASI PENELITIAN.....	106

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Industri pariwisata belakangan menjadi salah satu opsi paling sering dibicarakan oleh masyarakat Indonesia secara luas. Di samping itu, industri pariwisata sudah menyebar menjadi salah bagian penting dalam menunjang pendapatan ekonomi masyarakat. Memberikan perhatian serius pada strategi dan pengembangan promosi pariwisata menjadi penting dalam melihat ke arah mana semestinya perlu digerakan proses pembangunan pariwisata.

Konsep pembangunan dan pemberdayaan erat kaitannya di dalam proses pariwisata. Dalam sebuah industri pariwisata, pembangunan bekerja melalui berbagai kebijakan, baik bersifat vertikal maupun bersifat horizontal. Di dalam proses pembangunan, tentu ada kalanya kehadiran masyarakat diabaikan dalam proses pembangunan tersebut. Di posisi itulah usaha untuk melihat fungsi dari kehadiran masyarakat dalam pembangunan adalah hal penting yang mestinya lebih ditonjolkan.

Tentu memerlukan jembatan yang tepat dalam memfasilitasi keterlibatan masyarakat pada sebuah proses pembangunan. Masyarakat tidak hanya terlibat dalam urusan memenuhi persyaratan tertentu, melainkan lebih jauh dari itu, proses pembangunan perlu melihat bahwa keterlibatan masyarakat di sektor pembangunan menjadi posisi yang urgen untuk dilakukan. Hal ini berhubungan erat dengan proses komunikasi, dimana pihak pengembang pariwisata, baik pemerintah atau perusahaan terkait, perlu mendudukan posisi mereka dalam

menunjang pembangunan yang lebih terfokus dan melibatkan masyarakat guna mendapatkan tingkat SDM yang mampu mengelola sumber-sumber potensi wisata yang ada. Pariwisata merupakan suatu gejala sosial yang sangat kompleks, yang menyangkut manusia seutuhnya dan memiliki berbagai macam aspek yang penting, aspek tersebut diantaranya yaitu aspek sosiologis, aspek psikologis, aspek ekonomis, aspek ekologis dan aspek-aspek yang lainnya. Diantara sekian banyak aspek tersebut, aspek yang mendapat perhatian yang paling besar dan hampir merupakan satu-satunya aspek yang dianggap sangat penting adalah aspek ekonomisnya. (Oka, 2005)

Pembangunan di dalam sektor pariwisata akan berhasil dengan baik, apabila masyarakat luas dapat lebih berdampak atau ikut serta secara aktif. Agar masyarakat luas dapat lebih berdampak serta turut terlibat dalam pembangunan kepariwisataan, maka masyarakat perlu diberi pemahaman tentang apa yang dimaksud dengan pariwisata serta manfaat dan keuntungan-keuntungan apa yang akan diperoleh. Disamping itu, masyarakat juga harus mengetahui hal-hal yang dapat merugikan yang diakibatkan oleh adanya pariwisata tersebut.

Berkaca pada aspek ekonomis dari pembangunan pariwisata, maka keterlibatan masyarakat dalam proses mendukung pariwisata tidak serta-merta dilakukan dengan spontan. Kehadiran pemerintah dalam mendukung hal ini dilakukan melalui berbagai cara, mulai dari meminta masyarakat terlibat langsung di dalam proses promosi pariwisata, atau melakukan sosialisasi guna membangun kesadaran tentang potensi yang dimiliki daerah. Hal itu dapat dilalui guna memastikan keterlibatan masyarakat dalam proses pembangunan

yang mendorong sektor pariwisata menjadi komoditi aktif pada ruang masyarakat.

Wilayah sasaran pembangunan pariwisata tidak hanya terpusat di Jawa. Daerah-daerah Indonesia bagian timur pun telah menjadi perhatian serius dalam berbagai model pembangunan pariwisata. Jika di Nusa Tenggara Timur, perhatian pemerintah terpusat pada pembangunan pariwisata bertaraf internasional, maka tidak kala pula sebelum-sebelumnya, proses pengembangan dan pembangunan pariwisata berada di wilayah paling timur Indonesia, yaitu wisata Raja Ampat Papua Barat. Di kabupaten tersebut, proses pembangunan pariwisata dilakukan tidak hanya terpusat di Papua. Model promosi yang dilakukan pun tidak hanya terpusat pada usaha membangun masyarakat lokal, melainkan usaha lebih lanjut yaitu dalam membangun lintas kerjasama di luar Papua. Model pendekatan yang dilakukan selama ini biasanya melalui berbagai influencer dan media transportasi guna menunjang promosi pariwisata.

Hal penting dari proses promosi ini justru memberikan dampak signifikan tidak hanya bagi kehadiran pengunjung, melainkan juga pada bagaimana industri pariwisata pantai di Raja Ampat Papua ikut menghidupkan ekonomi masyarakat. Hal itu dibuktikan dengan berbagai *homestay* dan perahu penyeberangan untuk menunjang pariwisata, sepenuhnya merupakan milik masyarakat lokal. Di samping itu, dampak yang dihasilkan dari proses pembangunan pariwisata ini berdampak juga bagi berbagai potensi wisata yang ada di tanah Papua, salah satunya adalah Kabupaten Kaimana, Papua Barat.

Kabupaten Kaimana atau sering juga dijuluki sebagai kota senja, merupakan salah satu aset besar yang dimiliki Provinsi Papua Barat, yang berpotensi sebagai lokasi wisata. Hal itu dapat dilihat dengan berbagai potensi yang dimiliki kabupaten kaimana antara lain: Pertama, Kampung Namatota, kampung yang terletak diluar pulau utama Papua dan merupakan pulau dengan kondisi alam bawah laut yang megah. Kedua, Kolam Sisir. Objek wisata ini masuk enam besar kategori wisata unik se-Indonesia versi Anugerah Pesona Indonesia (API) 2021. Kolam sisir dibatasi tebing tinggi antara sisi kanan dan kirinya. Kondisi air yang tenang dan jernih dapat memanjakan mata pengunjungnya. Wisata ini berada di Kampung Masri, Distrik Kaimana, Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat. Dari kota, pengunjung hanya menempuh perjalanan sekitar 20-30 menit. Dan Ketiga, Teluk Triton dengan banyak gugusan pulau dan memiliki julukan *the fish empire* bagi para peneliti dan penyelam yang melakukan penelitian biota laut. Selain itu Triton menduduki puncak pertama dengan keragaman spesies ikan dan terumbu karang yang baru ditemukan sejak 2014 silam. Dilansir oleh pesona indonesia Triton memiliki 937 spesies ikan dan 16 spesies ikan baru, 492 jenis terumbu karang dan 6 diantaranya merupakan spesies terumbu karang baru berjenis *soft coral*.

Tiga Potensi besar pariwisata di Kabupaten Kaimana ini bisa menjadi tiga tempat yang dalam pandangan pemerintah, bisa didorong menjadi lokasi wisata bertaraf internasional sama seperti yang ada di Kabupaten Raja Ampat. Perhatian penting pemerintah dalam menunjang proses pembangunan

pariwisata seperti ini telah ditunjukkan melalui kehadiran Sandiaga Uno, menteri pariwisata ke tanah Kaimana, yang meninjau langsung lokasi wisata tersebut. Selain itu, janji pemerintah daerah pun telah dikukuhkan untuk mulai membangun pariwisata di Kabupaten Kaimana. Hal itu dibuktikan dengan program pemerintah yang mulai terpusat untuk menunjang proses pembangunan pariwisata terkhususnya dalam hal strategi promosi pariwisata di Kabupaten Kaimana.

Tiga Potensi besar pariwisata di Kabupaten Kaimana ini bisa menjadi tiga tempat yang dalam pandangan pemerintah, bisa didorong menjadi lokasi wisata bertaraf internasional sama seperti yang ada di Kabupaten Raja Ampat. Perhatian penting pemerintah dalam menunjang proses pembangunan pariwisata seperti ini telah ditunjukkan melalui kehadiran Sandiaga Uno, menteri pariwisata ke tanah Kaimana, yang meninjau langsung lokasi wisata tersebut. Selain itu, janji pemerintah daerah pun telah dikukuhkan untuk mulai membangun pariwisata di Kabupaten Kaimana. Hal itu dibuktikan dengan program pemerintah yang mulai terpusat untuk menunjang proses pembangunan pariwisata.

Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana strategi promosi pariwisata di Kabupaten Kaimana Papua Barat. Hal ini tentu menjadi salah satu bagian penting yang dirasa oleh penulis sebagai bentuk pengabdian, sekaligus melihat bagaimana model promosi yang selama ini digunakan. Berkaca pada konsep komunikasi pemberdayaan pada

Jurusan Ilmu Komunikasi STPMD “APMD” Yogyakarta, yang menjadi jembatan langsung bagi model pembangunan yang berfokus pada strategi pariwisata yang dicanangkan, maka tugas akhir ini menjadi penting untuk digarap, sekaligus diteliti untuk melihat kontribusi apa yang bisa diberikan guna menunjang proses pembangunan pariwisata di Kabupaten Kaimana Papua Barat.

B. KEBAHARUAN PENELITIAN

No.	Nama, Judul, Publikasi	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	<p>Eren Dea Ajeng Inggil Santosa Dkk, Pengembangan Objek Pariwisata sebagai upaya untuk meningkatkan ekonomi lokal (Studi kasus objek wisata banyu biru di kabupaten pasuruan)</p> <p>Publikasi: Jurnal Administrasi Publik (JAP) Vol. 3, No. 1.</p>	<p>Rekomendasi yang dapat diberikan terkait ketercapaian tujuan pengembangan objek wisata Banyu Biru adalah dengan sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah tentang pentingnya memelihara objek wisata, diperlukan kesadaran masyarakat dan pemerintah dalam tanggap darurat masalah-masalah yang menghambat pengembangan objek wisata, melakukan promosi khusus yang ditujukan untuk para investor, dan melakukan promosi untuk objek wisata Banyu Biru secara khusus.</p>	<p>Persamaan dari penelitian ini adalah untuk membahas bagaimana potensi lokal dalam hal ini pariwisata dapat dimaksimalkan untuk menunjang kebutuhan masyarakat, baik dari segi pendapatan maupun ketahanan ekonomi keberlanjutan.</p>	<p>Perbedaan dari penelitian ini adalah model pembahasan di dalam penelitian ini hanya berpusat pada hambatan dan tantangan model pengembangan pariwisata. Sedangkan pada penelitian yang akan digarap nantinya akan berpusat pada bagaimana model promosi pariwisata dapat dilakukan guna mendukung proses pemberdayaan masyarakat</p>

				dalam mengelola pariwisata.
2.	<p>Heylen Amildha Yanuarita</p> <p>Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan: Studi tentang Pengembangan Wisata Gua Selomangleng di Kota Kediri. (Deskriptif Kualitatif)</p> <p>Publikasi: (Jurnal Ilmu Administrasi) Vol 7 (2), Desember 2018</p>	<p>Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan wisata Gua Selomangleng Kota Kediri masih sangat minim, terkendala dengan persoalan kepemilikan lahan, namun demikian tetap ada usaha pengembangan wisata Gua Selomangleng yang sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan.</p>	<p>Persamaan dalam penelitian ini selain menggunakan metode deskriptif kualitatif, tujuan dari penelitian pun memiliki kesamaan yaitu untuk melihat bagaimana proses pembangunan berkelanjutan dari pariwisata yang ada.</p>	<p>Perbedaan dari penelitian ini adalah dalam hal melihat model pemberdayaan dan promosi pariwisata yang ada. Perbedaan ini yang membuat keterlibatan pemerintah dan masyarakat dalam proses pariwisata dapat seiring sejalan.</p>
3.	<p>Drs. I Gede Trunajaya,</p> <p>Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Kabupaten Badung, (Deskriptif Kualitatif)</p> <p>Publikasi: Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Tahun 2016</p>	<p>pengembangan pariwisata di Desa Petang belum sepenuhnya berbasis komunitas. Indikasinya adalah tingkat keberdayaan yang diukur dari tingkat partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata tergolong semu. Strategi yang perlu dilakukan untuk peningkatan keberdayaan masyarakat adalah strategi pembangunan kapasitas yang difokuskan pada tiga aspek, yaitu penguatan usaha ekonomi, penguatan kelembagaan, dan peningkatan kualitas SDM. Upaya tersebut perlu didukung komitmen pemerintah</p>	<p>Persamaan penelitian ini adalah bicara tentang strategi pemberdayaan lokasi wisata. Dalam hal ini peneliti ingin menunjukkan bagaimana pola pengembangan pariwisata yang ada di dalam penelitiannya.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini adalah pusat studi yang lebih condong ke proses pembangunan pariwisata namun tidak membicarakan bagaimana model pemberdayaan masyarakat di area pariwisata, dalam hal ini berhubungan langsung dengan pemerintah.</p>

		melalui kebijakan struktural yang berorientasi pada masyarakat lokal.		
--	--	---	--	--

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat ditarik rumusan masalah diantaranya sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi promosi pariwisata di Kabupaten Kaimana Papua Barat?
- b. Bagaimana proses pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di kawasan pariwisata Kabupaten Kaimana Papua Barat?

D. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui metode dan model promosi pariwisata di Kabupaten Kaimana Papua Barat
- b. Untuk mengetahui bagaimana model pemberdayaan masyarakat di kawasan pariwisata Kabupaten Kaimana Papua Barat

E. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:

- a) Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pengembangan studi tentang promosi dan pemberdayaan di kawasan pariwisata
- b) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan akademik bagi para peneliti selanjutnya dalam studi pemberdayaan masyarakat di kawasan pariwisata

2. Manfaat Praktis:

- a) Bagi pemerintah setempat, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam memberikan subangsih terkait dengan model promosi dan model pemberdayaan bagi masyarakat di daerah Kaimana Papua Barat.
- b) Bagi Masyarakat, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam hal pengelolaan pariwisata bertaraf internasional di Kabupaten Kaimana, Papua Barat.

F. TINJAUAN TEORITIS

1. Konsep Dasar Komunikasi

a) Definisi Komunikasi

Secara etimologi atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin communication, dan

perkataan ini bersumber pada kata communis. Perkataan communis tersebut dalam pembahasan kita ini sama sekali tidak ada kaitannya dengan partai komunis yang sering dijumpai dalam kegiatan politik. Arti communis di sini adalah sama, dalam arti kata sama makna, yaitu sama makna mengenai suatu hal. Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, di mana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Secara paradigmatis, komunikasi mengandung tujuan tertentu; ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka, atau melalui media, baik media massa seperti surat kabar, radio, televisi, atau film maupun media non massa, misalnya surat, telepon, papan pengumuman, poster, spanduk dan sebagainya. Jadi, komunikasi dalam pengertian paradigmatic bersifat intensional, mengandung tujuan; karena itu harus dilakukan dengan perencanaan. Sejauh mana kadar perencanaan itu, bergantung kepada pesan yang akan dikomunikasikan dan pada komunikan yang dijadikan sasaran. (Effendy, 2008)

Secara spesifik, Komunikasi adalah proses perpindahan suatu pengertian dalam bentuk gagasan atau berupa informasi yang berasal dari seseorang kepada orang lain,

yang digunakan lebih dari sekedar kata-kata atau percakapan, tetapi juga halnya dalam ekspresi wajah, intonasi titik putus lokal dan lainnya (Ngalimun, 2017). Perpindahan suatu pesan yang efektif memerlukan tidak hanya perantara sebuah pesan akan tetapi bahwa seseorang dapat mengirim sebuah berita (membaca, menulis, mendengar, berbicara, dan lain-lain). dan menerimanya kembali sangat tergantung pada keterampilan-keterampilan tertentu seperti membaca, berbicara, menulis, mendengar, dan lain-lain.

b) Proses Komunikasi

Proses dalam komunikasi adalah merupakan proses pengiriman dan penyampaian pesan berita atau sebuah informasi kepada suatu pihak kepada pihak lain dalam proses ini saling mendapatkan pengertian satu sama lain. Dalam aktivitas proses penyampain komunikasi pada sebuah institusi senantiasa untuk mendapatkan suatu pesan dengan tujuan tercapainya tujuan yang baik antara kelompok orang maupun dalam masyarakat. Budaya yang dapat dilihat dari proses komunikasi dalam sebuah organisasi adalah melihat sisi dimana komunikasi antara atasan dengan bawahan maupun sebaliknya dapat terjalin

dengan baik sehingga dapat menemukan polanya masing-masing.

Menurut Harold Lasswell komunikasi adalah satu arah yang berguna untuk menjawab suatu pertanyaan, *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* (Siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa dan berefek apa). Sehingga dengan definisi tersebut dapat diturunkan menjadi lima unsur komunikasi yang akan saling bergantung satu dengan lainnya yaitu *source* (komunikator), *message* (pesan), *channel* (media), *receiver* (komunikan) dan *effect* (efek) (Mulyana, 2014:67-71). Teori ini bertujuan untuk mempengaruhi khalayak sarannya dalam melancarkan proses komunikasi dari pesan yang disampaikan, sehingga diharapkan memiliki beberapa efek tertentu yang kontribusinya dalam komunikasi massa (Ruslan, 2016:101).

- *Who* (siapa/sumber) Media Pesan Pengiriman Penerimaan Komunikator Komunikan Gangguan Umpan Balik *Respons Who* dapat diartikan sebagai sumber atau komunikator yaitu, pelaku utama atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, organisasi ,maupun suatu negara sebagai

komunikator. Pihak tersebut bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu Negara sebagai komunikator.

- *Says what* (pesan) *Says* menjelaskan apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikan (penerima), dari komunikator (sumber) atau isi informasi. Apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikan), dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Merupakan seperangkat *simbol* verbal/nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber tadi. Ada tiga komponen pesan yaitu makna, simbol dan bentuk organisasi pesan.
- *In which channel* (saluran/media) Saluran/media adalah suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik).
- *To whom* (siapa/penerima) Seseorang yang menerima siapa bisa berupa suatu kelompok, individu, organisasi atau suatu Negara yang menerima pesan dari sumber. Hal tersebut dapat disebut tujuan (*destination*), pendengar (*listener*), khalayak (*audience*), komunikan, penafsir, penyandi balik (*decoder*).

- *With what effect* (dampak/efek) Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan. Paradigma komunikasi Lasswell mengisyaratkan: Komunikasi harus memiliki efek, yakni terjadinya perubahan perilaku *audience*, adalah :
 - Terjadinya perubahan pada tingkat pengetahuan (kognitif)
 - Terjadinya perubahan pada tingkat emosi/perasaan (afektif)
 - Terjadinya perubahan pada tingkat tingkah laku (psikomotor)

2. Pengertian Pariwisata

Pengertian pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Pariwisata adalah serangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau keluarga atau kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan. Kunjungan yang

dimaksud bersifat sementara dan pada waktunya akan kembali ke tempat tinggal semula. Hal tersebut memiliki dua elemen yang penting, yaitu: perjalanan itu sendiri dan tinggal sementara di tempat tujuan dengan berbagai aktivitas wisatanya. Uraian tersebut di atas memiliki pengertian bahwa tidak semua orang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat (tempat asal) ke tempat lain termasuk kegiatan wisata.

- a) Menurut Bungin (2017), kajian komunikasi pariwisata akan berubah-ubah seiring perkembangan kompleks kajian pariwisata, diantaranya:
- b) Komunikasi Pemasaran Pariwisata Pada bidang komunikasi pemasaran mengkaji dan menjelaskan tentang 4P, 7P, communication mix, marketing mix, serta keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran pariwisata.
- c) Brand Destinasi Brand destinasi memiliki konteks yang mengkaji proses komunikasi melalui media dan pesan pemasaran secara umum khususnya mengenai pemasaran pariwisata.
- d) Manajemen Komunikasi Pariwisata Pada manajemen komunikasi pariwisata membahas penerapan manajemen, destinasi, aksesibilitas, dan SDM kelembagaan pariwisata.
- e) Komunikasi Transportasi Pariwisata Informasi seputar aksesibilitas pariwisata sangat diperlukan oleh masyarakat.

- f) **Komunikasi Visual Pariwisata** Komunikasi visual pariwisata merupakan visual pariwisata yang bergerak di lingkup industri pariwisata yang memiliki konsep kreatif yang menghasilkan oleh-oleh yang dapat menjadi brand touch point
- g) **Komunikasi Kelompok Pariwisata** Komunikasi kelompok pariwisata merupakan bisnis yang mementingkan keterampilan berkomunikasi secara berkelompok.
- h) **Komunikasi Online Pariwisata** Di era modern ini teknik pemasaran mengalami perkembangan yang pesat. Media online merupakan dampak dari perkembangan teknologi yang dimanfaatkan untuk pemasaran pariwisata karena memiliki berbagai kemampuan, yaitu menyimpan informasi, mengolah informasi, menyebarkan komunikasi dan kemampuan mengkonstruksi citra informasi, yang dikaji dalam ilmu komunikasi.
- i) **Public Relations dan MICE** Dalam bidang ini peran Public Relations diperlukan dalam komunikasi pariwisata untuk mengatur, merencanakan, merumuskan program MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition), finding explore, sponsorship, pemasaran MICE, akomodasi MICE, sampai pelaksanaan MICE, evaluasi dan perencanaan event di MICE.

j) Riset Komunikasi Pariwisata Merupakan akhir dari pengembangan riset kajian komunikasi pariwisata yang mengambil objek riset

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kamil (2017), berjudul “City Branding Sebagai Strategi Komunikasi Pariwisata Kabupaten Buton Tengah” menjelaskan tentang pentingnya branding terhadap suatu daerah agar mampu bersaing serta banyak menjaring investor dan wisatawan. Potensi yang dimiliki suatu daerah harus dikemas dengan brand identity dan brand image agar memiliki ciri khas yang dapat membedakan antara daerah satu dengan daerah yang lain. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Buton Tengah menilai City branding menjadi strategi yang tepat untuk untuk mengembangkan potensi daerah tersebut. Untuk membentuk branding, terdapat beberapa strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Buton Tengah diantaranya sebagai berikut; Pengenalan kepada khalayak, penyusunan sebuah pesan, penetapan metode yang digunakan, dan pemilihan penggunaan media.

Penelitian yang dilakukan oleh Pramuningrum & Salmiyah (2017), menunjukkan kesuksesan Kota Bandung dalam strategi branding daerah. Humas Kota Bandung merupakan cerminan yang aktif memberikan informasi baik melalui offline maupun

online. Untuk mencapai target Humas Kota Bandung menerapkan strategi seperti publikasi, Community Involvement, dan Special Event. Hal tersebut mendukung kesuksesan city branding yang dilakukan oleh Humas Pemkot Bandung karena informasinya disampaikan secara masif dan terus-menerus sebagai wujud smart governance.

3. Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata sering mengacu pada bagaimana sebuah produk dipasarkan, baik dalam hal ini hasil produksi maupun bentang alam tertentu yang dijadikan sebagai lokasi wisata. Komunikasi pariwisata memiliki tujuan untuk memikat pelanggan sekaligus memastikan agar orang dapat mengetahui lokasi yang sedang di promosi. Selain itu orang akan datang berkunjung dengan tarif-tarif tertentu sesuai dengan apa yang telah dibuat.

Peran komunikasi di dalam industri pariwisata menjadi penting karena hal ini menyangkut bagaimana proses pemasaran barang atau jasa dapat didayagunakan demi kesejahteraan bersama. Posisi komunikasi sangat serius dipikirkan apabila sebuah produk ingin dipasarkan. Dalam hal ini, upaya untuk menjadi lini sentral dalam proses promosi pariwisata, baik melalui media daring maupun promosi secara langsung.

Adapun berbagai model komunikasi pariwisata yang sering ditunjukkan adalah melalui model branding. Dalam sektor pariwisata, brand diperlukan sebagai salah satu alat promosi agar dapat menembus pasar. Brand yang dimunculkan utamanya yaitu destination branding yang muncul atas adanya potensi yang dibanggakan oleh suatu tempat atau tujuan wisata, Pembentukan branding melibatkan proses aktivitas yang kompleks, butuh pertimbangan matang, dan tidak sederhana (Makhasi, 2017).

