

# Komunikasi Pembangunan sebagai Model Pemberdayaan di Taman Wisata Bur Telege Aceh Tengah

Nur Sa'adah <sup>1,\*</sup>, Agung Pangeran Bungsu <sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Muhammadiyah Mahakarya Aceh, Bireuen, Indonesia

<sup>1</sup> agung@kampusummah.ac.id\*; <sup>2</sup> nursaadah@kampusummah.ac.id

\* Agung Pangeran Bungsu

## ARTICLE INFO

## ABSTRACT

### Keywords

Communication,  
Communication for Development,  
Tourism,  
Participatory,  
Bur Telege

*Participatory development communication is a communication model that is adaptive to various community social conditions. One is the Bur Telege tourist park in Hakim Bale Bujang village, Takengon City, Central Aceh. Bur Telege was established due to the local community's concerns about the high level of violations of Islamic law that occurred, the second reason being the difficulty of finding employment at this time. An interesting thing to study is of course because the Bur Telege tourist park is managed directly by the Village-Owned Enterprise BUMD which works together to find the best solution to the problems faced. This study tries to review how development communication empowers the local community. Four pillars were found until finally the empowerment model used could be stimulated. Start from the preparation of the vision and mission of the Bur Telege tourist park continued with a common perception, promotion, education, and motivation, with the institutionalization stage, then entered the support mobilization stage and finally the action stage.*

## 1. PENDAHULUAN

Takengon merupakan salah satu kota di dataran tinggi yang berada di provinsi Aceh, dan didiami oleh penduduk asli setempat yaitu suku Gayo. Kekayaan dan pesona keindahan alamnya tidak diragukan lagi oleh para wisatawan domestik maupun mancanegara. Terdapat danau yang dikelilingi pegunungan kini menjadi simbol salah satu kota kecil yang ada di tengah provinsi Aceh ini. Selain terkenal dengan pesona keindahan alamnya, kota Takengon juga dikenal dengan daerah yang berpenghasilan kopi terbaik di dunia. Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan yang tidak diragukan lagi oleh para penikmat dan pencintanya. Banyak penghargaan yang telah diraih dalam skala nasional dan skala internasional tentunya. Dalam upaya menjaga kualitasnya, kopi Gayo saat ini telah memiliki sertifikasi Indikasi Geografis atau dikenal dengan (GI) [1].

Selain menghasilkan kopi, kota Takengon juga memiliki segudang potensi pariwisata alam. Namun, pemanfaatan dan pemberdayaan masyarakat dalam mengelola potensi yang ada belum berjalan dengan baik. Banyak diantara pengelola pariwisata alam yang hanya mengedepankan kepentingan pribadi tanpa mempertimbangkan dampak setelah melakukan suatu tindakan. Misalnya pembukaan lahan yang tidak sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. Kemudian melakukan tindakan pengurukan wilayah danau yang tidak sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan. Lebih parahnya lagi pengelolaan sampah yang ada di kawasan pariwisata belum dikelola dengan baik. Sikap tidak peduli bahkan perilaku modernisme yang kian mengubah perilaku manusia itu sendiri. Kerusakan-kerusakan tentu saja akan datang silih berganti, padahal ketika keseimbangan ekosistem ini dijaga tentunya akan memberikan manfaat yang besar bagi kehidupan masyarakat [2].

Riset tentang kondisi pariwisata Aceh Tengah ditemukan bahwa rencana induk pengembangan wisata daerah ternyata belum tersusun sehingga menjadi salah satu penyebab Kabupaten Aceh Tengah belum memiliki kebijakan pengembangan wisata yang baik. Hal ini berdampak pada pertumbuhan pariwisata yang tidak terkoordinasi. Kebijakan pengembangan pariwisata di Aceh Tengah masih belum mendorong pariwisata berkelanjutan. Selain itu, belum

banyak koordinasi antara pemerintah Aceh Tengah dan industri pariwisata [3]. Catatan riset ini tentu saja menjadi pekerjaan besar yang harus diselesaikan oleh pihak terkait. Bur Telege sebagai daerah dengan potensi sumber daya alam yang melimpah dengan seluruh dukungan pihak harus segera berbenah menyusun rencana jangka pendek, menengah hingga jangka panjang untuk pariwisata yang berkelanjutan.

Bur Telege sebagai salah satu lokasi wisata keluarga yang terletak di Kecamatan Lut Tawar Aceh Tengah mencoba berangkat dari stigma negatif pengelolaan tempat wisata. Bur Telege dibangun dan dikembangkan sebagai kawasan wisata atas beberapa alasan yaitu keinginan untuk mengubah stereotip desa negatif, mengembalikan keaktifan pemuda dan keinginan mengorganisasikan partisipasi masyarakat [4]. Lahan agroforestri, hutan pinus, dan hutan campuran adalah tiga jenis tutupan lahan yang dikonsesi di kawasan wisata alam Bur Telege [5]. Bur Telege menjadi salah satu objek wisata yang bukan dikelola oleh perorangan melainkan oleh masyarakat setempat secara bersama-sama. Hal ini tentu saja tidak mudah, karena setiap kelompok memiliki pandangan tersendiri dalam mewujudkan sebuah tujuan.

