

**JIHP:**
Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik

E-ISSN: 2747-1993
P-ISSN: 2747-2000

<https://dinastirev.org/JIHP> dinasti.info@gmail.com [+62 811 7404 455](tel:+628117404455)

DOI: <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i5>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Strategi Peran Jurnalis Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Raja Ampat

Juminah¹, Nursyamsi², Canggi Araliya Aprianti Ode³, Halisa Alting⁴.

¹Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Sorong, Indonesia, juminah@unimudasorong.ac.id

²Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Sorong, Indonesia, nursyamsi@unimudasorong.ac.id

³Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Sorong, Indonesia, anggiaprilias32@gmail.com

⁴Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Sorong, Indonesia, halisaalting@gmail.com

Corresponding Author: juminah@unimudasorong.ac.id

Abstract. *The study entitled Strategy of the Role of Tourism Journalists in Increasing Tourist Visits in Raja Ampat is important, considering that the Raja Ampat Regency Government makes the tourism sector the backbone of the regional economy. Based on data from the Raja Ampat Tourism Office, the number of tourist visits in 2020 - 2022 fluctuates. Meanwhile, the presence of mass media in disseminating information is highly relied on in the tourism sector. This study aims to determine the strategy of tourism journalists to optimize their role in promoting tourism. This study is able to provide scientific justification regarding the most appropriate strategy for the role of tourism journalists to be used in promoting Raja Ampat destinations. The design of this study uses a case study approach with qualitative data analysis techniques of the Miles and Huberman model. The sources of research data consist of observation, documentation and interviews. The results of the study show that tourism journalists use four strategies in playing their role in increasing tourist visits in Raja Ampat, namely the role as providers of information, education, entertainment and social control. Journalists have contributed greatly to promoting Indonesian tourism throughout the world.*

Keywords: *Tourism, Role, Raja Ampat, Strategy, Tourists.*

Abstrak. Penelitian yang berjudul Strategi Peran Jurnalis Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Raja Ampat menjadi penting, mengingat Pemerintah Kabupaten Raja Ampat menjadikan sektor pariwisata sebagai tulang punggung perekonomian daerah. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Raja Ampat menunjukkan kunjungan wisatawan tahun 2020 - 2022 jumlahnya fluktuatif. Sementara itu, kehadiran media massa dalam menyebarkan informasi sangat diandalkan pada sektor pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi jurnalis pariwisata untuk mengoptimalkan perannya dalam mempromosikan pariwisata. Penelitian ini mampu memberikan justifikasi ilmiah mengenai strategi yang paling tepat bagi peran jurnalis pariwisata untuk digunakan dalam mempromosikan destinasi Raja Ampat. Desain penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman. Sumber data penelitian terdiri dari observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

wartawan pariwisata menggunakan empat strategi dalam memainkan perannya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Raja Ampat, yaitu peran sebagai pemberi informasi, edukasi, hiburan dan kontrol sosial. Wartawan banyak berkontribusi dalam mempromosikan pariwisata Indonesia ke seluruh dunia.

Kata Kunci: Pariwisata, Peran, Raja Ampat, Strategi, Wisatawan.

PENDAHULUAN

Penelitian terkait peran strategis wartawan pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Raja Ampat menjadi sangat penting, mengingat Pemerintah Kabupaten Raja Ampat telah menjadikan sektor pariwisata sebagai tulang punggung perekonomian daerah (Atmodjo, 2021). Hal ini dikarenakan faktor potensi keindahan alam bahari Papua yang 80 persennya berupa laut. Mengembangkan pariwisata berkelanjutan menjadi tantangan terbesar bagi Indonesia. Berdasarkan data yang dirilis oleh Dinas Pariwisata Raja Ampat menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan sejak tahun 2020, 2021 hingga 2022 cukup fluktuatif (BPS, 2023). Pada tahun 2020 terdapat 8253 wisatawan, tahun 2021 turun menjadi 2230 wisatawan, dan tahun 2020 meningkat menjadi 5725 wisatawan. Tidak dapat dipungkiri bahwa kehadiran media massa dalam menyebarkan informasi sangat diandalkan oleh berbagai sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata (Apriliza dkk., t.t.; Bayani & Fazri, 2022). Pada sektor ini, kepiawaian wartawan dalam menyampaikan informasi mengenai keindahan destinasi wisata menjadi senjata ampuh bagi masyarakat yang ingin berlibur. Peran wartawan dalam Industri Pariwisata Indonesia adalah sebagai daya dukung dan sebagai pengendali kebijakan. Wartawan banyak berkontribusi dalam mempromosikan pariwisata Indonesia ke seluruh dunia (Arief Husnanda Triadi dkk., 2023).