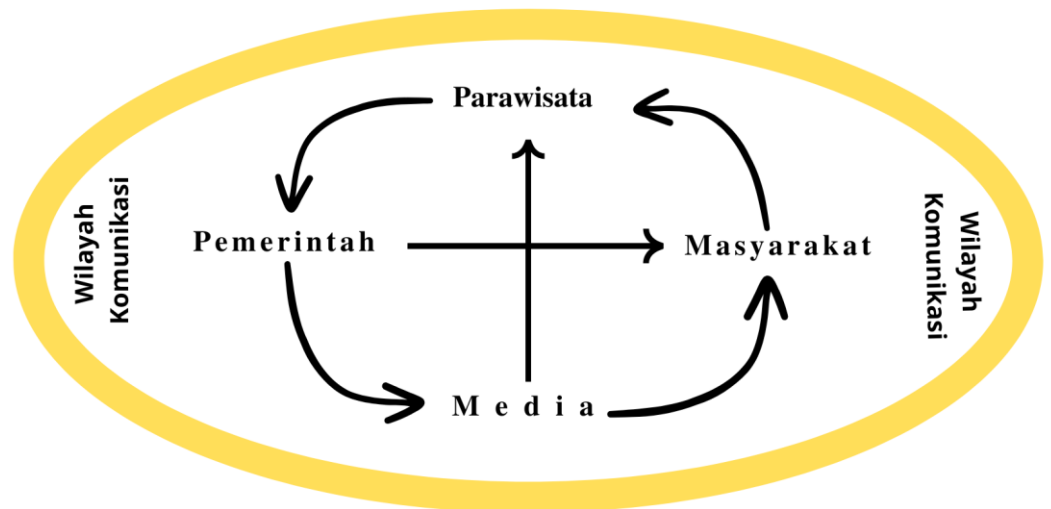
Branding merupakan komponen terpenting dalam pemasaran produk termasuk destinasi wisata (Makhasi, 2017). Branding juga merupakan strategi pemasaran terkini yang banyak digunakan oleh pemilik usaha untuk memasarkan produk maupun jasa yang akan dijual. Branding sangat berpengaruh terhadap meningkatnya intensitas kunjungan wisatawan ke suatu tempat tujuan wisata. Branding juga menjadi sebuah identitas sekaligus citra dalam pemasaran pariwisata. National Tourism Organization/NTO menyatakan proposisi untuk memahami brand destinasi pariwisata yaitu brand adalah suatu titik temu dari kekuatan pasar yaitu stakeholders dan tourists.

Branding terdiri dari beberapa elemen didalamnya, yaitu logo, font, warna, ikon, citra merek, kepribadian merek, suara merek, dan paduan merek. Logo merupakan sebuah simbol atau identitas dari merek sebuah perusahaan. Font merupakan cerminan dari konsep

atau value merek. Warna merupakan salah satu elemen yang memainkan emosi untuk mudah diingat dan memiliki arti psikologi sendiri-sendiri. Ikon merupakan corong komunikasi menyerupai logo. Citra merek merupakan hal-hal yang berkaitan dengan penerapan elemen-elemen dalam branding. Kepribadian merek merupakan pembeda dari merek lain. Suara merek merupakan ekspresi personal dari brand yang ada, misalnya caption dan copywriting. Kemudian yang terakhir yaitu panduan merek. Panduan merek merupakan elemen yang menyatukan semua elemen branding yang menjelaskan setiap spesifikasi merek secara menyeluruh.

Tourism stakeholder berfungsi sebagai brand creator, sedangkan tourist berfungsi sebagai penentu brand value dari produk atau jasa yang ditawarkan. Keduanya memberikan makna pada sebuah brand (brand value) melalui suatu proses branding yang dibentuk dan dipengaruhi oleh people 23 (company, consumers, and commentators), media (konvensional maupun digital, persepsi, dan budaya) (Formica, 2008).

G. KERANGKA PIKIR



Gambar. 1.1 Kerangka Pikir

Dari gambar kerangka pikir di atas dapat dijelaskan bahwa potensi alam yang diolah menjadi pariwisata merupakan inisiatif yang berusaha digerakan oleh pemerintah. Hal ini tidak terlepas dari bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah dengan masyarakat melalui strategi promosi yang bersifat universal dan strategi pemberdayaan yang bersifat pengabdian dan upaya mendayaguna potensi yang ada demi kesejahteraan bersama. Hal ini dapat dilihat dengan arah anak panah yang ada pada kerangka pikir sebagai gambaran dari komunikasi yang bersifat koordinatif antara satu pihak dan pihak lainnya.

H. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Deskriptif Kualitatif

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah Deskriptif Kualitatif. Menurut Sugiyono (2016:9) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Pemilihan jenis penelitian Deskriptif Kualitatif diharapkan akan menghasilkan deskripsi yang akurat mengenai Strategi promosi dan pemberdayaan pariwisata di kabupaten Kaimana Papua Barat.

Pada penelitian ini, peneliti memilih pariwisata di kabupaten Kaimana Papua Barat sebagai lokasi penelitian. Lokasi penelitian ini ditentukan berdasarkan analisis yang mendalam bahwa adanya kebutuhan pengembangan dari segi strategi promosi dan pemberdayaan masyarakat adat di Kaimana dalam mengelola wisata. Hal ini juga sekaligus menjadi salah satu kontribusi peneliti yang berasal dari daerah Kaimana dalam bidang pembangunan dan pengembangan pariwisata di kabupaten Kaimana Papua Barat.

2. Sumber Penelitian

a) Data Primer

Menurut Sugiyono (2016: 225) Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan. Dalam proses wawancara ini yang menjadi informannya adalah para pelaku wisata baik pemerintah maupun masyarakat di kabupaten kaimana papua. Data primer pada penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai fakta atau informasi yang diperoleh secara langsung dari para pelaku wisata, terutama mereka yang bekerja ekstra dalam mengembangkan pariwisata di kabupaten Kaimana. Data primer yang diperlukan peneliti berkaitan dengan, aktivitas (subjek penelitian, informan, pelaku), dan tempat yang menjadi subjek penelitiannya.

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui perantara. Data sekunder pada penelitian ini berupa dokumentasi foto, arsip, catatan lapangan, dan literatur yang berkaitan dengan fokus penelitian. Data sekunder dapat disebut juga sebagai data pendukung untuk melengkapi beberapa data primer yang tidak diperoleh peneliti ketika sedang melakukan proses penelitian di lapangan.

3. Teknik Pengumpulan Data

a) Observasi Terstruktur

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang langsung dilakukan melalui pengamatan di lapangan. Nasution (dalam Sugiyono,2013:309), mengatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu mengenai fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Tentunya metode Observasi terbagi menjadi beberapa jenis dan tipe yang sesuai dengan konsep penelitian. Salah satunya jenis Observasi Terstruktur. Observasi Terstruktur adalah sebuah proses analisa serta menjabarkan dan penggolongan variabel wawancara sesuai posisi struktur yang dibangun sebelumnya; yang mana seorang peneliti sudah memiliki varian pendekatan dan memahami jalur pada konsep dan gambaran penelitian secara umum. Rencananya peneliti akan melakukan observasi pada bulan Juni 2022 sampai bulan Oktober 2022.

b) Wawancara

Pencatatan sumber data melalui wawancara adalah kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya dalam situasi dan waktu yang berkelanjutan untuk memperoleh suatu informasi yang diperlukan. Wawancara yang dilakukan dengan informan-informan yang bisa membawa peneliti kepada data yang dicari. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan

jawaban atas pertanyaan itu (Lexy J. Moleong, 2017:186). Data dan informasi penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan para informan yaitu pelaku wisata baik pemerintah maupun masyarakat di Kabupaten Kaimana. Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara sebagai panduan dalam mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu Strategi Promosi pariwisata di Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat. Instrumental pertanyaan yang disusun peneliti merupakan jenis pertanyaan terbuka, yang mana peneliti ingin mengeksplorasi strategi promosi dan metode pemerintah Kabupaten Kaimana dalam memberdayakan masyarakat adat yang tinggal di dalam lingkup kawasan wisata.

c) **Dokumentasi**

Guba dan Lincoln (dalam Lexy J. Moleong, 2017:216), dokumen adalah setiap bahan tertulis maupun film, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik. Dokumen biasanya dibagi atas dokumen pribadi dan dokumen resmi. dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman, dan kepercayaannya. Maksud mengumpulkan dokumen pribadi adalah untuk memperoleh kejadian nyata sesuai situasi sosial dan berbagai faktor disekitar subjek penelitian. Sementara dokumen resmi terbagi atas dokumen internal dan dokumen eksternal. Dokumen internal berupa memo, pengumuman, instruksi, aturan suatu lembaga masyarakat

tertentu yang digunakan dalam kalangan sendiri. Dokumen eksternal berisi bahan-bahan informasi yang dihasilkan oleh suatu lembaga sosial, misalnya majalah, buletin, pernyataan, dan berita yang disiarkan kepada media massa. Dokumen eksternal dapat dimanfaatkan untuk menelaah konteks sosial, kepemimpinan, dan lain-lain (dalam Lexy J. Moleong, 2017:217&219)

d) Teknik *Sampling*

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2013:300). Teknik sampling dalam penelitian ini adalah purposive. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampling sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2013:301).

4. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah kualitatif. Analisa data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan pada tanggal 3 Juni 2022 selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan pertama, analisis data sebelum memasuki lapangan. Analisis ini dilakukan

terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun demikian fokus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti selama berada di lapangan. kedua, analisis data selama di lapangan. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2013:334), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, data *display*, dan data *conclusion drawing/ verification*.

5. Teknik Validasi Data

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (dalam Sugiyono, 2013:361). Agar dapat mengetahui validnya data, maka digunakan teknik triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai

pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda (dalam Sugiyono, 2013:369-371).

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Gambaran umum lokasi penelitian merupakan sebuah aspek penting dalam menggambarkan tata letak dan kondisi suatu lokasi penelitian. Selain itu gambaran umum lokasi penelitian meliputi aspek sosial, ekonomi, politik bahkan budaya yang tumbuh dalam ruang lingkup wilayah tersebut. Gambaran umum lokasi penelitian merupakan aspek yang spesial dalam proses penelitian, karena hal tersebut mencangkup sumber informasi berupa posisi demografis suatu wilayah atau daerah tertentu yang menjadi objek penelitian. Demografis itu sendiri meliputi jumlah penduduk, persebaran penduduk, territorial, komposisi, bahkan faktor-faktor perubahan yang terjadi di dalam lingkup wilayah itu sendiri. Begitu pula dengan upaya penulisan skripsi ini, yang mengambil wisata Kaimana Papua Barat sebagai objek dan lokasi penelitian.

A. SEJARAH KABUPATEN KAIMANA

Berawal dari sebuah distrik yang terletak dibagian timur kabupaten Fakfak, Kaimana resmi menjadi sebuah kabupaten yang secara resmi dan dimekarkan pada tahun 2002 berdasarkan UU No. 26 tahun 2002 pada tanggal 12 november 2022 bersamaan dengan pelantikan bupati serta wakil bupati pertama yakni Hasan Achmad Aituarauw dan Drs. Matias Mairuma (karateker) pada tanggal 11 april 2003. Pada tahun 1996-2000 terdapat lebih dari 10 proposal pemekaran yang sudah disepakati pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten dan hasil musyawarah pada tingkat kepala desa. Sebagai salah satu distrik yang masih tergabung secara administratif kabupaten Fakfak provinsi Papua Barat, distrik Kaimana adalah salah satu

agenda pemekaran yang telah dipersiapkan 5 tahun silam dan memenuhi aspek yang ditentukan; Pemekaran Daerah dilakukan melalui tahapan Daerah Persiapan provinsi atau Daerah Persiapan kabupaten/kota, setelah memenuhi persyaratan dasar (baik kewilayahan dan kapasitas daerah) dan persyaratan administratif. Mekarnya kabupaten Kaimana tentunya memiliki historis lokal yang menjadi pendorong utama, salah satunya keterlibatan delapan suku asli Kaimana yakni Mairasi, Kuri, Irarutu, Oburau, Madewana, Koiwae, Napiti dan Miere. Setiap suku memiliki konsep pembangunan yang secara logisnya (suku asli pribumi Kaimana) bahwa pentingnya konsep membangun diri sendiri atau individu, konsep membangun klan/marga, konsep membangun suku beserta wilayah yang mereka diami. Selain memiliki konsep kesukuan, Kaimana juga memiliki dua kerajaan yakni Adijaya (raja Adijaya) dan Namatota (raja Namatota) dengan sistem pembangunan dan biografi yang berbeda. Beberapa suku dari luar Kaimana seperti Serui, Biak, Sarmi, Merauke, Nabire yang tergolong suku asli Papua serta suku dari luar Papua seperti Buton, Bugis, Flores Timur, Maumere, Ambon, Kei, Banda, Tanimbar, Sumatra turut mendorong distrik Kaimana menjadi Kabupaten yang mampu berdiri mandiri.