Negara maju dan berkembang pula menjadikan pariwisata sebagai kekuatan ekonomi dan menyatakan betapa pentingnya organisasi pengelola destinasi pariwisata. Dukungan kebijakan dari pemangku kepentingan menjadi alasan yang cukup mendasar kemajuan pariwisata [6]. Alasan lainnya karena pembenahan yang dilakukan dari waktu ke waktu menjadi dasar kemajuan Bur Telege. Persepsi pengunjung terhadap objek wisata alam Bur Telege berdasarkan kondisi tempat memiliki kategori baik, kelengkapan fasilitas memiliki kategori baik, serta kategori untuk jarak yang diberikan oleh wisatawan adalah netral [7].

Komunikasi menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat, karena komunikasi menjadi instrumen yang menjembatani maksud dan tujuan yang diinginkan. Salah satu faktor keberhasilan dari taman wisata Bur Telege ialah karena komunikasi yang baik diantara pengelola taman wisata dengan masyarakat setempat. Hal ini tentu saja perlu ditelaah lebih mendalam mengingat sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat diandalkan di wilayah Aceh Tengah setelah sektor pertaniannya.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana komunikasi yang dibangun Bur Telege dalam memberdayakan masyarakat setempat.

## 2. KERANGKA TEORITIS

Komunikasi yang memiliki tujuan untuk menggerakkan dan memberdayakan potensi masyarakat lebih dikenal dengan istilah komunikasi pembangunan. Komunikasi pembangunan menjadi proses utama dalam menyatukan pemangku kepentingan untuk bekerjasama mencari solusi menjawab tantangan sumber daya alam, dengan demikian koordinasi antara pemerintah dan seluruh elemen masyarakat haruslah selaras dan berkesinambungan [8]. Komunikasi yang baik maka kebijakan-kebijakan tentu saja akan memperoleh tujuan yang dicita-citakan.

Istilah komunikasi pembangunan sangat identik dengan istilah menggerakkan dan memberdayakan. Penelitian Hadimin mengenai komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan masyarakat menuju desa unggul dan mandiri menyimpulkan bahwa komunikasi pembangunan merupakan aktivitas pertukaran pesan yang dilakukan banyak pihak untuk melakukan pembangunan, melibatkan kalangan masyarakat dan pemerintah. Sejak proses merencanakan, melaksanakan hingga pada akhirnya memberikan penilaian terhadap upaya pembangunan [9]. Penelitian lainnya yang mengkaji tentang komunikasi pembangunan juga dilakukan oleh Ninik bersama rekannya dengan tema membahas tentang pola komunikasi pembangunan terkait pengelolaan program inovasi desa menuju pemberdayaan masyarakat. Peranan kepala desa sangat sentral dalam mengelola informasi dan menekankan pola komunikasi pembangunan. Inovasi yang dipilih untuk menjalankan sebuah program akan berbeda karena pemangku kebijakan juga berbeda. Ketidakeimbangan informasi yang diterima menjadi sebab tingkat partisipasi masyarakat menurut Ninik dan rekan-rekannya [10].

Penelitian lainnya yang kuat mengupas tingkat partisipasi masyarakat dengan menggunakan komunikasi pembangunan dilakukan oleh Indah (2020) dengan kajian komunikasi pembangunan partisipatif pada program pemberdayaan masyarakat di Papua. Peranan elit masih sangat mendominasi dalam pengambilan keputusan sehingga posisi masyarakat setempat pada tingkatan pendidikan rendah tidak dapat dirasakan. Secara umum pemberdayaan masyarakat di Papua sangat dipengaruhi oleh aspek pengetahuan (kognitif), sikap (afektif) dan keterampilan (psikomotorik) yang masih rendah. Partisipasi warga setempat mengisi medium-medium dialog yang diselenggarakan untuk menunjang pemberdayaan masyarakat belum optimal [11]. Penelitian lainnya yang dilakukan Riky tentang komunikasi pembangunan menggunakan metode participatory rural appraisal (RPA) atau metode pemahaman partisipatif masyarakat desa wisata Sajen *Edu Adventure*. Pendekatan komunikasi pembangunan bertumpu pada masyarakat yang menjadi tumpuan menjalankan rencana. Aktivitas pemberdayaan dilakukan mulai dari proses identifikasi potensi alam, membuat perubahan pada pengembangan wisata, merancang serta berperan aktif pada aktivitas pelatihan yang diselenggarakan [12].