Peringkat pariwisata Indonesia akan naik pesat pada tahun 2022. Hanya dalam kurun waktu 18 bulan, peringkat pariwisata Indonesia melesat naik ke posisi 32, dari sebelumnya di posisi 44. Dengan naik 12 peringkat, untuk pertama kalinya Indonesia masuk dalam jajaran 117 negara dalam Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI), berada di atas Malaysia, Thailand, dan Vietnam (Addin Maulana dkk., 2022). Indonesia memiliki potensi besar dalam bidang pariwisata. Tantangan bagi bangsa ini adalah bagaimana menarik wisatawan lokal maupun mancanegara untuk datang dan menikmati keindahan yang ada di Indonesia. Semboyan “*Wonderful Indonesia*” sangat representatif, mengingat wilayah Indonesia sangat luas untuk dijelajahi, beragam dari segi budaya, dan sangat indah dari segi bentang geografisnya. Mengembangkan pariwisata berkelanjutan menjadi tantangan terbesar bagi Indonesia. Namun, di Raja Ampat, pengelolaan pariwisata berkelanjutan (ekowisata) sudah dimulai secara formal sejak kawasan ini ditetapkan sebagai kawasan konservasi. Sejak tahun 2008 hingga 2022 sebagai kabupaten yang baru terbentuk pada tahun 2003, Raja Ampat tekun dalam membangkitkan kembali industri pariwisatanya. (Aini dkk., 2021; Larasati & Aminun, 2023). Menurut Burhan Bungin dalam bukunya yang berjudul “*Tourism Marketing Communication and Destination Brands*” menulis bahwa komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian utama, diantaranya kajian Komunikasi Pemasaran Pariwisata dan Destination Brands. Kajian komunikasi pemasaran pariwisata atau *Tourist Communication Marketing* (TCM) merupakan bidang kajian yang membahas TCM secara utuh dalam konteksnya. Lengkap secara teoritis dan praktis, namun tidak spesifik dalam konteks spesialis. Sementara itu, Destination Branding merupakan kajian tentang merek dalam konteks merek produk destinasi juga publisitas dan branding juga merupakan kajian yang penting Komunikasi Pemasaran memiliki kedekatan dengan keilmuan komunikasi dan pariwisata. Komunikasi pariwisata mengkaji pemasaran pariwisata, destinasi wisata, aksesibilitas dan SDM serta

kelembagaannya. Selain itu, komunikasi pariwisata juga mengkaji promosi atau komunikasi pemasaran pariwisata yang erat kaitannya dengan industri wisata. (Fachri & Teniro, 2023)