B. KONDISI GEOGRAFIS

1. Geografis

Kabupaten Kaimana terletak di bagian leher pada peta pulau Papua dan luas wilayah mencapai 36.000 km² yang terdiri dari luas lautan/perairan yakni ± 17.500 km² dan luas daratan yang mencapai 18.500 km².

Kabupaten Kaimana memiliki kondisi geografis yang cenderung berawa dan berbukit bahkan pada beberapa distrik terletak pada ketinggian 100 - 2.800 m dpl seperti distrik Arguni. Kaimana secara geografis memiliki struktur wilayah yang terdiri dari wilayah datar yakni 0 – 50 m dpl, wilayah bergelombang 0 - 150 m dpl, wilayah bergelombang hingga berbukit kecil 20 – 800 m dpl, wilayah berbukit hingga bergunung 100 – 2.800 m dpl. Kabupaten Kaimana berbatasan dengan teritorial Kabupaten lain seperti Kabupaten Bintuni yang terletak dibagian utara, Kabupaten Fakfak di bagian barat, dan beberapa Kabupaten seperti Mimika, Nabire, dan Dogiyai yang terletak dibagian selatan dan timur.

2. Kependudukan

Kabupaten kaimana memiliki tingkat pertumbuhan penduduk yang tergolong cepat dengan tingkat imigrasi dari beberapa wilayah seperti imigran dari Kepulauan Sulawesi, NTT, Maluku, Jawa dan Sumatera. Hal ini didukung dengan perbandingan data statistik yang dikeluarkan BPS Kabupaten Kaimana antara tahun 2018 - 2019 dan 2020 - 2021. Pada periode tahun 2018 - 2019, jumlah penduduk yang mencapai 58.404 jiwa dan mengalami tingkat pertumbuhan penduduk sebesar 3,10% pada periode tahun 2020 - 2021 dengan jumlah penduduk mencapai 64.762 jiwa. Terhitung dari periode 2020 - 2021, populasi laki-laki berjumlah 33.543 jiwa dan perempuan berjumlah 31.219 jiwa yang pada menyebar pada bentangan lahan seluas 18.500,00 Km². Diantaranya

berada di ibu kota kabupaten dengan presentasi 69,07% penduduk dan Kaimana kota, sekitar 44.676 jiwa.

3. Struktur Pemerintahan

Struktur pemerintahan daerah Kabupaten Kaimana tentunya merupakan bagian penting dari sebuah otoritas sistem penyelenggaraan pemerintah nasional seperti bupati, walikota dan perangkat daerah seperti DPRD. perangkat penyelenggaraan pemerintahan daerah merupakan subsistem dari sistem penyelenggaraan pemerintah nasional yang menggunakan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Struktur pemerintahan daerah kabupaten Kaimana dipimpin oleh Bupati - Wakil bupati dan organisasi perangkat daerah yang meliputi Sekretariat Daerah, Sekretariat Dewan, Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Badan Kepegawaian Pendidikan dan Pelatihan Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik, Pelaksana Badan Penanggulangan Bencana Daerah, Badan Pendapatan Daerah, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan, Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian, Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi, Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman, Dinas Kesehatan, Dinas Pertanian, Dinas Lingkungan Hidup, Dinas Perhubungan, Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa, Dinas, Kependudukan dan Pencatatan Sipil, Dinas Sosial, Dinas Kelautan dan Perikanan, Dinas Pekerjaan Umum dan

Penataan Ruang, Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan, Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga, Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Dalam Negeri, Dinas Penanaman Modal dan, Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Dinas Pengendalian Penduduk, Keluarga Berencana, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Distrik & Kelurahan, Distrik Kaimana Kota, Distrik Kambrau, Distrik Teluk Arguni Bawah, Distrik Teluk Arguni Atas, Distrik Buruway, Distrik Yamor, Distrik Teluk Etna, Kelurahan Kaimana, Kelurahan Krooy, dan Pemerintahan Desa.

4. Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu aspek penting yang mendorong kemajuan sebuah daerah, salah satu hal yang mendasari kemajuan sebuah daerah yaitu ketersediaan akses pendidikan yang baik terhadap sumber daya manusia yang akan mengelola aset daerah tersebut. Kabupaten Kaimana memiliki total 120 sekolah sebagai penyedia akses pendidikan. Akses pendidikan tersebut terbagi atas 3 taman kanak-kanak atau Pendidikan Anak Usia Dini yang hanya terletak pada distrik Kaimana kota, 87 Sekolah Dasar, 19 Sekolah Menengah Pertama dan 11 Sekolah Menengah Atas yang tersebar pada 7 distrik Kabupaten Kaimana.

Akses pendidikan tentunya tidak terlepas dari tenaga pengajar yang turut mengambil andil dalam mendidik sumber daya manusia.

Kabupaten Kaimana memiliki total 1.196 tenaga pengajar yang terdiri dari 810 tenaga pengajar perempuan dan 386 tenaga pengajar laki-laki. Selain itu hampir 50% sumber daya manusia yang naik ke tingkat lanjutan setelah Sekolah Menengah Atas tersebar di seluruh Indonesia dan beberapa negara (bidik misi/program pemerintah terhadap generasi asli kaimana) seperti Jerman, Australia, Singapura, Cina dan Belanda.

5. Kehidupan Sosial Budaya

a) Sistem Bahasa

Kaimana secara umum menggunakan Bahasa Indonesia berdialek campuran antara Polinesia dan Melanesia sebagai bahasa keseharian dalam segala aktivitas. sebagai contoh bahasa keseharian masyarakat seperti “sa” merujuk pada kata saya/aku dalam KBBI yang merujuk pada pembicara atau penulis. Begitupun dengan penyusunan kalimat pertanyaan pada aktivitas masyarakat seperti “ko mo pi mana?” yang memiliki artian dalam bahasa Indonesia yaitu kamu hendak/mau pergi kemana?, dari contoh kata dan kalimat sebelumnya merujuk pada penggunaan Bahasa Indonesia yang bercampur dengan dialek Polinesia dan Melanesia. Selain itu ada beberapa bahasa lokal yang membedakan antara suku pribumi dengan suku pendatang dari Papua seperti Serui, Biak atau Fak-Fak, suku pribumi dengan suku pendatang dari luar Papua seperti Ambon, Sulawesi, NTT, Jawa dan lain-lain. Bahasa pribumi merujuk pada delapan suku yang mendiami

Kaimana, dalam artian ke delapan suku ini memiliki bahasa yang berbeda. Sebagai contoh bahasa lokal Kaimana adalah Bahasa Koiwai. Bahasa Koiwai dituturkan di Kampung Anda Air, Distrik Kaimana, Kabupaten Kaimana, Provinsi Papua Barat. Pada zaman dulu, bahasa Koiwai disebut sebagai bahasa Yauru, sementara itu orang gunung menyebut bahasa Koiwai dengan nama bahasa Yaufeta karena digunakan oleh orang pantai, sedangkan orang pantai menyebut bahasanya dengan nama bahasa Mias. Menurut pengakuan penduduk asli Kaimana dari delapan suku, sebagai skema peta bahasa Koiwai di Kampung Anda Air berbatasan dengan bahasa Kokonaow di sebelah timur, dengan penutur bahasa Irarutu dan Kamberau di sebelah barat, dengan bahasa Mairasi di sebelah utara, dan dengan bahasa Koiwai di sebelah selatan. Berdasarkan hasil penghitungan dialektometri, isolek Koiwai merupakan sebuah bahasa dengan persentase 81%—100% jika dibandingkan dengan bahasa di sekitarnya. Misalnya, dengan bahasa Irarutu sebesar 97,5%, bahasa Kamberau sebesar 99,5%, dan bahasa Mairasi sebesar 99%.

b) Sistem Pengetahuan

Sistem pengetahuan suatu daerah menunjukkan tingkat kecerdasan sumber daya manusia pada daerah tersebut. Sistem pengetahuan di kabupaten Kaimana dapat digolongkan menjadi dua sistem pengetahuan yaitu sistem pengetahuan dari terciptanya akses

pendidikan seperti sekolah dan pengetahuan dalam kearifan lokal atau budaya. Sistem pengetahuan dari kearifan lokal adalah sistem pengetahuan yang merupakan akumulasi dari pengalaman hidup masyarakat sekitar. Salah satu contoh dari pengetahuan yang diwarisi budaya kaimana adalah Tomang. Tomang adalah sebuah tas atau kantong yang terbuat dari daun pohon lontar. Proses pembuatannya menggunakan alat dan metode sederhana untuk menciptakan ketahanan tas yang baik dan kuat. Daun pohon lontar dipilih dengan standarisasi warna seperti hijau tua. Daun lontar yang sudah dipilih kemudian dijemur setengah hari (apabila cuaca terik) atau dua hari sampai tekstur daun lontar bisa digunakan untuk metode rajutan tradisional dan membentuk Tomang atau tas. Ukuran Tomang dibuat beragam sesuai dengan kegunaan dan aktivitas ruang lingkungannya. Tomang berukuran kecil biasanya digunakan untuk mengisi tembakau, uang atau benda berharga, jimat dan lain-lain. Sedangkan Tomang yang berukuran sedang atau besar seringkali digunakan untuk aktivitas berkebun atau memancing ikan dilaut. Tomang merupakan salah satu warisan dari sistem pengetahuan yang diturunkan budaya pesisir sehari-hari penduduk lokal Kaimana yang menetap di daerah pesisir. Tomang” atau rajutan dari daun pohon lontar yang dijemur lalu diolah menjadi sebuah tas gantung yang berguna untuk mengisi ubi-ubian, ikan atau rempah-rempah hasil panen.

c) Sistem Mata Pencaharian

Mata pencaharian masyarakat kabupaten Kaimana dapat digolongkan berdasarkan lokasi atau wilayah tempat tinggal. Seperti halnya masyarakat Kabupaten Kaimana yang tinggal jauh dari distrik Kaimana kota atau perkotaan memiliki mata pencaharian yang melingkupi sektor pertanian dan perikanan. Sektor pertanian dan perikanan cenderung jauh dari wilayah kota dan ke dua sektor ini didominasi penduduk asli pribumi dan 20% pendatang yang tinggal diluar dari distrik Kaimana kota seperti distrik Buruwai yang menjadi penghasil coklat dan kopra. Begitu pun dengan Distrik lainnya yang memiliki keunggulan dalam segi teritorial sumber daya alamnya masing-masing. Dapat dikatakan Distrik Kaimana kota merupakan pusat perdagangan dari beberapa distrik yang unggul dalam sektor pertanian dan perikanan. Sedangkan penduduk perkotaan di Kabupaten Kaimana atau yang mendiami distrik Kaimana kota menekuni unit usaha, sebagian lainnya menekuni lapangan pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil, pedagang kaki lima, rumah makan , buruh bangunan dan pelabuhan serta sektor informal lainnya.

d) Sistem Religi

Pemeluk agama pada kabupaten Kaimana cukup beragam yaitu Agama Kristen Katolik, Agama Kristen Protestan, Agama Islam, Agama Hindu dan Agama Budha. Total penduduk yang berjumlah

64.762 jiwa dengan data yang dirilis Kementerian Dalam Negeri tahun 2021, presentasi Agama Kristen Protestan mencapai 48,0%, Agama Kristen Katolik 9,08%, Agama Islam 42,04%, Agama Hindu 0.06% dan Agama Budha serta Konghucu 0,02%. Mayoritas suku asli Kaimana beragama Kekristenan yakni Kristen Protestan dan katolik yang tersebar di semua distrik yang ada di Kaimana, begitu pula penduduk asli Papua dan pendatang dari Maluku, Jawa, Nusa Tenggara Timur, Bugis, Makassar, Toraja, orang Minahasa dan Batak. Penyebaran Agama Kristen Protestan melalui guru-guru Injil atau Peningjil pada periode penjajahan Belanda di Indonesia. Mayoritas Peningjil yang bertugas di Kaimana adalah guru-guru binaan Belanda dan merupakan pendatang dari luar Papua yaitu Ambon dan Kepulauan Kei. Sedangkan penyebaran Agama Islam melalui lintas kerajaan, jalur perdagangan antara suku dan perkawinan penduduk asli dengan pendatang dari kepulauan Sulawesi seperti Buton dan Bugis dan Kepulauan Maluku-Maluku Tenggara seperti Ternate, Tidore dan Seram. Sedangkan keempat agama lainnya memiliki periode singkat dan tergolong baru bila dilihat dari historis sejarah dan peta penyebaran agama di Kabupaten Kaimana.