Noor Rochman dalam risetnya tentang model pengembangan desa wisata berbasis pemberdayaan masyarakat mengungkapkan bahwa keterlibatan aktif masyarakat dalam memajukan desa wisata ialah istilah pemberdayaan masyarakat yang sesungguhnya. Kesiapan masyarakat dalam menyambut dan membantu pengunjung/tamu dengan keunikan yang akan ditawarkan kepada mereka adalah nilai yang penting. Untuk membangun desa wisata yang berkelanjutan dan melestarikan sumber daya alam di dalamnya masyarakat harus berperan aktif. Jenis dan tingkat pemberdayaan masyarakat dapat dipilih untuk memastikan bahwa pemberdayaan tersebut sesuai dan produktif dengan mengidentifikasi dan memahami kualitas dan kapasitas masyarakat [13]. Penelitian lain berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat oleh Piping bersama rekannya tentang penentu pengembangan kawasan wisata alam air terjun Jagir berbasis partisipasi masyarakat diantaranya karena beberapa faktor berikut. Pertama atraksi, kedua aksesibilitas, ketiga fasilitas, keempat pelayanan tambahan, kelima sumberdaya manusia dan juga faktor lingkungan. Keenam faktor penentu pengembangan yang ada kemudian membentuk rencana strategis kawasan wisata alam air terjun Jagir. Partisipasi masyarakat yang dominan berupa bantuan tenaga dan konsultasi, sehingga tergolong dalam kategori partisipasi semu [14].

Penelitian tentang pemberdayaan masyarakat juga dilakukan oleh Muhammad bersama rekannya yang mencoba menelaah kajian pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan komunikasi pariwisata. Muhammad menemukan bahwa pengelola tempat wisata adalah komunikator utama, kemudian komunikasi dilakukan kepada berbagai pihak yang diantaranya adalah karang taruna setempat. Peranan komunikator pendukung dimainkan oleh masyarakat lainnya seperti para petani kopi, penjual cinderamata dan juga pemilik penginapan yang merupakan rumah warga setempat. Keselarasan pesan antara komunikator utama dan pendukung menjadi alasan puasnya para pengunjung [15]. Kajian komunikasi pembangunan atau komunikasi partisipatif sebagai salah satu model pemberdayaan. Adapun penelitian Indah [11] yang mencoba mengukur tingkat partisipasi dilakukan dengan metode penelitian campuran antara metodologi kuantitatif dan juga metodologi kualitatif. Hal ini bertujuan untuk mengukur tingkat partisipasi pada beberapa objek wisata yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun penelitian ini berpusat pada komunikasi yang dibangun pada proses pemberdayaan di taman wisata Bur Telege.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian model kualitatif yang mendeskripsikan komunikasi pembangunan yang dilakukan pada wisata alam Bur Telege. Adanya komunikasi pembangunan pada wisata alam Bur Telege, dapat menggambarkan bagaimana model pemberdayaan masyarakat yang dilakukan. Sumber data penelitian ini meliputi informan, temuan observasi, publikasi, berita, artikel, dan publikasi ilmiah yang diunggah atau diunggah secara daring, serta makalah yang berkaitan dengan pertumbuhan wisata alam. Wawancara, observasi, dan pengumpulan hingga penyusunan dokumentasi tentang pertumbuhan wisata alam baik dengan mengambil gambar, membuat rekaman, atau menyalin makalah yang berkaitan dengan subjek penelitian digunakan sebagai metode untuk pengumpulan data. Setelah data terkumpul, data tersebut disortir,

digabungkan, dan sebagian ditampilkan. Temuan simpulan mencakup beberapa kemudian disajikan lagi dan digabungkan kembali dan pada akhirnya disimpulkan.

#### 4. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Sebagai salah satu objek wisata yang semakin maju dan baik tata pengelolaan Bur Telege menjadi objek wisata yang kerap dijadikan bahan riset oleh para akademisi maupun lahan bagi praktisi untuk mengaktualisasikan pengalaman yang dimiliki.

##### 4.1. Persamaan Persepsi-Promosi-Edukasi-Motivasi

Komunikasi yang dibangun oleh pengelola Bur Telege dimulai dari pendekatan pada para tokoh agama, tokoh adat serta masyarakat yang ada di desa Hakim Bale Bujang. Komunikasi yang dijalin oleh para kelompok sadar wisata berangkat dari komunikasi yang berlangsung Masjid sebagai pusat peribadatan masyarakat setempat. Keresahan akan kondisi desa Hakim Bale Bujang semakin hari akhirnya membuat sebuah gerakan untuk dapat membangun kondisi desa menjadi semakin baik.

Kampung Bale menurut mindset masyarakat luas adalah kampung yang kacau sebelumnya. Adanya Bur Telege pandangan negatif kini berubah, karena *pertama*, sikap ramah tamah (Tokoh Agama, komunikasi pribadi, 24 Juni 2021). Wisata Bur Telege dibuka untuk mencegah timbulnya pelanggaran syariat Islam, mulai dari khalwat, pemerasan serta berbagai kasus lainnya. Pada tahun 2017 setelah dibuka wisata Bur Telege, terjadi 0 kasus. Hal ini berbanding terbalik dengan kondisi sebelum adanya Bur Telege, dimana pelanggaran syariat Islam dan kriminalitas tinggi (wawancara dengan Tokoh Agama Bur Telege pada 23 Juni 2021).