Pengembangan sektor pariwisata tidak dapat hanya bertumpu pada peran pejabat di pemerintahan saja, tetapi memerlukan dukungan dari berbagai pemangku kepentingan lainnya seperti dunia industri, masyarakat luas, akademisi dan juga media massa (Amalia & Ruslyandi, 2023; Ardiyansyah dkk., t.t.; Gita Maharani & Malau, 2022; Suwarso, 2021). Dalam aspek promosi, media massa memegang peranan penting dalam menyebarkan informasi yang meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Dengan demikian, media memegang peranan penting dalam penataan, pengembangan dan pembinaan pariwisata selanjutnya. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia kini gencar mengajak dan mendukung pers sebagai salah satu bentuk pelaksanaan Gerakan Jurnalis Sadar Wisata. Media massa dalam hal ini wartawan pariwisata merupakan jantungnya pariwisata sebagai saluran media massa yang turut membantu memperkenalkan dunia pariwisata lebih dikenal lagi. Kehadiran wartawan mendukung pengembangan pariwisata dengan memberikan informasi kepada masyarakat luas, baik secara nasional maupun internasional. Berdasarkan Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999, Pasal 3 (1) disebutkan bahwa pers nasional berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial (*UU PERS 1999*, 2023). Fungsi ini memungkinkan wartawan idealnya mampu memberikan manfaat dan sumbangan positif dalam pengembangan dunia pariwisata. Promosi merupakan salah satu faktor terpenting dalam pengembangan destinasi wisata. Tak terkecuali surga wisata Raja Ampat, tak akan terkenal tanpa publisitas. Pariwisata saat ini menjadi sumber devisa terbesar dari sektor selain minyak dan gas. Diproyeksikan bahwa pariwisata pada awalnya juga akan menjadi sumber pendapatan negara terbesar di masa mendatang.

Melihat data dan latar belakang di atas, sebagai peneliti di bidang media massa, peneliti ingin mengetahui peran strategis jurnalis pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Raja Ampat. Rumusan masalah adalah: Bagaimana peran strategis jurnalis pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Raja Ampat?

METODE

Desain penelitian ini yakni *case studies* atau studi kasus. Metode penelitian bisa dijelaskan lebih rinci pada tahap berikut: (a). Menentukan pertanyaan penelitian, pada tahap penelitian ini fokus melakukan observasi awal untuk menghasilkan pertanyaan terkait *what* dan *how* yang berkaitan dengan topik penelitian. (b). Menentukan desain penelitian Studi Kasus, studi kasus merupakan penelitian yang mendalam dalam rentang waktu tertentu, dalam hal ini penelitian ini terkait tentang peran strategi wartawan pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Raja Ampat pada tahun 2020 – 2022. Tujuan pada desain penelitian studi kasus untuk memperoleh diskripsi yang utuh terkait strategi peran wartawan. Studi kasus menghasilkan data untuk selanjutnya dianalisis untuk menghasilkan teori. Sebagaimana prosedur perolehan data penelitian kualitatif, data studi kasus diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi atau arsip. (c). Tahap pengecekan keabsahan data, pada penelitian ini harus melakukan tahap validasi data dengan menggunakan teknik triangulasi sumber data yang memungkinkan kebenaran informasi tertentu, digali melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Selain wawancara dan observasi, dokumen, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan dan tulisan pribadi, gambar dan foto dapat digunakan untuk penelitian ini. Tentu saja, masing-masing metode ini memberikan bukti atau data yang berbeda, memberikan wawasan yang berbeda tentang fenomena yang diteliti. Sudut pandang yang berbeda ini menghasilkan berbagai pengetahuan untuk mendapatkan kebenaran yang dapat diandalkan. (d). Tahap pengumpulan data yakni penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi, observasi, dan wawancara. Sumber data yakni berupa data sekunder dan data primer. Data primer untuk penelitian ini diperoleh dari wawancara. Informan dan sampel