e) Organisasi Sosial

Kabupaten Kaimana turut berkembang dengan adanya organisasi sosial masyarakat, seperti LSM atau Lembaga Swadaya

Masyarakat dan Lembaga Adat. LSM yang terdaftar dan masih bergerak hingga kini yaitu:

- ROMS 18 PAMSIMAS Kabupaten Kaimana
Program Penyediaan Air Minum dan Sanitasi Berbasis Masyarakat (PAMSIMAS) dikembangkan oleh Pemerintah Pusat guna mendukung pencapaian keberlanjutan pengembangan sektor air minum dan Sanitasi. Adapun tujuan dan agenda Pamsimas diantaranya: Meningkatkan akses aman air minum dan sanitasi layak yang berkelanjutan. ROMS 18 Pamsimas Kabupaten Kaimana berdiri sejak 2015 dan membantu pemerintah daerah Kabupaten Kaimana dalam aspek penyediaan air bersih untuk masyarakat Kabupaten Kaimana. Alamat: Jl. Kasuarina, Kroy, Kec. Kaimana, Kabupaten Kaimana, Papua Barat, Kode pos: 98654.
- ECONUSA
Yayasan Ekosistem Nusantara Berkelanjutan (EcoNusa Foundation) didirikan sebagai organisasi nirlaba pada 21 Juli 2017 dan berbasis di Jakarta. Tujuan utama ECONUSA adalah untuk mempromosikan pengelolaan yang berkelanjutan dan adil dari sumber daya alam yang kaya di wilayah

timur Indonesia. Pelaksanaan sangatlah beragam, salah satunya melakukan upaya mendorong pengembangan dan peningkatan kapasitas kelompok masyarakat madani, sambil mengembangkan strategi-strategi yang relevan dan fasilitasi upaya advokasi, kampanye, komunikasi, dan pelibatan pemangku kepentingan pada suatu wilayah terkhususnya Kabupaten Kaimana yang memiliki ekosistem hutan dan laut yang harus dijaga. Alamat: Jl. Kasuarina, Mai Mai, Kec. Kaimana, Kabupaten Kaimana, Papua Bar. 98654.

- Conservation International cabang Kaimana Provinsi Papua Barat

CI atau Conservation International bergerak di sektor ekosistem laut dan pengembangan sumber manusia pada wilayah yang berdampingan dengan laut atau pesisir. Konsistensi dari visi CI di Kaimana berupa memberdayakan masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan secara bertanggung jawab dan berkelanjutan, serta menjaga keanekaragaman hayati global untuk kesejahteraan masyarakat Kabupaten Kaimana dan seluruh umat manusia. Alamat : Jl.

Lingkar Simora, Kroy, Kec. Kaimana, Kabupaten Kaimana, Papua Barat.

Selain lembaga swadaya masyarakat, kehadiran lembaga adat yang menjadi perwakilan delapan suku dan menjadi simbol kekuatan, kerukunan, solidaritas bagi kebudayaan kaimana itu sendiri. Selain itu lembaga adat berperan menjadi jembatan atau mediator dalam segala aspek yang akan dilakukan di Kabupaten Kaimana baik itu berupa program dari pemerintah, perusahaan, LSM, atau pula dapat berupa sebuah konflik sosial atau konflik tanah yang melibatkan penduduk pribumi.

6. Kesenian Masyarakat

Kesenian merupakan sebuah identitas sekaligus menjadi bagian hidup dari masyarakat Nusantara terkhususnya masyarakat yang tinggal di kabupaten kaimana. Adapun aspek kesenian yang tumbuh di lingkungan masyarakat kabupaten Kaimana digolongkan menjadi dua ruang yang eksis dan didukung pemerintah, yang pertama adalah ruang kesenian tradisional. Berbicara mengenai ruang kesenian tradisional masyarakat Kaimana tentunya tidak akan terlepas dari ruang adat istiadat seperti pengangkatan raja, kepala suku atau kepala kampung adat, ritual panen raya, prosesi penyambutan tamu yang penting, pelepasan anak rantau, makan bersama, bahkan pembukaan lahan baru sebagai pemukiman atau sebagai lahan produksi masyarakat atau suatu

perusahaan tertentu. Dalam segi kesenian tradisional yang begitu kompleks dan begitu dekat dengan rutinitas masyarakat lokal Kaimana, penulis mengambil contoh kasus ritual “*Pelepasan Sasi Nggama*” yang memiliki poin potensi dalam memajukan dan menjaga wisata di Kabupaten.

Sasi Nggama merupakan sebuah tradisi menjaga lautan yang sering digunakan beberapa suku asli pribumi yang mendiami wilayah tersebut. Sasi Nggama sering dilaksanakan pada beberapa wilayah kampung adat seperti Namatota, Lobo dan beberapa kampung yang tersebar di pesisir wilayah kabupaten Kaimana. Tradisi ini sudah diwariskan turun-temurun dan masih dilakukan hingga saat ini. Tujuan dari ritual tradisi ini yaitu masyarakat kampung adat diajak untuk lebih berdisiplin dalam memanfaatkan sumber daya laut yang ada secara bijak. Tradisi ini memberlakukan sistem ‘buka-tutup’ mengenai kapan masyarakat boleh mengambil hasil laut, dan kapan hal itu dilarang. Dalam prosesi pelaksanaannya, masyarakat kampung adat hadir dengan rasa syukur terhadap alam (lautan) yang menyediakan segalanya. Dalam proses ritual ini, terdapat beberapa komponen kesenian lokal yang digunakan seperti tari-tarian, syair lagu yang diiringi alat musik tradisional seperti cangkang kerang yang ditiup dan tifa atau alat musik yang

menyerupai gendang dan terbuat dari kulit biawak dengan kayu berukiran simbol-simbol tertentu. Selain itu terdapat beberapa atribut khas lokal yang dipakai sebagai simbol (simbol orang pesisir) yang menjadi kerajinan tangan seperti tas Tomang yang terbuat dari daun pohon lontar, gelang atau kalung yang terbuat dari cangkang kerang, bahkan motif lukisan pada badan penari. Tradisi ritual sasi Nggama pada tujuh tahun sebelumnya masih bersifat eksklusif atau khusus, namun dengan adanya kajian secara mendalam yang melibatkan Lembaga Adat, LSM, Pemerintah Kabupaten Kaimana bersama masyarakat kampung adat, menyepakati bahwa tradisi ritual sasi Nggama harus di ekspos dan di kampanyekan demi menjaga laut serta menjadi kekayaan budaya yang dapat dijadikan objek wisata. Kesepakatan ini diterima baik dan telah diapresiasi dari semua elemen masyarakat yang hidup di Kabupaten Kaimana.

Berikutnya merupakan ruang kesenian kontemporer dalam pengertian yang paling mendasar, seni rupa kontemporer adalah karya seni yang berbentuk lukisan, patung, fotografi, instalasi, pertunjukan, dan video yang diproduksi pada masa sekarang atau hari ini. Sebagai contoh yang diambil penulis dari ruang seni kontemporer yang berkaitan dengan dunia pariwisata adalah beberapa karya musik Hip-Hop dari

pelaku seni Hip-Hop yang tumbuh besar di Kabupaten Kaimana. Berhubung seni musik Hip-Hop tumbuh dan menghasilkan regenerasi berkelanjutan di wilayah Papua, hal ini menjadi sebuah mediator dalam semua ruang sosial, salah satunya adalah karya musik berjudul “Kaimana Kota Wisata” dari O.W.A.K yang dipublikasikan pada platform Youtube setahun yang lalu. Karya musik yang dikerjakan serius pada segi audio-visual ini merupakan salah satu ruang kesenian kontemporer yang berkembang di Papua terkhususnya Kaimana.

7. Potensi Wisata

Berada di pesisir pantai, Kabupaten Kaimana memiliki beberapa wilayah yang dijadikan objek wisata. Pemerintah Kabupaten Kaimana membagi potensi wisata di Kabupaten Kaimana menjadi 5 KSP atau Kawasan Strategis Pariwisata dalam rancangan besar program explore wisata kaimana tahun 2019-2021. Dalam rancangan KSP ini pemerintah menetapkan fokus awal pada 2 KSP yang dinilai memiliki daya tarik lebih dari segi alam dan keindahan. Berikut ini merupakan Kawasan Strategis Pariwisata yang ditetapkan pemerintah Kaimana pada tahap awal.

1. KSP I Triton Island

wisata teluk Triton yang menjadi aset Pemerintah kabupaten Kaimana secara administrasi. Triton terletak di bagian tenggara kabupaten Kaimana provinsi Papua Barat Secara spesifik, Triton berada di sebelah kampung Lobo dan merupakan teritorial yang memiliki historis sejarah yang dekat dengan adat istiadat masyarakat kampung Lobo. Daerah ini terkenal dengan wisata bawah laut yang indah dan memiliki potensi dalam wisata snorkeling, memancing dan rekreasi. Selain dikenal sebagai objek wisata bahari atau wisata maritim, teluk Triton juga dikenal sebagai wisata konservasi atau cagar alam. Triton sebagai lokasi wisata konservasi kini dikenal dunia dengan julukan “*the fish empire*” sehingga menarik banyak penyelaman dan para ahli biologi laut untuk datang dan meneliti lokasi wisata teluk Triton. Selain itu Triton menduduki puncak pertama dengan keragaman spesies ikan dan terumbu karang yang baru ditemukan sejak 2014 silam. Dilansir oleh pesona indonesia Triton memiliki 937 spesies ikan dan 16 spesies ikan baru, 492 jenis terumbu karang dan 6 diantaranya merupakan spesies

terumbu karang baru berjenis *soft coral*. Akses ke Teluk Triton hanya bisa dilalui transportasi laut seperti speed boat atau perahu.

2. KSP I Kolam Sisir

Kolam sisir terletak di desa Marsi Kecamatan Kaimana Kota dan memiliki akses darat dan laut. Kolam Sisir merupakan perairan laut yang masuk ke daratan sepanjang 200 hingga 300 meter. Meskipun begitu, karakter perairan kolam ini sangat berbeda dengan perairan laut. Air di area perairan kolam alami sangat tenang. Tidak ada gelombang maupun ombak sama sekali. Posisi muara yang diapit 2 tebing membuat kondisi air sangat tenang dan memiliki pemandangan yang masih asri. Kolam sisir menjadi tempat rekreasi keluarga selain itu memiliki spot snorkeling dan spot mancing. Memiliki kondisi air yang jernih dan kondisi terumbu karang yang baik membuat kolam sisir menjadi wisata yang sering dikunjungi penduduk setempat. Kolam sisir dikelola penduduk desa Marsi dan dijadikan aset desa dalam meningkatkan komoditi desa tersebut. Lokasi Kolam sisir dapat ditempuh dengan kendaraan roda 2 atau roda 4, sekitar 15 menit dari kota Kaimana.

3. KSP II Air Terjun Karawawi

Air Terjun Karawawi adalah air terjun setinggi kurang lebih 135 – 145 meter di Kecamatan Buruway, Kabupaten Kaimana. Aliran airnya berasal dari hutan di perbukitan Pegunungan Kumawa di Utara. Air terjun ini tidak bisa diakses melalui jalur darat. Karena lokasinya yang lumayan terpencil. Dikepung oleh pegunungan dan hutan rimba yang lebat serta lautan di arah selatannya. Kaimana – Karawawi membutuhkan waktu tempuh sekitar 2,5 jam dengan speedboat. Selain memiliki keindahan air terjun yang jernih, lokasi ini memiliki spot foto yang terbilang sangat indah karena selain dihimpit oleh pepohonan yang masih rindang, tepat di bagian selatan air terjun ini langsung berhadapan dengan pantai yang tidak kalah menarik. Air terjun Karawawi sendiri merupakan aset pemerintah Kabupaten Kaimana dan lokasinya tepat sebagai batas wilayah antara Kabupaten Fakfak dan Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat.