Tahapan demi tahapan yang dilakukan setelah proses penyamaan persepsi kini upaya yang dilakukan oleh pengelola taman wisata Bur Telege adalah dengan memperkuat promosi agar dapat dikenal secara luas oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan pernyataan Tokoh Masyarakat Bur Telege pada wawancara tanggal 25 Juni 2021 berikut:

"Iklan dilakukan melalui media, salah satunya Instagram, Facebook, kemudian video profil desa yang sudah kita buat meliputi flora dan fauna yang ada di Bur Telege sudah kita lengkapi dan terus kita perbarui meskipun untuk website masih dalam tahap pengembangan"

Setelah upaya memperkuat promosi kemudian yang dilakukan oleh pengelola wisata Bur Telege adalah dengan mengedukasi sumber daya manusia. Para pengelola yang terlibat aktif dan secara langsung memainkan peran sebagai pengelola wisata Bur Telege, dikirimkan ke Jawa Timur, Bogor dan Ngawi Jawa Timur untuk mendapatkan pelatihan tentang ekonomi kreatif. Selain itu, sumber daya manusia juga dibina oleh kampung Bale Bujang yang telah berhasil dalam mengelola tempat wisatanya.

##### 4.2. Legitimasi/Pelebagaan

Organisasi yang baik membutuhkan kontrol maupun struktur yang baik pula. Upaya taman wisata Bur Telege, menjadi taman wisata yang profesional terus dilakukan secara bertahap. Penyusunan visi misi hingga tujuan pengembangan adalah bukti perkembangan menuju arah yang lebih baik. Visi Bur Telege adalah "Membangun kampung Hakim Bale Bujang menjadi kampung mandiri berbasis ekonomi kreatif serta membangun pendidikan yang Islami", yang dimulai dengan kegiatan mengaji ke masjid, mulai dari ibu-ibu, bapak-bapak, dan pemuda Bur Telege.

Hubungan sosial kemasyarakatan yang dijaga baik lewat kelembagaan non formal di Masjid oleh para pengelola taman wisata Bur Telege, membuktikan bahwa kekuatan yang dibangun dari masjid memberikan dampak perbaikan tatanan kehidupan. Adapun komunikasi pembangunan yang mempertimbangkan aspek keberlanjutan memberikan keseimbangan dimensi elemen sosial, ekonomi dan lingkungan [16]. Banyak faktor-faktor lainnya yang dapat membangun komunikasi partisipatif masyarakat, salah satunya adalah proses pelembagaan. Setelah persamaan persepsi, promosi, edukasi dan juga persamaan motivasi yang dilakukan dalam membangun taman wisata Bur

Telege. Upaya dalam pelebagaan juga membangun kepercayaan masyarakat yang sudah terlibat dalam pengelolaan taman wisata maupun yang belum terlibat sekalipun.

Pelebagaan juga dilakukan dalam pembagian pekerjaan, diantaranya masyarakat calon kelompok pengelola taman wisata, ada kelompok yang sudah mengelola taman wisata dan ada pula kelompok profesional pengelola taman wisata. Apabila dilihat dari pengguna taman wisata ada pula kelompok masyarakat peminat taman wisata, ada kelompok masyarakat pengguna taman wisata dan ada pula kelompok masyarakat pecinta taman wisata. Kelebagaan yang semakin terstruktur menjadikan para pengelola dan penikmat wisata menjadi semakin taat akan hukum, serta mengurangi konflik yang kerap terjadi di tengah masyarakat. Setelah tingkatan konflik dapat dikondisikan maka bagian yang tidak kalah pentingnya tentu saja upaya dalam pelebagaan adalah untuk menerima masukan dari seluruh pihak terkait.

#### **4.3. Penggalangan Dukungan (Mobilisasi)**

Kekuatan yang tidak kalah pentingnya selain kekuatan kelembagaan yang dilakukan oleh pengelola taman wisata Bur Telege adalah dengan kekuatan dukungan maupun keterlibatan masyarakat setempat. Masyarakat seluruhnya terlibat meskipun dengan cara tidak langsung. Bukti keterlibatan masyarakat di Bur Telege adalah tidak pernah terjadi konflik di tengah masyarakat. Nah sekarang malah bukan cerita tentang konflik, masyarakat kita juga mempersiapkan home stay-home stay di rumah mereka ini adalah bukti dukungan dari masyarakat. Meskipun dari awalnya tidak semua masyarakat mendukung, ada yang pesimis tapi sekarang jumlah home stay terus bertambah meskipun penghasilannya sepenuhnya masih untuk pribadi mereka. Nantinya dampak home stay berdiri kanan kirinya akan kebagian seperti laundry, sarapan pagi, seperti jajanan pasti laku karena orang yang masuk ke kampung kita (Kepala Desa Hakim Bale Bujang, komunikasi pribadi, 25 Juni 2021).