penelitian difokuskan pada wartawan pariwisata di Kabupaten Sorong. Sampel survei ditentukan menurut besarnya populasi survei yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin. Sumber data sekunder berupa laporan, publikasi ilmiah dan artikel dengan topik penelitian, khususnya strategi peran jurnalis pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Teknik wawancara yang digunakan adalah semi terstruktur. Penentuan jumlah informan menggunakan metode Snowball sampling. (e). Tahap analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif model Miles and Huberman. Digunakan untuk menganalisis data primer yang diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Ada tiga tahap yang dapat dilakukan dalam menganalisis data wawancara. Pertama reduksi data, kedua penyajian data dan ketiga menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu tujuan komunikasi pariwisata adalah untuk mengkomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan aksesibilitas, mengkomunikasikan destinasi kepada para wisatawan (Gampo Haryono & Albetris Albetris, 2022). Komunikasi juga berperan menyiapkan konten pesan yang harus disampaikan kepada masyarakat atau wisatawan tentang apa yang semestinya mereka tahu tentang tempat wisata tersebut. Dapat disimpulkan bahwa Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan mengenai destinasi wisata. Jurnalisme Pariwisata atau yang biasa dikenal sebagai jurnalisme perjalanan memiliki 5 alasan untuk mendapat perhatian serius untuk dikaji, di antaranya yakni: (1) jurnalisme yang fokus membahas pariwisata memiliki potensi yang besar di waktu mendatang, (2) Jurnalisme pariwisata menjadi bahan komunikasi dalam dunia internasional, (3) Dunia yang berkaitan dengan pariwisata menjadi aktifitas yang sedang tren, (4) masih sedikit peneliti yang mengkaji dampak dunia pariwisata, dan (5) Aspek yang berkaitan dengan pariwisata trendnya terus berkembang. Dengan perkembangan industri pariwisata yang mampu meningkatkan devisa negara, perlu langkah yang tepat untuk mempromosikan wisata Indonesia (Bangun dkk., 2023; Ollani Vabiola Bangun dkk., 2023). Salah satu caranya adalah lewat komunikasi yaitu menyampaikan pesan kepada masyarakat dengan teknik persuasi yang menarik orang untuk berkunjung. Dunia pariwisata sebagai salah satu yang memiliki keberagaman produk memerlukan komunikasi pariwisata, yaitu sebuah kegiatan yang terstruktur dan menyeluruh untuk menyampaikan pesan pariwisata kepada masyarakat luas. (Pramono Benyamin dkk., 2021; Santoso dkk., 2022)

Berdasarkan data primer yang dikeluarkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika, Statistik, dan Persandian (Diskominfo) Kabupaten Sorong Provinsi Papua Barat Daya Tahun 2023 menyebutkan bahwa ada 12 media massa yang diakui. Adapun 12 media massa ini tersebut yakni:

Tabel 1. Media Massa di Kabupaten Sorong

No	Nama Media	Jenis Media	Berdiri	Keterangan
1	RRI Sorong	elektronik	1963	eksis
2	CWM Channel	elektronik	2012	eksis
3	Papua Channel	elektronik	2017	Tutup
4	Kompas Tv Sorong	elektronik	2017	eksis
5	Kontributor Metro Tv	elektronik	2000	eksis
6	Kontributor Tv One	elektronik	2000	eksis
7	Radar Sorong	online	2000	eksis
8	Papua Barat Pos	online	2005	tidak sesuai standar
9	Mata Papua	online	2013	tidak sesuai standar
10	Suara Karya	online	2023	eksis
11	Tribusorong.com	online	2023	media baru
12	Antara	online	2007	eksis

Sumber: Diskominfo Kabupaten Sorong, 2023

Berdasarkan tabel 1. di atas, diketahui bahwa dari 12 media massa di Kabupaten Sorong, ada 1 media yang sudah tutup, 2 media massa tidak sesuai standar sebagaimana yang diatur oleh UU pers, 1 media baru yang beroperasi pada tahun 2023, dan ada 8 media massa di Kabupaten Sorong yang sesuai standar UU pers dan masih aktif sejak tahun 2020 - 2023.

Tabel 2. Tabulasi Berita

No	Media	Tahun Terbit			Total	Jenis Berita			
		2020	2021	2022		Informasi	Hiburan	Kontrol	Pendidikan
1	RRI Sorong	0	4	0	4	1	2	0	1
2	CWM Channel	0	0	2	2	2	0	0	0
3	Kompas TV	3	11	5	19	14	2	0	2
4	Metro Tv	2	1	0	3	2	1	0	0
5	TV One News	1	2	2	5	3	2	0	0
6	Radarsorong.Id	0	7	6	13	13	0	0	0
7	Suarakarya.Id	5	0	0	5	4	0	0	1
8	Antara	4	1	1	6	3	0	3	0
Total:		15	26	17	58	43	8	3	4

Sumber: Olah Data Primer, 2023

Pada Tabel 2. diketahui bahwa pada tahun 2020 media massa di Kabupaten Sorong memproduksi berita pariwisata sebanyak 15 berita, tahun 2021 memproduksi berita pariwisata sebanyak 26 berita, sedangkan pada tahun 2023 memproduksi 17 berita. Selama rentang waktu 2020 hingga 2023, total ada 58 berita. Selanjutnya berita tersebut diklasifikasikan menjadi 4 kategori strategi peran wartawan, dari olah data peneliti maka bisa diketahui bahwa ada 43 berita yang masuk kategori berita informasi, 8 berita kategori berita hiburan, 3 berita kontrol, dan 4 berita tentang pendidikan pariwisata.