4. KSP II Pulau Venu

Pulau Venu adalah sebuah pulau yang terletak di ujung Barat Kabupaten Kaimana, Provinsi Papua Barat. Pulau ini juga termasuk salah satu destinasi wisata di Kabupaten Kaimana. Pulau ini masih dipagari lebatnya pepohonan Kasuari. Pulau Venu merupakan kampung halaman penyu, disebut demikian karena Pulau ini adalah tempat singgah dan bertelurnya ratusan hingga ribuan ekor penyu. Menurut Conservation International, Pulau Venu merupakan kawasan terbaik untuk bertelurnya Penyu di Asia Tenggara. Venu dalam bahasa Suku Koiway bermakna pulau telur. Penamaan ini sesuai dengan hadirnya ratusan penyu yang bertelur di sepanjang pasir putihnya. Pulau Venu termasuk salah satu daerah pengembangan kawasan konservasi laut di Provinsi Papua Barat. Pulau ini termasuk salah satu kawasan Suaka Margasatwa Laut (SML). SML Pulau Venu merupakan salah satu kawasan konservasi yang menjadi bagian dari kewenangan Balai Besar KSDA Papua Barat berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kehutanan dan Perkebunan. Berdasarkan administrasi pemerintahan SML Pulau Venu termasuk dalam wilayah pemekaran Kabupaten

Kaimana, Provinsi Papua Barat tepatnya berada di sekitar kampung Adi Jaya. Sebelah Utara kawasan ini berbatasan langsung dengan kampung AdiJaya, sebelah Timur, Selatan, dan Barat berbatasan dengan Laut Aru. Pulau Venu ditempuh dari Kaimana dengan jarak yang cukup jauh dengan waktu yang ditempuh sekitar 2-3 jam dengan menggunakan akses laut seperti Speed Boat atau perahu. Pulau ini terbangun dari tumpukan pasir putih berkerikil dengan panjang kurang lebih lebar 300 meter dan panjang 700 meter. Bentuk pulau ini seperti gelang, dimana bagian tengahnya terdapat kolam air asin yang mengalami pasang surut, mengikuti air laut. Di Pulau ini juga kita dapat melihat tiga jenis penyu yang bersarang di pulau ini yaitu, penyu hijau (*Chelonia mydas*), penyu sisik (*Eretmochelys imbricata*) dan penyu lekang (*Lepidochelys olivacea*). Topografi yang relatif datar dengan ketinggian 0 sampai 7 meter di atas permukaan laut, serta bagian tepi luar pantainya dikelilingi pasir merupakan lokasi yang ideal untuk penyu naik dan bertelur. Selain itu, Pulau Venu juga menjadi tempat bersarangnya burung elang. Berbagai hewan-hewan

penting lainnya seperti Teripang, Bia Garu (Kima),
Kerang Kepala Kambing, Kerang Lambis-lambis,
hingga Nautilus juga hidup di pulau ini.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Kesimpulan yang bisa ditarik dari penelitian ini adalah, strategi dan model promosi pariwisata di kabupaten Kaimana menggunakan berbagai media sebagai landasan promosi wisata di kabupaten Kaimana. Di samping itu, model keterlibatan masyarakat dalam strategi promosi yang berlangsung sejak 3 tahun terakhir ini masih belum sepenuhnya berjalan baik terkhususnya pada sektor publikasi wisata maupun publikasi produk-produk yang dapat menjadi ciri khas dan identitas pariwisata tersebut.

Aksesibilitas yang menjadi tumpuan kendala yang mengakar. Aksesibilitas yang kurang terfasilitasi (transportasi umum) berdampak pada kurangnya kehadiran pengunjung, atau spot wisata unggulan yang hanya bisa diakses dengan budget yang sangat besar. Kurangnya pengunjung membuat eksplorasi wisata terhambat, sehingga skema pengunjung menjadi media publikasi langsung tidak terpenuhi.

B. SARAN

Saran yang bisa diberikan dari penelitian ini adalah pertama, sebaiknya pemerintah Kaimana lebih mendorong model promosi melalui media dengan efisien dan melibatkan anak muda untuk mengerjakan hal tersebut. Kedua, jika memungkinkan, kerjasama dengan para pengusaha

untuk mengencangkan promosi dan pembangunan aksesibilitas di bidang pariwisata adalah hal yang mesti dipertimbangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, dini salmiyah fithrah. (2017). *marketing public relation-di antara penjualan dan pencitraan*. Yogyakarta: Deepublish.
- A.Yoeti, Oka. 2005. *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Ngalimun. (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru Pers
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*, cetakan ke-36, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Makhasi. Ghifari Yuristiadhi Masyhari dan Sari. Shintya Dewi Lupita 2017. *Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara*. Ettisal: Journal of Communication, 2.2 : 1-11.
- Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Perlinus. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- V.Oisina, S. I. (2016). *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Objektif dan Perspektif Subjektif* (1st ed.). Yogyakarta: Ekuilibria.

Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hlm.3-5

Rizkiwati Utami Sitti, 2017. *City Branding Sebagai Strategi Komunikasi Pariwisata Kabupaten Buton Tengah*, *Journal Of Communication Studies* Vol 2 No 1 Maret 2017

Ouwersloot, H., & Duncan, T. (2008). *Integrated Marketing Communications*. McGraw-Hill.

Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT. LkiS Pelangi Aksara.

Warmayana. I. Gede Agus Krisna. 2018. *Pemanfaatan Digital marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0,"* *Pariwisata Budaya: Jurnal Pariwisata Budaya dan Agama* 3.2: 81-92.

Daftar Akses Website:

BAB II.pdf (umm.ac.id)

Bab 2.pdf (umpo.ac.id)

Jurnal Universitas pasundan STRATEGI KOMUNIKASI DUTA WISATA
DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI
KABUPATEN CILACAP - repo unpas

[vol III No 2 .indd - Balai Arkeologi Papua](#)

<https://jurnalarkeologipapua.kemdikbud.go.id>

Lampiran

Panduan Wawancara

Kepala Dinas Pariwisata

1. Bagaimana bapak/ibu melihat potensi pariwisata di Kabupaten Kaimana Papua?
2. Sejauh ini, langkah konkrit apa yang telah dilakukan dalam mempromosikan pariwisata?
3. Bagaimana bapak/ibu melihat keterlibatan masyarakat dalam proses mendukung pariwisata di Kabupaten Kaimana?

Dinas Sosial

1. Dengan melihat potensi pariwisata yang begitu besar di kabupaten kaimana, adakah keterlibatan langsung dinas sosial kabupaten kaimana dalam mendukung proses bertumbuh dan berkembang pariwisata di kaimana?
2. Apa saja langkah-langkah konkrit dinas sosial dalam mendukung proses pariwisata di kabupaten kaimana?
3. Adakah nilai-nilai sosial bagi masyarakat adat yang dapat digerakan dan dikembangkan oleh dinas sosial di kabupaten kaimana?

Masyarakat Adat

1. Bagaimana bapak/ibu melihat perkembangan pariwisata di kabupaten kaimana papua?
2. Bagaimana keterlibatan masyarakat adat dalam perkembangan pariwisata di kabupaten kaimana?
3. apakah masyarakat adat menjadi prioritas dalam pembangunan pariwisata di kabupaten kaimana?

LSM Bergerak Di Bidang Pariwisata

1. Dari perspektif Lembaga Swadaya Masyarakat, bagaimana bapak/ibu melihat pariwisata di kabupaten kaimana?

2. Sejauh ini, bagaimana tanggapan bapak/ibu dalam melihat keterlibatan masyarakat dalam mendukung pariwisata?
3. LSM sendiri apakah dilibatkan secara langsung dalam pembangunan pariwisata di kaimana? dalam bidang apa saja dan dalam bentuk kegiatan apa saja? mohon penjelasannya.

UMKM

1. Seiring pariwisata menjadi salah satu program prioritas pemerintah, bagaimana bapak/ibu melihat UMKM dapat terlibat dalam pembangunan pariwisata di kabupaten Kaimana?
2. Bagaimana support pemerintah daerah dalam meningkatkan UMKM di kabupaten Kaimana seiring pertumbuhan pariwisata?
3. Sejauh ini, apakah ada keterlibatan langsung UMKM dalam proses pertumbuhan pariwisata di kabupaten kaimana?

Generasi Muda Kabupaten Kaimana

1. Bagaimana saudara/saudari melihat perkembangan pariwisata di kaimana?
2. Sebagai generasi muda kabupaten kaimana, bagaimana saudara/saudari menanggapi proses promosi dan pemberdayaan di kabupaten kaimana?
3. Apakah orang muda dilibatkan dalam proses pembangunan pariwisata di kabupaten kaimana? Dalam bentuk apa saja pelibatannya? mohon penjelasan saudara/saudari.

Transkrip Wawancara

Kepala Dinas Pariwisata

Narasumber 1: Bpk Usman Fenetiruma, S.Pd, M.M

P1: Kaimana sangat memiliki potensi untuk menjadi kota dengan kawasan pariwisata terbaik, saya pikir kaimana sudah memiliki sumber daya alam yang tersedia. Selain itu kawasan wisata dapat menjadi sumber penghasilan utama bagi semua masyarakat kaimana. Kaimana memiliki keadaan alam yang sangat luar biasa dan tentunya memiliki potensi juga untuk menarik banyak wisatawan luar sebagai contoh Teluk Triton yang sekarang menjadi lokasi penelitian bagi para ahli biota laut dalam negeri dan dunia. Ada juga pulau Venu yang menjadi titik imigrasi penyu sedunia. Wisata yang tersebar pada beberapa lokasi yang ingin dikembangkan dalam 2 tahun kedepan yang mengacu pada RIPARKAB atau Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Kabupaten.

Saya pikir pembangunan pariwisata di kabupaten kaimana saat ini dilihat secara serius sebagai peluang besar dalam meningkatkan pendapatan daerah dan mungkin dapat menjadi sumbangan besar untuk negara. Pembangunan pariwisata juga merupakan salah satu misi yang sudah ada pada program kerja tahun 2022 daerah kabupaten kaimana saat ini, sesuai dengan mandat dan tujuan dari kepala daerah kabupaten kaimana berkomitmen tegas untuk mewujudkan kaimana sebagai kota wisata. Kaimana sudah memiliki rancangan pembangunan pariwisata yang terbagi dalam beberapa aspek misalnya pemetaan lokasi wisata yang dipersiapkan dalam RIPARKAB. Ada lima Kawasan Strategis Pariwisata yang menjadi acuan pembangunan kedepannya yaitu KSP 1 yang meliputi Kolam Sisir, Kota Kaimana, Kali Momani atau kilo 14, KSP 2 yaitu Teluk Triton, Namatota, Lobo dan sekitarnya, KSP 3 yaitu kawasan Teluk Arguni, KSP 4 yaitu Kawasan Teluk Buruway dan KSP 5 meliputi kawasan Teluk Etna. Namun saat ini fokus kami tertuju pada 2 kawasan KSP yaitu KSP 1 dan 2. Fokus kami pada 2 kawasan ini sudah berjalan sejak 2020 untuk meningkatkan PAD atau Pendapatan Anggaran Daerah dengan memberikan tarif retribusi.

P2: Mengenai promosi tentunya sedang diupayakan dan berjalan hingga saat ini serta dalam proses pengembangan lewat situs website. Kami tentunya sedang mengupayakan promosi wisata kaimana bergerak dalam era digital saat ini. Dinas pariwisata bekerja sama dengan dinas kominfo untuk melatih SDM sekitar kawasan wisata perihal mempromosikan kawasan wisata, seperti pelatihan dan sosialisasi manfaat dan penggunaan fitur website berbasis internet pada kampung Namatota yang berlangsung pada tanggal 24 september 2022. Upaya kami meningkatkan

kualitas SDM yang mampu menggunakan fitur website ini merupakan langkah pertama dalam tujuan promosi wisata berkelanjutan. Menurut saya langkah awal ini merupakan perhitungan tepat dan terorganisir. Dengan adanya contoh pada langkah awal diharapkan terciptanya sistem promosi wisata yang baik dan melibatkan lembaga desa sebagai keterlibatan dalam elemen masyarakat kampung Namatota. Website Kampung Namatota yang dibuat adalah salah satu sarana komunikasi melalui media massa dengan jaringan internet yang dapat memberikan informasi kepada dunia luar terkait Kampung Namatota, dan juga destinasi wisata yang berada di sekitar wilayah kampung Namatota. Selain itu kami dari dinas pariwisata turut melibatkan beberapa media dan LSM sebagai penggerak promosi wisata seperti Pesona Indonesia, KN atau Kaimana News, Radio Republik Indonesia atau RRI dan Pesona Kaimana sebagai sarana informasi wisata.