Dukungan yang diterima oleh pengelola taman wisata Bur Telege bukan hanya dari masyarakat setempat. Kepercayaan akan kemajuan pesat sejak Bur Telege berdiri juga memberikan perhatian investor. Salah satunya adalah dengan penanaman pihak pemodal yang secara langsung dikelola oleh BUMK/BUMD yang merupakan Badan Usaha Milik Desa. Komunikasi partisipatif membuktikan bahwa sebuah organisasi melalui proses interaksi dapat menghasilkan modal sosial [16]. Kepercayaan yang diberikan oleh pihak investor bagi pengelola taman wisata Bur Telege merupakan modal yang berharga. Rasa saling percaya antara penanam modal dengan pengelola tidak terjadi dengan begitu saja, melainkan terdapat pandangan, ide yang sejalan. Kepercayaan yang telah terjalin akan mempengaruhi kolaborasi-kolaborasi lainnya yang mungkin saja dapat terjadi di masa mendatang dengan kerjasama lebih besar. Pada prinsipnya, kepercayaan yang telah terjalin akan menorehkan budaya transparansi pada pengelola taman wisata Bur Telege. Hal ini memberikan pengaruh juga dalam penyelesaian konflik yang bisa saja terjadi antara satu organ dengan organ yang lainnya.

Pencapaian yang telah diraih oleh pengelola taman wisata Bur Telege hari ini tentunya harus menjadi sumber semangat untuk merai dukungan yang lebih besar lagi. Saat ini kita menerima pembangunan vila atas izin dan dukungan pemerintah terkait. Dibangun atas kerjasama pihak Bur Telege dengan pemodal yang mengelolanya adalah BUMK atau BUMD. Jumlahnya ada 8 unit yang tarif permalamnya Rp.1.500.000 untuk kapasitas 8 orang dengan fasilitas 2 kamar. Juga ada yang standar dengan 1 kamar tarifnya lebih murah (Kepala Desa Hakim Bale Bujang, komunikasi pribadi, 27 Juni 2021). Kehadiran pihak swasta atau pemodal ini tentu menjadi peluang dan juga tantangan tersendiri bagi pengelola taman wisata Bur Telege. Lokasi vila yang telah berdiri dalam kawasan taman wisata Bur Telege dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung atau sebaliknya para peminat, pengguna dan pecinta taman wisata lebih memilih untuk menikmati keindahan bangunan yang telah berdiri.

#### **4.4. Aksi**

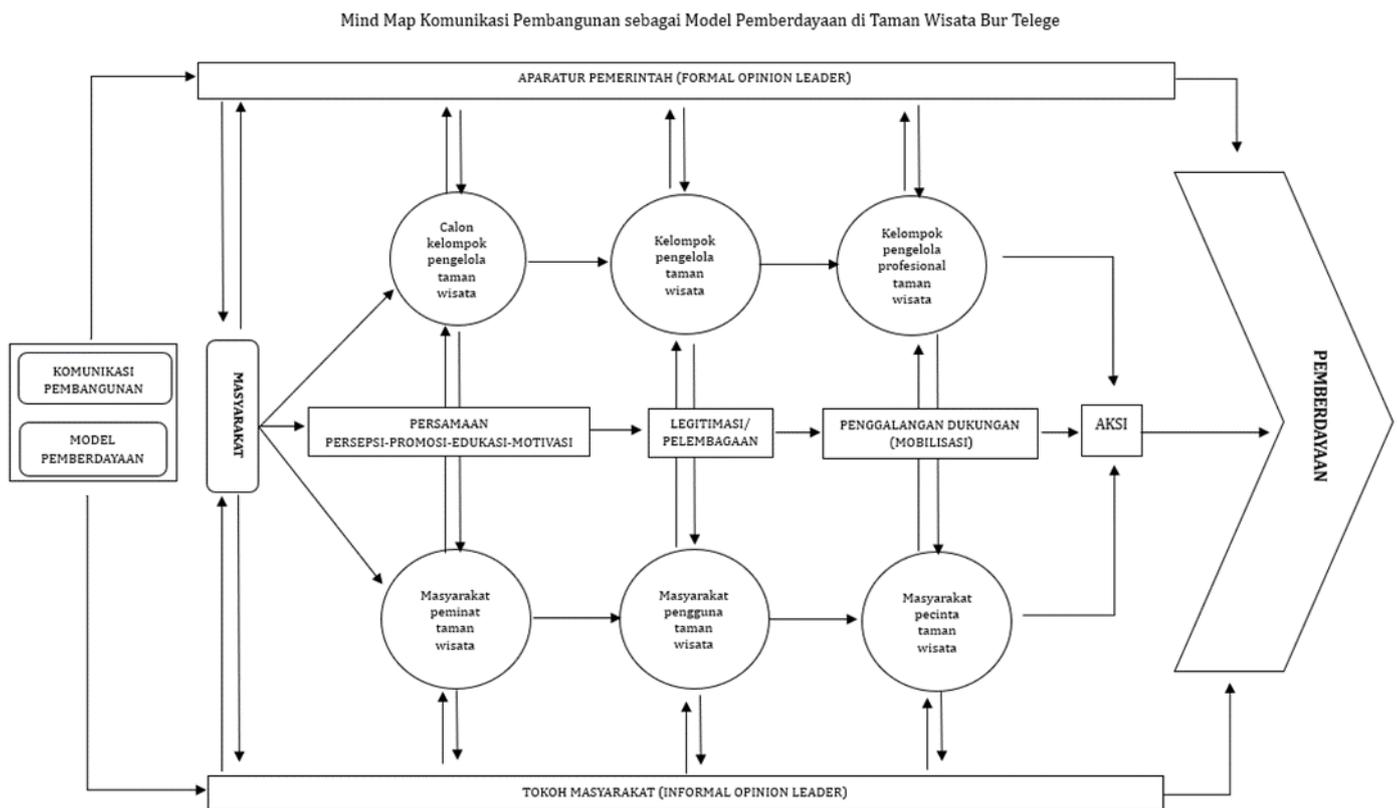
Inovasi dari hari ke hari menjadi bukti perkembangan taman wisata Bur Telege. Setelah melalui tahapan-tahapan, aksi nyata yang dilakukan oleh pengelola taman wisata Bur Telege adalah memetakan potensi yang dimiliki, mulai dari membuat paket-paket untuk wisatawan mancanegara dan lokal. Pengunjung dari mancanegara yang sudah pernah hadir ke Bur Telege ada dari negara