Pada pergaulan kehidupan bermasyarakat, setiap orang memiliki peran. Seperti halnya profesi juga memiliki peranan khusus, profesi wartawan dalam UU Pers No 40 Tahun 1999 memiliki peran sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Wartawan merupakan orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik. (Muliadi Juminah & Canggih Araliya Aprianti Ode, 2022). Berangkat dari pemaparan Seorjono Soekanto tentang teori peran, menjelaskan bahwa peran diartikan sebagai buah pikiran dan kesepakatan bersama untuk menuntun masyarakat dalam bersikap pada kehidupan sehari-hari. Seorang yang berprofesi sebagai Wartawan pada kehidupan bermasyarakat memiliki peran sesuai dengan profesinya. (Bayani & Fazri, 2022) Pada penelitian yang telah dilaksanakan terhadap 8 wartawan yang bekerja pada media massa di wilayah Kabupaten Sorong, seorang yang berprofesi sebagai wartawan tidak hanya memainkan peran sekadar sebagai penulis berita, namun juga ikut serta dalam mempromosikan pariwisata yang ada di Papua, utamanya destinasi kebanggaan Indonesia yakni Pariwisata Raja Ampat. Ada 4 strategi terkait peran wartawan yang dioptimalkan pada media massa di Kabupaten Sorong, yakni:

Strategi wartawan pariwisata sebagai pemberi informasi, wartawan merupakan orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik, adapun kegiatan jurnalistik tersebut meliputi kegiatan mencari, mengolah, dan menyebarkan informasi (Hamson dkk., 2022). 8 Wartawan di Kabupaten Sorong ditilik melalui kanal media masing-masing teratur menulis berita yang berisi informasi terkait Pariwisata Raja Ampat, dari keunikan hingga keindahan geografisnya telah ditulis secara detail dan ditampilkan pada media massa lokal hingga nasional tempat wartawan bekerja. Kajian jurnalistik perjalanan sangat memungkinkan dilakukan dengan berbagai macam tujuan. Tujuan utama dalam jurnalistik perjalanan adalah untuk mendeskripsikan dan menginformasikan kepada masyarakat tentang destinasi pariwisata secara menarik dan tetap berpegang teguh pada kaidah jurnalistik (Wardaningsih,

2021). Metode jurnalisme perjalanan dianggap lebih fleksibel dengan fokus kepada tanggung jawab sosial para jurnalis untuk menginformasikan kebenaran terhadap komunitas masyarakat. Strategi peran wartawan pariwisata sebagai hiburan: Wartawan pariwisata memproduksi berita terkait pariwisata yang sebagian besar isinya terkait tempat wisata yang dapat menghibur para penonton atau pembaca (Yalatama dkk., 2021). Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas wartawan mengkategorikan berita pariwisata masuk dalam rubrikasi Hiburan. Setiap media massa memiliki kebijakan sendiri dalam menentukan rubrikasi, namun secara umum berisi tentang Rubrik News, Ekonomi, Sport, Kriminal, Lifestyle, dan Hiburan. Setiap rubrik memiliki fokus konten dan tujuan khusus, misalnya rubrik hiburan tujuannya yakni untuk menghibur para audiens. Wahyudi sebagai wartawan RRI Sorong menceritakan bahwa Pers memainkan peran sebagai media hiburan, tujuannya agar para pendengar tidak berat mendengarkan berita yang berat terus menerus sepanjang hari. Pariwisata juga didefinisikan sebagai perjalanan untuk tujuan mendapatkan hiburan, mengetahui sesuatu, menikmati istirahat, memperbaiki kesehatan, menunaikan tugas, dan lain sebagainya (Badriatin & Rinandiyana, 2023).