P3: Sejauh ini masih diupayakan untuk semua elemen masyarakat turut terlibat dalam seluruh agenda kegiatan yang dibuat dinas pariwisata. agenda-agenda ini diharapkan menjadi sebuah misi menjadikan kabupaten kaimana sebagai kota wisata. Tentunya dari pihak pemerintah daerah memiliki peran yang lebih penting dalam menyediakan akses dan ruang partisipasi masyarakat. sebagai salah satu agenda yang saya maksud seperti pelaksanaan pelatihan dan sosialisasi pada tanggal 11 november 2022 lalu, kami dari dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten kaimana beserta kepala daerah membentuk GenPI atau Generasi Pesona Indonesia kabupaten Kaimana sebagai wadah partisipasi generasi muda kabupaten Kaimana yang kreatif dan inovatif. Selain itu ada beberapa organisasi yang melihat kaimana memiliki peluang wisata sejak 2021 dan saya melihat antusias golongan muda untuk mengembangkan potensi mereka dalam dunia seni yang mewakili Kaimana secara budaya dan sumber daya alamnya. Ada banyak proposal yang telah kami terima dengan tujuan pembentukan wadah atau kegiatan-kegiatan yang berbau seni dan budaya seperti O.W.A.K atau Organisasi Wisata Asli Kaimana yang bergerak dalam dunia seni dan memiliki nilai jual dalam mempromosikan spot-spot wisata yang ada di kabupaten Kaimana melalui Youtube mereka.

Kepala Bidang Pelestarian dan Daya Tarik Wisata

Narasumber: Jafar Werfete, S.Sos, M.M

P1: Bidang saya disini hanya fokus pada pemberdayaan. Sebagai kabid pemberdayaan, kami berusaha bekerja sesuai dengan target-target pemerintah,

terutama bagaimana mendukung pariwisata. Salah satu yang bisa saya jelaskan di sini adalah bagaimana kami mulai membuat banyak pelatihan dengan masyarakat di kaimana terkait potensi dan pengembangan pariwisata yang ada disini.

Bagi saya, sejauh ini memang belum berjalan dengan baik, tapi kami terus mengupayakan hal tersebut. Kami juga melibatkan banyak anak muda untuk ikut dalam proses promosi dan pemberdayaan, terutama soal pelatihan-pelatihan yang ada. Di sini kami masih percaya bahwa hal ini akan berjalan dan berkembang sesuai dengan apa yang diniatkan dengan baik.

P2: Kalau bicara soal pemberdayaan sendiri, kendala utamanya adalah bagaimana menyadarkan masyarakat akan potensi yang ada di daerah. Kami tahu ini pekerjaan yang tidak mudah dilakukan. Tapi sampai sekarang ini, setelah melewati fase pandemi, ada saat dimana kami kemudian mengerti bahwa dunia sudah berubah, tapi kami masih tetap di situasi yang sama, yaitu mengangkat semangat masyarakat agar mandiri dan berdaya saing.

P3: Kami mendukung masyarakat sejauh ini hanya melalui pelatihan dan berbagai bentuk pengembangan potensi sumber daya manusia. Suatu saat kami percaya orang-orang yang akan datang ke sini, seiring waktu berjalan, akan menjadi salah satu tolak ukur masyarakat ingin belajar lebih segala hal dengan lebih mendalam. Pelatihan-pelatihan yang ada kami sesuaikan dengan potensi yang ada di daerah, agar lebih mudah dan lebih dekat dengan masyarakat.

Kepala Dinas Sosial

Narasumber: Yakob Surbay, SE

P1: Mengenai keterlibatan secara langsung dalam mengembangkan ruang pariwisata selama ini masih belum menjadi titik fokus dinas sosial. Banyak masalah sosial yang masih perlu dibenahi, sebagai tujuan dinas sosial yang masih terus diupayakan seperti usaha pengendalian penduduk menuju keluarga yang harmonis dan sejahtera. ini sebagai PR yang harus kami selesaikan demi menunjang segala aspek perkembangan kaimana, salah satunya di bidang pariwisata.

P2: Langkah konkrit yang mampu kami buat untuk saat ini yaitu menciptakan SDM yang mumpuni dari sudut keluarga, karena banyak masalah sosial yang sering terjadi seperti KDRT, tapi saya pikir masalah yang lebih krusial yaitu kemiskinan karena dampak Covid setahun lalu. Pekerjaan kami semakin berat karena faktor kemiskinan ini membuat anak-anak lebih suka duduk di jalan minum mabuk dan

bikin kaco, daripada pergi ke sekolah. Walaupun mereka pergi ke sekolah, itu pun karena semata-mata mereka dipukul orang tua di rumah.. jadi menurut saya, setiap masalah individu mempengaruhi masyarakat, dan itu terjadi.

pekerjaan kami di kabupaten kaimana seiring dengan potensi wisata yang dijadikan pemerintah, tanggung jawab kami bersama dinas dinas yang lain terutama dinas pendidikan memastikan sumber daya manusia kami siap untuk mengembangkan potensi wisata yang ada.

P3: Di kabupaten kaimana ini terdapat 8 suku asli dan pendatang diantaranya suku Kuripasai, Miereh, Maerasi, Irarutu, Koiway, Oburau, Madewana, Kuri, dan suku pendatang di Papua seperti Serui, Biak, dan Raja Ampat serta suku suku pendatang dari Nusantara.

Tentu saja memiliki potensi dalam berbagai aspek, saya pikir bisa didorong untuk berdampingan dengan potensi wisata berbasis alam, namun sejauh ini fokus pemerintah masih berpusat pada pengembangan UMKM dan SDM, belum ada ide yang sangat khusus memperhatikan soal masyarakat adat. Kemungkinan dalam beberapa bulan kedepan dengan instruksi Bupati setelah memastikan potensi wisata alam siap untuk dikunjungi oleh khalayak ramai, kami akan berusaha mengembangkan potensi-potensi yang ada pada masyarakat adat untuk bisa ikut berkontribusi juga dalam pembangunan pariwisata di kabupaten kaimana yang berkelanjutan.

Masyarakat Adat

Narasumber: Teofilus Efara

P1: Tong ini sebenarnya bingung sekali dengan adanya potensi wisata di kabupaten Kaimana. Tong sebagai masyarakat adat belum pernah dapat sosialisasi dari pemerintah soal ini. Apalagi kalau omong soal keterlibatan kami, sampai sekarang kami tidak tau keterlibatan kami mesti seperti apa atau bagaimana. Sejauh ini belum jelas arah dan tujuannya. Ketong harus isi posisi mana, itu yang masih menjadi tanda tanya sampai hari ini.

P2: Ketong di kampung ini hidupnya hanya dari adat saja. Katong tidak pernah dengar kalau adat harus ada wisatanya, atau apa yang pemerintah bilang wisata adat atau apa itu. Sejauh ini katong masih begini-begini saja. Tapi ketong selalu tetap bisa hidup meski tanpa wisata. Ketong orang tua ini tidak mau curiga aneh-aneh ke

pemerintah. Selama itu baik buat tanah, ketong tetap dukung. Hanya memang belum ada sosialisasi sampai sekarang.

P3: Ketong paling sering dilibatkan terutama oleh dinas sosial kalau urusan-urusan menyangkut masyarakat. dorang selalu datang bicara di sini. Tapi kalau urusan menyangkut pariwisata, dan karena ini juga katanya program baru, kami tidak tahu hal ini harus bagaimana dan mau di kemanakan arahnya. Makanya kami belum bisa kasih pendapat banyak soal ini.

LSM yang Bergerak di Bidang Pemberdayaan dan Pariwisata

Narasumber: Arce Suripati., S.Sos

P1: Program Pariwisata ini kan program strategis nasional. Sampai sejauh ini, ketika program ini kemudian menjadi prioritas pemerintah daerah, kami di Econusa berusaha menjadi wadah alternatif dan kritis untuk memantau dari dekat proses pembangunan Pariwisata di sini. Kami sadar bahwa keterlibatan semua pihak di sini sangat diperlukan. Oleh karena itu, sosialisasi tentang pariwisata dan potensi-potensinya tidak bisa terpusat di alam saja. Harus ada ketegasan yang lebih lagi untuk melihat potensi pariwisata selain hanya alam. Salah satunya masyarakat adat yang menurut saya harus disosialisasi duluan.

P2: Kami jelas tidak bekerja sendiri. Kami punya jaringan dan kemitraan nasional yang jelas. Tentu kami akan memperhatikan pembangunan wisata ini tidak hanya dalam urusan pembangunannya saja, melainkan juga bicara soal dampak-dampak yang dihasilkan oleh pariwisata, baik secara positif maupun negatif. Kejelian dalam melihat hal ini adalah bagian paling penting dari kerja-kerja pemberdayaan yang selama ini kami lakukan.

P3: Dalam setahun terakhir setelah pandemi, kami mulai secara serius melihat alam dan potensi wisata di kabupaten kaimana. Perkembangannya sangat baik. Terutama teluk Triton yang dilihat sebagai salah satu potensi wisata yang besar. Pusat pembangunan di sana sepertinya mulai tahun depan akan segera dilancarkan dan dari pihak kami memiliki program berkelanjutan dengan pemerintah, setahu saya sudah dimuat di dalam pemetaan program KSP tahun lalu. Oleh karena itu, apapun yang dikerjakan pemerintah, masyarakat mesti terlibat aktif dalam memantau dan fungsi kami adalah membantu pemerintah. Transparansi selalu dibutuhkan dalam kerja-kerja seperti ini.

UMKM

Narasumber: Dio Stevano Rumbewas

P1: Selama ini kami masih diberikan akses untuk berdagang khususnya di bantemi dan sepanjang tanjung simora asal tidak rusuh, tidak mengotori lingkungan atau tidak merusak fasilitas umum. Dengan kehadiran kami yang memang mencari uang, kami tentunya memilih daerah ini sebagai daerah strategis karena menjadi tempat rekreasi penduduk kota kaimana, saya pikir kopi sangat tepat jika ditemani sore senja dipinggir pantai, berhubung kami disini tidak memiliki tempat tetap dan kami harus terus mobilitas apabila hujan contohnya. Mau tidak mau harus mencari tempat berteduh, kadang dibawah pohon. Kebetulan ada beberapa tempat berteduh seperti gazebo dideratan ini makanya kami masih bisa berteduh kalau hujan datang.

P2: Saya pikir pajak retribusi yang diterapkan sejak akhir 2021 lalu memiliki manfaat lebih, dengan berdirinya Gazebo dan tempat duduk seperti tembok itu, saya pikir sudah membantu kami dari segi fasilitas, ada bak sampah yang diletakan agar kami tidak susah membuang sampah (sampah produksi). Itu baru, baru mau dipasang wifi untuk publik hanya saja masih terhenti karena hujan angin (badai) kemarin.

P3: Kalau menurut saya sih timbal balik seperti kami diberikan akses berjualan disini, kami juga memfasilitasi lokasi ini dengan dagangan kami, sore tanpa kopi saya pikir tidak keren. Saya pikir, walau secara tidak langsung dengan memberikan lokasi detail di story Instagram sudah turut membantu mempromosikan pantai Simora ini sebagai tempat ngopi sore tapi semenjak kami disini dan beberapa teman mengajak teman-temannya untuk ngopi disini seperti yang saya bilang , banyak pengunjung anak muda (berpacaran) yang betah bahkan jadi teman ngobrol kami, kadang ketika jam nya tutup, tapi karena banyak teman yang masih pengen ngobrol, jadinya mundur dua jam bahkan pernah pulang jam 12 malam. Saat itu buka jam 2 siang dan tutup jam 6, kadang molor sejam, ada yang cuman ngajak ngobrol sekali, sekarang sudah jadi tempat nongkrong.teman-temannya. Nah banyak orang yang datang itu mereka bayar retribusi, hasil dari retribusi itu untuk tempat teman-teman saya menikmati kopi saat ini.

Generasi Muda Kabupaten Kaimana

Narasumber 1: Arnoldus Lamak

P1: Menurut saya masih dalam proses perkembangan. banyak dari generasi muda Kaimana yang sedang mengupayakan dunia seni sebagai langkah Kaimana lebih berkembang kedepannya. terutama untuk menopang sektor pariwisata.