Korea, Jepang, Italia. Salah satu fauna yang diunggulkan di Bur Telege adalah Rangkok, Tupai Terbang, Iguana serta juga ada jenis burung langka Siniderbita yang ekosistemnya hanya ada di hutan Jambi dan Bur Telege (endemik asli Bur Telege). Untuk tarif pengunjung lokal biasa tidak butuh guide dan tidak ada interaksi, dikenakan tarif masuk Rp.5000, parkir motor roda dua Rp.5000,-, parkir roda empat Rp.10.000, sedangkan untuk anak-anak di bawah umur tidak dikenakan tarif masuk (wawancara dengan Pengelola taman wisata Bur Telege pada tanggal 23 Juni 2021).

Kondisi taman wisata Bur Telege saat ini secara umum memang dalam fase pembenahan, dimana segera dibangun wisata lainnya seperti *flying fox* dengan biaya Rp.20.000 dengan panjang 165 m, paket fauna untuk pengunjung manca negara dihitung dengan dolar dan bisa mencapai Rp.200.000 dengan fasilitas a guide yang khusus mengakomodir untuk fauna. Juga ada wisata edukasi yang sambil bermain dapat belajar.

Untuk perencanaan di masa yang datang, pengelola taman wisata Bur Telege memiliki komitmen yang kuat untuk berangkat dari tujuan utama berdirinya Bur Telege yaitu membuka lapangan pekerjaan. Komunikasi partisipatif secara bertahap memberikan dampak positif hingga merangkul aset komunitas, pengetahuan lokal hingga kearifan kontekstual untuk mendorong kemajuan [17]. Pengembangan dalam waktu dekat yaitu perluasan area parkir yang ada di bagian kanan yang untuk *agroforestry* dan *outbond* dengan luas lahan 20 HA. Dana desa yang dipergunakan kurang dari Rp.200.000.000 sejak awal wisata dibuka.

#### 4.5. Mind Map Komunikasi Pembangunan sebagai Model Pemberdayaan di Taman Wisata Bur Telege



**Gambar 1** Mind Map Komunikasi Pembangunan sebagai Model Pemberdayaan di Taman Wisata Bur Telege

Sumber: Data olahan Penulis tahun 2024.

Komunikasi pembangunan yang berlangsung di taman wisata Bur Telege terjadi secara *top down* dan *bottom up*. Maknanya adalah terdapat keseimbangan proses komunikasi yang terjadi antara aparatur pemerintah-tokoh masyarakat kepada masyarakat calon kelompok pengelola taman wisata, kelompok pengelola taman wisata, kelompok pengelola profesional taman wisata kepada

kelompok masyarakat peminat taman wisata, masyarakat pengguna taman wisata dan masyarakat pecinta taman wisata. Proses komunikasi terjadi dari sejak perencanaan awal atau tujuan didirikannya taman wisata Bur Telege adalah untuk penekanan angka pelanggaran syariat Islam, dan juga peningkatan kesejahteraan masyarakat. Unsur manajemen atau pimpinan tertinggi pengelolaan taman wisata Bur Telege dikoordinir oleh seluruh unsur yang ada di desa meliputi; Dinas Pemerintahan Desa, tokoh adat, tokoh agama hingga Dinas Pariwisata yang bertanggung jawab di tingkatan kabupaten kota.