Strategi peran wartawan pariwisata sebagai pendidik, pers mempunyai peran sebagai alat perubahan sosial dan pembaharuan masyarakat. Akan tetapi, perannya lebih menunjuk pada peran yang “membangun”, untuk memberi informal, mendidik, dan menggerakkan masyarakat berpartisipasi dalam pembangunan. Selain itu, pers juga berperan dalam penyampaian kebijaksanaan. Disamping itu masyarakat juga dapat menggunakan pers sebagai penyalur aspirasi dan pendapat. Wartawan radarsorong.id mengatakan ingin memberikan informasi dan edukasi. Berita yang disajikan memungkinkan orang-orang dari semua lapisan masyarakat untuk merenungkan dan mendapatkan wawasan baru tentang topik yang disorot, termasuk wisata. Media harus mampu menciptakan suasana yang konstruktif. Informasi dapat disebarluaskan kepada masyarakat melalui pers dan media massa. Sehingga pers dapat memperluas dunia gagasan dan membangun simpati. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa wartawan di Kabupaten Sorong bertindak sebagai agen pembaharu dalam mempromosikan wisata, yaitu dengan memperhatikan cara penyampaian beritanya agar mempengaruhi pikiran pembacanya. Media mempunyai fungsi mendidik masyarakat. Pada fungsi ini media massa memiliki kewajiban menyampaikan informasi yang mencerahkan, membuat masyarakat dari semula tidak mengetahui tentang sesuatu hal akhirnya menjadi tahu. Bukan hanya tahu tetapi juga memahami. Ini menjadikan media massa sebagai seperti seorang guru. (Hadi, 2009)

Strategi peran wartawan pariwisata sebagai pengawasan, segala peristiwa yang terjadi di masyarakat tidak terlepas dari isu yang ditulis oleh wartawan, sebagaimana disebutkan di atas, Wartawan juga berperan sebagai kontrol terhadap kebijakan yang dikeluarkan stake holder terkait. Pada aspek ini, konten Wartawan perlu menjadi mata dan telinga bagi masyarakat untuk menjaga dunia pariwisata. Berdasarkan wawancara dengan wartawan dengan Kompas, menyebutkan bahwa berita kontrol menjadi penting agar stake holder terkait tidak membuat kebijakan yang sewena-wena. Berdasarkan uraian di atas, media massa di Kabupaten Sorong memiliki peran aktif dalam memainkan peran pengawasan, peran ini akan membawa Pariwisata Kabupaten Sorong ke arah yang lebih baik. Keberadaan media massa membuat suara publik didengar oleh pembuat kebijakan, hal inilah yang membuat kehadiran wartawan yang kompeten menjadi posisi strategis.

Selain, memainkan peran sebagai informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial, Wartawan di Kabupaten Sorong juga memiliki berbagai strategi tambahan lainnya agar memiliki pembaca yang setia. Strategi tersebut, misalnya: kemampuan dalam berbahasa, kemampuan dalam menulis (kemampuan menguraikan deskripsi, diksi, dan data), pengembangan isu, penguasaan lapangan, dan menghadapi hambatan. Strategi wartawan dalam memainkan perannya memiliki implikasi terhadap peningkatan jumlah

kunjungan/pembaca berita serta meningkatnya jumlah kerjasama antar berbagai stakeholder di dunia pariwisata dengan wartawan pariwisata sebagai perwakilan dari perusahaan pers tempat wartawan tersebut bekerja. Media massa menjalankan peran sebagai pengawas dan pengontrol jalannya kekuasaan. Kekuasaan bisa berarti pemerintah, parlemen dan lembaga peradilan. Namun demikian di dalam praktiknya media tidak bisa bebas menyampaikan informasi ke masyarakat karena pengaruh kekuasaan dan kepemilikan media (Kodoati & Maida, 2023) Strategi wartawan dalam memainkan perannya memiliki **implikasi** terhadap peningkatan jumlah pembaca berita serta meningkatnya jumlah kerjasama antar berbagai *stakeholder* di dunia pariwisata dengan wartawan pariwisata sebagai perwakilan dari Perusahaan pers tempat wartawan tersebut bekerja.