P2: Kaimana saat ini, menurut saya memiliki dobrakan besar dari segi promosi. Ketimbang tahun lalu. Jelasnya banyak anak muda generasi kami saat ini mulai mengikuti perkembangan seperti foto, video, musik. Banyak karya-karya dari mereka di post di IG, FB ada di Youtube juga, banyak video atau foto yang memamerkan keindahan alam Kaimana sebagai latar video atau post foto di Instagram.

Kalau pemberdayaan saya pikir sudah mulai di tingkat, salah satunya pendirian GenPI (Generasi Pesona Indonesia) yang merupakan wadah atau organisasi yang mengelola kreativitas yang berbau pariwisata. Seperti agenda pelatihan fotografi yang akan dilaksanakan pada tanggal 24 bulan ini. Yang jelas, sekarang perkembangan dan perubahan di kaimana semakin baik dari yang sebelumnya.

P3: Keterlibatan kami sangat banyak, seperti tadi yang saya jelaskan. Keterlibatan kami bukan semata-mata hanya ingin membantu pariwisata, bisa juga sebagai ruang belajar adik-adik dibawah kami.

Kaimana semakin berkembang dan generasi muda di Kaimana turut berkembang. Tetapi banyak juga anak muda yang belum sadar dengan potensi kotanya. Nyatanya banyak anak-anak yang masih sering mabuk-mabukan, malak, kadang coret-coret fasilitas umum belum lagi banyak anak yang ngelem.

Narasumber 2: Ariecson Altobely Lawalata, S. PWK

P1: Jadi menurut saya perkembangan pariwisata di kabupaten Kaimana sudah mulai membaik dalam artian sudah mulai berkembang dari tahun ke tahun, tetapi ada beberapa faktor yang perlu ditingkatkan pemerintah yaitu aksesibilitas dan yang kedua mungkin persoalan publikasi. Perihal aksesibilitas, pemerintah kaimana perlu menunjang akses transportasi jalur laut, hal ini harus menjadi poin besar dikarenakan banyak spot wisata berada diluar kabupaten kaimana dan diharuskan menggunakan akses transportasi laut seperti long boat atau perahu kayu dan fiber untuk menjangkau spot wisata. Selain itu peran pemerintah dalam menyediakan akses tersebut belum ada sejauh ini atau transportasi umum milik pemerintah, wisatawan yang datang sering menggunakan transportasi milik masyarakat yang

mempunyai perahu atau long boat. Dan yang berikut tentang promosi pariwisata kaimana sendiri yang mana pemerintah belum melihat secara serius terkait peran promosi wisata dari pemerintah sendiri.

P2: Sejauh ini menurut saya terkait pemberdayaan pariwisata belum terpenuhi secara menyeluruh. target dan fokus pemerintah juga masih sekedar memberikan gagasan dan peran masyarakat untuk mengantar turis atau wisatawan berkeliling spot wisata dengan perahu-perahu mereka. Kalau pemberdayaan pariwisata terkait promosi atau penggunaan sarana untuk promosi, sejauh yang saya tau belum ada. Yang lebih berperan dalam promosi wisata di kabupaten Kaimana itu golongan organisasi kreatif yang didalamnya berisi anak-anak muda Kaimana yang sudah mampu menggunakan teknologi dan media. Peran pemerintah hanya memfasilitasi. Fasilitasi yang saya maksud bisa dapat berupa uang dari proposal kegiatan yang diajukan atau perizinan terhadap penggunaan tempat atau fasilitas umum pada sebuah agenda kegiatan.

P3: Menurut saya lebih mudah diartikan sebagai upaya melibatkan diri dengan gagasan-gagasan atau ide-ide yang dikerjakan dalam sebuah kegiatan, proyek atau karya. Sejauh ini menurut saya anak-anak muda Kaimana turut melibatkan diri, mereka masuk beberapa organisasi kreatif yang memiliki visi dalam memajukan kaimana dalam semua aspek yang bersentuhan dengan seni. Sejauh yang saya tau ada tiga organisasi yang masih aktif dan sering mempromosikan kaimana sebagai tempat wisata yaitu O.W.A.K (Organisasi Wisata Alam Kaimana), POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) dan Rumah Kreatif Kaimana. Ketiga organisasi ini lebih kearah seni, Hip-Hop atau Rap yang mana mereka sering membuat karya lagu dan menggunakan tampilan visual atau gambar berupa spot-spot wisata yang ada di kabupaten kaimana. Hasil karya mereka berupa video klip musik sering di tayang pada channel Youtube mereka, ada juga yang membuat video-video pendek ketika mengunjungi tempat-tempat wisata dan hasil video pendek itu dipublikasikan ke akun instagram pribadi. Hal ini secara organik merupakan tindakan anak muda kaimana dalam menaikan dan mendukung pemerintah dalam upaya mempromosikan wisata di Kabupaten Kaimana.

Lampiran Dokumentasi Wawancara dan Observasi



Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Narasumber 1: Bpk Usman Fenetiruma, S.Pd, M.M

Observasi dan Wawancara langsung di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jalan Kasuarina Krooy, Kec. Kaimana, Kabupaten Kaimana, Papua Barat. 98654.

Tanggal Observasi dan

Wawancara: Senin, 13/Juni/2022



Kepala Bidang Pelestarian dan Daya Tarik Wisata

Narasumber: Jafar Werfete, S.Sos, M.M

Observasi dan Wawancara langsung di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jalan Kasuarina Krooy, Kec. Kaimana, Kabupaten Kaimana, Papua Barat. 98654.

Tanggal Observasi dan Wawancara: Senin, 13/Juni/2022



Kepala Dinas Sosial dan KB

Narasumber: Yakob Surbay, SE

Observasi dan Wawancara langsung di Kantor Dinas Sosial, Jalan Kasuarina Krooy, Kec. Kaimana, Kabupaten Kaimana, Papua Barat. 98654. Tanggal Observasi dan Wawancara: Kamis, 9 /Juni /2022



Perwakilan Masyarakat Adat atau Lembaga Adat

Narasumber: Teofilus Efara

Salah satu tetua dari dewan adat Kabupaten Kaimana atau salah satu perwakilan suku Mairasi, kampung adat Arguni atas. Wawancara dilakukan secara langsung di rumah bapak Teofilus jl. Batu Putih, Kroy, Kec. Kaimana kota, Kelurahan Kaimana, Papua barat.

Tanggal Wawancara: Minggu, 19/Juni/2022



LSM yang Bergerak di Bidang Pemberdayaan dan Pariwisata

Narasumber: Arce Suripati., S.Sos

Observasi dan Wawancara langsung di rumah ibu Arce Suripati, Jalan Cendrawasih Kec. Kaimana kota, Kabupaten Kaimana, Papua Barat. 98654.

Tanggal Wawancara: Senin, 20/Juni /2022



UMKM

Narasumber: Dio Stevano Rumbewas

Wawancara langsung di rumah ibu Arce Suripati, Jalan Cendrawasih Kec. Kaimana kota, Kabupaten Kaimana, Papua Barat. 98654.

Tanggal Observasi dan Wawancara: Senin, 20/Juni /2022



Generasi Muda Kabupaten Kaimana

Selain menjadi salah satu pelopor komunitas URBAN Photography Kabupaten Kaimana, narasumber kali ini merupakan salah satu pendiri O.W.A.K atau Organisasi Wisata Alam Kaimana.

Narasumber 1: Arnoldus Lamak

Observasi tempat wisata Kampung Namatota berlangsung 2 hari.

Wawancara langsung di pantai Enara kampung Namatota, Lokasi diujung barat kampung Namatota Tanggal Observasi dan Wawancara: Jumat, 25/Juni /2022



Narasumber 2: Ariecson Altobely Lawalata, S. PWK

Narasumber yang satu ini merupakan salah satu bagian dari Komunitas POKDARWIS dan Salah satu pendiri O.W.A.K. Wawancara daring atau Via WA
Jumat, 3/Februari/2023

Keterangan:

- Narasumber berada di Kabupaten Kaimana
- Peneliti berada di Yogyakarta



Observasi 1

Lokasi Wisata

*Wisata Taman
Kota Kaimana*

Lokasi Wisata: jl. Taman Kota, Kec. Kaimana Kota, Kelurahan Kaimana, Papua Barat. Gambar disebelah merupakan titik berkumpulnya beberapa Komunitas anak muda Kaimana, salah satunya KMB atau Komunitas Kaimana Butuh Membaca.



Kaimana Butuh Membaca, Komunitas yang terdiri dari generasi muda Kaimana yang sadar akan potensi membaca masyarakat pribumi Kaimana sangat rendah.

adalah sebuah komunitas yang bergerak pada ruang literasi dan buku, KBM merupakan sebuah aksi organik dari beberapa kepala pemuda-pemudi Kaimana dalam menyediakan akses buku dan diskusi pada ruang publik (wisata taman kota).

Dapat disebut sebagai perpustakaan jalanan, komunitas ini bertujuan untuk mengajak siapa saja untuk membaca dan berbincang/berdiskusi



Observasi 2

POKDARWIS

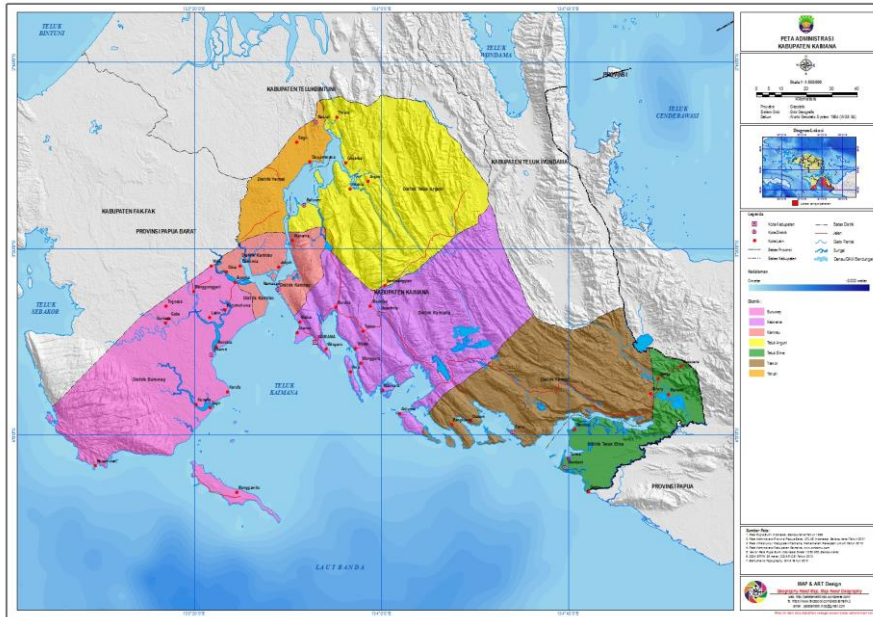
Kelompok Sadar Wisata merupakan kelompok swadaya masyarakat yang bergerak pada lingkup pariwisata dan berdiri sejak 23/Maret/2021 dikabupaten Kaimana.

Sejak berdirinya POKDARWIS pada tahun 2021, POKDARWIS eksis dan bergerak pada sektor pengembangan ekonomi rakyat di kawasan pariwisata berupa pelatihan pembuatan kerajinan tangan dan kuliner makanan. Observasi berlangsung 1 minggu sejak Minggu 26 Juni hingga 2 juli 2022 di jl. Bantemi, Gg. Ban Dalam Kel. Kroy Kecamatan Kaimana Papua Barat.

Lampiran Lokasi Penelitian



**Peta Wilayah
Kabupaten
Kaimana
Provinsi
Papua barat
pada pulau
Papua**



**Peta Wilayah
Administratif
Pemerintah
Kabupaten
Kaimana
Provinsi
Papua barat**

Lampiran Potensi Wisata



**Wisata Kolam Sisir Desa Marsi Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat
(Gambar I)**



**Wisata Kolam Sisir Desa Marsi Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat
(Gambar II**



Wisata Pemandian Kilo.14 Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat



Wisata Teluk Triton Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat (gambar I)



Wisata Teluk Triton Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat (gambar II)



Wisata Pulau Venu Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat



**Wisata Air Terjun Karawawi Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat
(Gambar I)**



**Wisata Air Terjun Karawawi Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat
(Gambar II)**



**Wisata Tanjung Simora Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat
(Gambar I)**



**Wisata Tanjung Simora Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat
(Gambar II)**



**Wisata Tanjung Simora Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat
(Gambar III)**