Komunikasi partisipatif yang bersifat *top down* menyebabkan penerimaan yang cukup baik memberikan dampak pembangunan lahan yang lebih baik [18]. Lahan yang dimaksud diatas tentu saja bukan hanya lahan fisik melainkan konteks lahan dalam arti yang luas. Masyarakat telah melewati tahapan-tahapan komunikasi pembangunan yang bersifat humanis. Proses sosialisasi yang telah dilakukan oleh pihak aparat desa maupun tokoh-tokoh lainnya yaitu komponen formal *opinion leader* serta peranan *informal opinion leader* menunjukkan bahwa partisipasi aktif masyarakat merupakan bagian penting yang tidak dipisahkan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan. Berdasarkan *mind map* komunikasi pembangunan sebagai model pemberdayaan diatas maka posisi masyarakat pengelola taman wisata dan kelompok masyarakat penerima jasa taman wisata terus menerus melakukan konsultasi. Langkah awal yang dilakukan dimulai dari tahapan perumusan tujuan, kemudian dilakukan persamaan persepsi, promosi, edukasi hingga motivasi. Kemudian dilakukan proses pelembagaan, tahapan ini dilakukan untuk menghindari konflik kepentingan dalam mengelola taman wisata. Berikutnya adalah penggalangan dukungan atau disapa akrab dengan istilah mobilisasi, dukungan yang didapatkan bukan hanya dari masyarakat luas melainkan juga dukungan didapatkan dari penanam modal atau investor. Pada tahap akhir komunikasi pembangunan sebagai model pemberdayaan, para pengelola taman wisata Bur Telege berinovasi dengan keunggulan-keunggulan yang dimiliki serta merencanakan nilai-nilai besar bagi pengembangan taman wisata Bur Telege di masa mendatang.

## 5. SIMPULAN

Komunikasi pembangunan atau komunikasi partisipatif yang berlangsung di taman wisata Bur Telege pada proses pemberdayaan berlangsung secara *top down* dan *bottom up*. Koordinasi berlangsung dari aparat pemerintah selaku *formal opinion leader* dan tokoh masyarakat selaku *informal opinion leader* kepada kelompok masyarakat. Adapun pengelompokannya terdiri dari pengelola taman wisata Bur Telege dan juga pengguna taman wisata Bur Telege. Klasifikasi kelompok pengelola terdiri dari masyarakat calon kelompok pengelola wisata, kelompok pengelola wisata dan kelompok profesional pengelola taman wisata. Kelompok pengguna terdiri dari masyarakat peminat taman wisata, masyarakat pengguna taman wisata dan masyarakat pecinta taman wisata. Tahapan komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan masyarakat berlangsung dari penyusunan visi misi berdirinya taman wisata Bur Telege, kemudian dilanjutkan dengan persamaan persepsi, promosi, edukasi dan motivasi, kemudian dilanjutkan pada tahapan pelembagaan, kemudian memasuki tahapan penggalangan dukungan, terakhir adalah tahapan aksi. Secara keseluruhan upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh pengelola taman wisata Bur Telege berorientasi pada upaya penekanan angka pencegahan pelanggaran syariat Islam di desa Hakim Bale Bujang yang wilayah administrasinya meliputi taman wisata Bur Telege. Tujuan yang tidak kalah pentingnya adalah melahirkan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat setempat, adapun manfaat kehadiran taman wisata Bur Telege yang telah dirasakan oleh masyarakat adalah meningkatnya pendapatan dengan bukti nyata lahirnya beragam usaha dan industri di wilayah desa Hakim Bale Bujang.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Damayanti and H. Setiadi, "The Influence of Certificaton of Gayo Coffee Geographical Indication Against Value Added of Coffee In Gayo Highlands, Aceh," *IOP Conf. Ser. Earth Environ. Sci.*, vol. 338, no. 1, p. 012028, Nov. 2019, doi: 10.1088/1755-1315/338/1/012028.