KESIMPULAN

Strategi wartawan tahun 2021 - 2023 untuk meningkatkan kunjungan turis di Raja Ampat yakni dengan mengoptimalkan peran wartawan sebagai sumber informasi, hiburan, pendidikan, dan kontrol sosial. Keberadaan media massa membuat suara publik didengar oleh pembuat kebijakan, hal inilah yang membuat kehadiran wartawan yang kompeten menjadi posisi strategis. Selain, memainkan peran sebagai informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial, Wartawan di Kabupaten Sorong juga memiliki berbagai strategi tambahan lainnya agar memiliki pembaca yang setia. Strategi tersebut yakni kemampuan dalam berbahasa, kemampuan dalam menulis, menguraikan deskripsi, memilih diksi, mengelola data, pengembangan isu, penguasaan lapangan, dan menghadapi hambatan saat liputan. Strategi wartawan dalam memainkan perannya memiliki implikasi terhadap peningkatan jumlah kunjungan/pembaca berita serta meningkatnya jumlah kerjasama antar berbagai stakeholder di dunia pariwisata.

REFERENSI

- Addin Maulana, Dini Oktaviyanti, Dwi Wahyuni, Norman Sasono, & Guntur Sakti. (2022). Implikasi Kebijakan Atas Terbitnya Travel & Tourism Development Index 2021 Terhadap Upaya Peningkatan Daya Saing Kepariwisata Indonesia Di Pasar Global. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 16(2), 149–162. <https://doi.org/10.47608/Jki.V16i22022.149-162>
- Aini, N., Satria, A., Wahyuni, E. S., & Bengen, D. G. (2021). Program Strategis Dalam Mengatasi Kendala Kelembagaan Pengelolaan Ekowisata Bahari Di Raja Ampat (Studi Kasus: Kampung Wisata Distrik Meos Mansar). *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 11(2), 127. <https://doi.org/10.15578/Jksekp.V11i2.9655>
- Amalia, N. & Ruslyandi. (2023). Kebijakan Pengembangan Pariwisata Melalui Ajang Mojang Jajaka Sebagai Duta Pariwisata. *Jurnal Governansi*, 9(1), 71–80. <https://doi.org/10.30997/Jgs.V9i1.8005>
- Apriliza, R. A. R., Duku, S., & Pohan, H. A. (T.T.). *Peran Wartawan Dalam Mempromosikan Wisata Melalui Bentuk Berita Pada Media Sosial Instagram Instansi Berita Harian @Bisniscom.Sumbagsel*.
- Ardiyansyah, A., Hanifa, I., & Nadira, I. (T.T.). *Peranan Pemerintah Aceh Terhadap Pembangunan Pariwisata Halal Di Era Globalisasi*.
- Arief Husnanda Triadi, Baiq Vira Safitri, & Novita Maulida. (2023). Aktivitas Media Relations Dinas Pariwisata Lombok Barat (Studi Deskriptif Strategi Relasi Media Humas Dinas Pariwisata Lombok Barat Dalam Menjalin Hubungan Dengan Jurnalis Lokal). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 4(2), 55–66. <https://doi.org/10.29303/Qs478p71>
- Badriatin, T., & Rinandiyana, L. R. (2023). *Unforgettable Experience Dalam Pendekatan Pemasaran Festival Pariwisata Di Pangandaran*. 7(3).