- [2] M. A. Afandi, "Modernimse dan Kerusakan Lingkungan Perspektif Islam," *Dialogia*, vol. 17, no. 2, pp. 222–240, Dec. 2019, doi: 10.21154/dialogia.v17i2.1861.
- [3] I. Arisa, "Kebijakan Pemerintah Aceh Tengah Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata," *J. Ilm. Mhs. Fak. Ilmu Sos. Ilmu ...*, vol. 4, pp. 1–15, 2019, [Online]. Available: <http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/10194>
- [4] A. I. Kamil, I. Ilham, S. Ikramatoun, R. Meliza, and S. Sjaffruddin, "BUR TELEGE : ETNOGRAFI GERAKAN KOLEKTIF MASYARAKAT DALAM MEMBANGUN WISATA ISLAMI," *Aceh Anthropol. J.*, vol. 5, no. 2, p. 118, Nov. 2021, doi: 10.29103/aaj.v5i2.5650.
- [5] I. Solehah, S. Subhan, and H. Basri, "Keanekaragaman Jenis Vegetasi di Kawasan Hutan Wisata Bur Telege Kesatuan Pengelolaan Hutan (KPH) Wilayah II, Kabupaten Aceh Tengah," *J. Ilm. Mhs. Pertan.*, vol. 8, no. 1, pp. 541–548, Mar. 2023, doi: 10.17969/jimfp.v8i1.23702.
- [6] M. Volgger and H. Pechlaner, "Requirements for destination management organizations in destination governance: Understanding DMO success," *Tour. Manag.*, vol. 41, pp. 64–75, Apr. 2014, doi: 10.1016/j.tourman.2013.09.001.
- [7] A. Sapitri, T. Arlita, and A. Baihaqi, "Nilai Ekonomi Hutan Wisata Alam Bur Telege dengan menggunakan Travel Cost Method di Kawasan Hutan Bur Telege, Kabupaten Aceh Tengah," *J. Ilm. Mhs. Pertan.*, vol. 8, no. 1, pp. 549–558, Mar. 2023, doi: 10.17969/jimfp.v8i1.23887.
- [8] C. Kheerajit and A. G. Flor, "Participatory Development Communication for Natural Resources Management in Ratchaburi Province, Thailand," *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 103, pp. 703–709, Nov. 2013, doi: 10.1016/j.sbspro.2013.10.390.
- [9] D. N. Hadimin *et al.*, "KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MENUJU DESA UNGGUL DAN MANDIRI," *J. Abdimas Sang Buana*, vol. 1, no. 2, Nov. 2020, doi: 10.32897/abdimasusb.v1i2.504.
- [10] N. Tri Wahyuvi, R. Kriyantono, and Zulkarnaen, "POLA KOMUNIKASI PEMBANGUNAN TERKAIT PENGELOLAAN PROGRAM INOVASI DESA MENUJU PEMBERDAYAAN MASYARAKAT," *J. Herit.*, vol. 8, no. 2, pp. 92–106, Jul. 2020, doi: 10.35891/heritage.v8i2.1940.
- [11] I. Sulistiani, "Komunikasi Pembangunan Partisipatif Pada Program Pemberdayaan Masyarakat di Papua," *JOSETA J. Socio-economics Trop. Agric.*, vol. 2, no. 2, Oct. 2020, doi: 10.25077/joseta.v2i2.230.
- [12] R. Rakhmadani, "Komunikasi Pembangunan Partisipatif dalam Pengembangan Desa Wisata Sajen Edu Adventure melalui Pemberdayaan Masyarakat," *J. Penelit. Pers dan Komun. Pembang.*, vol. 25, no. 1, pp. 33–44, Nov. 2021, doi: 10.46426/jp2kp.v25i1.159.
- [13] N. Rochman, "MODEL PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT," *EQUILIBRIA Pendidik. J. Ilm. Pendidik. Ekon.*, vol. 1, no. 1, p. 59, Oct. 2017, doi: 10.26877/ep.v1i1.1831.
- [14] P. D. Krismawati, N. N. Hayati, and R. Alfiah, "Pengembangan Kawasan Wisata Alam Berbasis Partisipasi Masyarakat (Studi Kasus Air Terjun Jagir Desa Kampungnyar Kabupaten Banyuwangi)," *Matrap. J. Perenc. Wil. dan Kota*, vol. 3, no. 2, p. 63, Dec. 2022, doi: 10.19184/matrapolis.v3i2.36646.
- [15] M. I. Romadhan and B. C. S. A. Pradana, "Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Destinasi Wisata Kampung Adat Segunung Berbasis Pemberdayaan Masyarakat," *J. Communio J. Jur. Ilmu Komun.*, vol. 12, no. 2, pp. 222–234, Jul. 2023, doi: 10.35508/jikom.v12i2.8696.
- [16] S. Kwatra, A. Kumar, and P. Sharma, "A critical review of studies related to construction and computation of Sustainable Development Indices," *Ecol. Indic.*, vol. 112, p. 106061, May 2020, doi: 10.1016/j.ecolind.2019.106061.
- [17] G. A. Yudarwati and A. Gregory, "Improving government communication and empowering rural communities: Combining public relations and development communication approaches," *Public Relat. Rev.*, vol. 48, no. 3, p. 102200, Sep. 2022, doi: 10.1016/j.pubrev.2022.102200.
- [18] M. Paquette, E. J. Sommerfeldt, and M. L. Kent, "Do the ends justify the means? Dialogue, development communication, and deontological ethics," *Public Relat. Rev.*, vol. 41, no. 1, pp. 30–39, Mar. 2015, doi: 10.1016/j.pubrev.2014.10.008.