- Bangun, O. V., Wulandari, S., Ananto, E., & Iranisa. (2023). Pengaruh Anggaran Pariwisata Terhadap Produk Domestik Bruto, Tenaga Kerja, Dan Devisa Pariwisata. *Jurnal Budget : Isu Dan Masalah Keuangan Negara*, 8(2), 293–311. <https://doi.org/10.22212/jbudget.V8i2.165>
- Bayani, N., & Fazri, A. (2022). Peran Organisasi Wartawan Dalam Meningkatkan Profesionalisme Wartawan (Studi Kasus Persatuan Wartawan Indonesia Aceh Jaya). *Sosmaniora: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 187–192. <https://doi.org/10.55123/Sosmaniora.V1i2.486>
- Fachri, H., & Teniro, A. (2023). Komunikasi Dan Promosi Destinasi Wisata: Strategi Dinas Pariwisata Aceh Tengah. *Biram Samtani Sains*, 8(1), 28–38. <https://doi.org/10.55542/jbss.V8i1.966>
- Gampo Haryono & Albetris Albetris. (2022). Peranan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Pemanfaatan E-Tourism Marketing Untuk Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 6(1), 136. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.V6i1.509>
- Gita Maharani, F., & Malau, H. (2022). Peran Dinas Pariwisata Kebudayaan Kota Pariaman Dalam Pengembangan Daerah Wisata Hutan Mangrove Di Desa Apar Kota Pariaman. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2475–2482. <https://doi.org/10.54443/Sibatik.V1i11.384>
- Hamson, Z., Nurdin, N. H., Yusuf, R. I., Idris, M., & Atrianingsi, A. (2022). *Workshop Jurnalisme Peduli Pariwisata Dalam Menunjang Program Desa Wisata*. 4(1).
- Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Dan Domestik Di Kabupaten Raja Ampat (Jiwa), 2019-2021. (2023). [Pemerintah]. Bps. <https://rajaampatkab.bps.go.id/id/statistics-table/2/mje3izi=/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-dan-domestik-di-kabupaten-raja-ampat.html>
- Kodoati, M. C., & Maida, S. T. (2023). Defisit Kritis Media Massa: Menimbang Kebutuhan Akan Regulasi Diri Media Massa Berdasarkan Pemikiran Jürgen Habermas.
- Larasati, S. E., & Aminun, N. F. (2023). Analisis Ekowisata Di Kawasan Konservasi Perairan Raja Ampat: Daya Dukung Dan Evaluasi Wisatawan Dari Situs Tripadvisor. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 13(2), 115. <https://doi.org/10.22146/jnp.91876>
- Muliadi Juminah & Canggih Araliya Aprianti Ode. (2022). Profesionalisme Wartawan Politik Pada Media Online Di Sulawesi Selatan. 3(2).
- Ollani Vabiola Bangun, Savitri Wulandari, Eko Ananto, & Iranisa. (2023). Pengaruh Anggaran Pariwisata Terhadap Produk Domestik Bruto, Tenaga Kerja, Dan Devisa Pariwisata. *Jurnal Budget : Isu Dan Masalah Keuangan Negara*, 8(2), 293–311. <https://doi.org/10.22212/jbudget.V8i2.165>
- Pramono Benyamin, Eni Maryani, & Meria Octavianti. (2021). Penggunaan Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Ciburial, Samarang, Garut. *Communication*, 12(2), 108. <https://doi.org/10.36080/comm.V12i2.1505>
- Santoso, H., Priatna, W. B., & Mulyana, B. (2022). Faktor-Faktor Dominan Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Wisata Kuliner Kopi Masa Pandemi Covid-19 Di Bogor. *Manajemen Ikm: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 15(2), 118–127. <https://doi.org/10.29244/mikm.15.2.118-127>
- Suwarso, W. A. (2021). Peran Masyarakat Dalam Promosi Pariwisata Kota Singkawang. *Jurnal Pikma : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 3(2), 146–156. <https://doi.org/10.24076/pikma.V3i2.474>
- Uu Pers 1999. (T.T.).
- Wardaningsih, A. D. (2021). Transformasi Jurnalisme Perjalanan Tiga Media: Dari Konvensional Menuju Online. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 42(2), 237.

<https://doi.org/10.47313/Jib.V42i2.1439>

Yalatama, R. N., Sjafirah, N. A., & Aunillah, R. (2021). Wacana Budaya Suku Sasak Di Desa Sade Dalam Detik.Com. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 5(1), 31.
<https://doi.org/10.24198/Jkj.V5i1.31320>