

## Peran dan Aktivitas Komunikasi Generasi Pesona Indonesia Wakatobi Dalam Mempromosikan Pariwisata di Wakatobi

### *Role and Communication Activities of the Wakatobi Indonesian Charm Generation In Promoting Tourism in Wakatobi*

Riki Arswendi<sup>1</sup>

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana<sup>1</sup>

Email : [riki.arswendi@mercubuana.ac.id](mailto:riki.arswendi@mercubuana.ac.id)

#### Abstrak

Generasi Pesona Indonesia (GenPi) Wakatobi adalah komunitas sadar wisata yang aktif berbagi informasi potensi pariwisata Wakatobi melalui akun Instagram @genpiwakatobi. Dalam akun instagramnya, Genpi Wakatobi terlihat lebih aktif dari institusi dinas pariwisata Wakatobi. Tujuan penelitian ini adalah bagaimana aktivitas komunikasi Genpi Wakatobi dalam mempromosikan pariwisata kabupaten Wakatobi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi pariwisata menurut Bungin. Hasil temuan menunjukkan bahwa Genpi Wakatobi menjalankan peran dan fungsi humas, menjadikan komunitas sebagai bagian dari aktivitas komunikasinya dan bermitra dengan pemerintah. Secara garis besar Genpi Wakatobi melakukan kegiatan komunikasi *offline* dalam bentuk kolaborasi dengan Dinas Pariwisata Wakatobi, komunitas *Non Government Organization*, dan institusi pendidikan SMP/SMA. Sementara untuk aktivitas *online*, komunikasi dilakukan dengan menggunakan media sosial instagram dan facebook. Keterbatasan sumber daya manusia, alat berupa kamera berdampak pada keterbatasan jumlah konten yang diproduksi dan diunggah ke akun media sosialnya.

**Kata Kunci:** aktivitas komunikasi, komunitas sadar wisata, Genpi Wakatobi.

#### Abstract

*Generasi Pesona Indonesia (GenPi) Wakatobi is a tourism awareness community that actively shares information about Wakatobi's tourism potential through the Instagram account @genpiwakatobi. In his Instagram account, Genpi Wakatobi looks more active than the Wakatobi tourism service institution. The aim of this research is to find out the role and communication activities of Genpi Wakatobi in promoting Wakatobi district tourism. This research is qualitative*

*research using the constructivism paradigm. The theory used is tourism communication theory according to Bungin. The research results show that Genpi Wakatobi carries out the role and function of public relations, making the community part of its communication activities and partnering with the government. In general, Genpi Wakatobi carries out offline communication activities in the form of collaboration with the Wakatobi Tourism Office, non-governmental organization communities, and middle/high school educational institutions. Meanwhile, for online activities, communication is carried out using social media Instagram and Facebook. Limited human resources and camera equipment have an impact on the limited amount of content produced and uploaded to their social media accounts.*

**Key words:** *role, communication activities, tourism awareness community, Genpi Wakatobi.*

## PENDAHULUAN

Komunitas sadar wisata adalah kelompok masyarakat yang peduli akan potensi pariwisata di sekitar tempat tinggal mereka. Komunitas sadar wisata ini biasanya berkelompok dan memiliki ketertarikan dalam terhadap berbagai aktivitas pariwisata hingga pengelolaan objek wisata. Generasi Pesona Indonesia merupakan salah satu komunitas sadar wisata yang tersebar di seluruh Indonesia. Salah satunya adalah Generasi Pesona Indonesia (Genpi) Wakatobi. Komunitas Generasi pesona Indonesia merupakan salah satu contoh komunitas yang aktif menggunakan media sosial sebagai media untuk berkomunikasi dan mengkomunikasikan berbagai aktivitas internal komunitas dengan berbagai potensi pariwisata di berbagai wilayah di Indonesia. Komunitas Generasi pesona Indonesia tersebar di 38 provinsi di Indonesia. Keberadaan Genpi Wakatobi diharapkan menjadi salah satu tim komunikasi Kabupaten Wakatobi dalam mempromosikan berbagai destinasi pariwisatanya. Sebagaimana dilansir dari sumber berita berikut ini:



Sumber: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3924689/dideklarasikan->



[genpi-wakatobi-siap-jadi-garda-terdepan-pariwisata-caribbean-van-celebes](https://travel.kompas.com/read/2019/03/27/093000627/genpi-akan-buat-pariwisata-wakatobi-melesat?page=all)

Sumber: <https://travel.kompas.com/read/2019/03/27/093000627/genpi-akan-buat-pariwisata-wakatobi-melesat?page=all>

### "GenPI akan Buat Pariwisata Wakatobi Melesat"

KOMPAS.com – Branding destinasi Wakatobi diprediksi akan semakin kuat karena di-back up Generasi Pesona Indonesia (GenPI) Wakatobi. Artinya arus wisatawan yang masuk pun akan semakin deras dan bisa meningkatkan

kesejahteraan masyarakat setempat. Resmi dideklarasikan, Sabtu (23/3/2019), kehadiran GenPI Wakatobi, Sulawesi Tenggara tentu menjadi suplemen terbaik bagi pariwisata Wakatobi. Sebab, beragam potensi yang ada akan dipromosikan di media sosial. "Seluruh potensi pariwisata yang ada di Wakatobi akan bisa di-branding dengan baik. Sebab, GenPI punya tugas juga untuk mengeksplorasi beragam destinasi," ungkap Bupati Wakatobi Arhawi, Senin (25/3/2019), seperti dalam keterangan tertulisnya. Hal senada diutarakan pula oleh Asisten Deputi Strategi dan Komunikasi I pada Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran I Kementerian Pariwisata (Kemenpar) Hariyanto. Menurutnya kehadiran GenPI tentu akan semakin menguatkan daya tawar Wakatobi, apalagi banyak potensi alam dan budaya di wilayah ini yang sungguh luar biasa indah. "Wakatobi tentu akan mendapatkan banyak value, terutama hasil dari branding GenPI yang diyakini akan menaikkan arus kunjungan wisatawan," papar Hariyanto.

*Sumber : [GenPI akan Buat Pariwisata Wakatobi Melesat \(kompas.com\)](https://www.kompas.com)*

Artikel di atas menunjukkan harapan dan apresiasi tinggi yang diberikan oleh pemerintah daerah dan pemerintah pusat terhadap Generasi Pesona Indonesia (GenPi) Kabupaten Wakatobi. Pemerintah meletakkan harapannya kepada kelompok sadar wisata GenPi Wakatobi dalam membangun branding pariwisata Kabupaten Wakatobi. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran dan aktivitas komunikasi komunitas sadar wisata Generasi Pesona Indonesia (GenPi) Wakatobi dalam mempromosikan potensi wisata di Wakatobi?

## METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme menilai bahwa realitas atau kebenaran itu tidak tunggal. Realitas diciptakan oleh individu dalam kelompok berdasarkan hasil interpretasi mereka. Paradigma ini bermanfaat dalam penelitian untuk menemukan makna dari suatu peristiwa atau kegiatan dengan menggunakan metode seperti wawancara, observasi, studi kasus, dan sebagainya. Beberapa pendekatan konstruktivis yang digunakan untuk mendapatkan pengetahuan mengenai sesuatu (perspektif teori) mencakup: interpretivisme, fenomenologi, interaksi simbolik dan kritis (Morisson 2017).

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif adalah penelitian bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara *holistic*, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong 2018). Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah kelompok komunitas Sadar wisata Kabupaten Wakatobi yakni Laode Sarfiil sebagai ketua Genpi Wakatobi, admin akun Instagram Genpi Wakatobi, pelaku usaha dan pokdarwis, sebagai *key informan*. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan studi pustaka. Alasan saya memilih beberapa informan di atas adalah karena beberapa orang tersebut memiliki beberapa informasi yang menunjang dalam proses penelitian ini dan para informan juga telah mengizinkan peneliti untuk menjadikan sebagai informan dalam penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

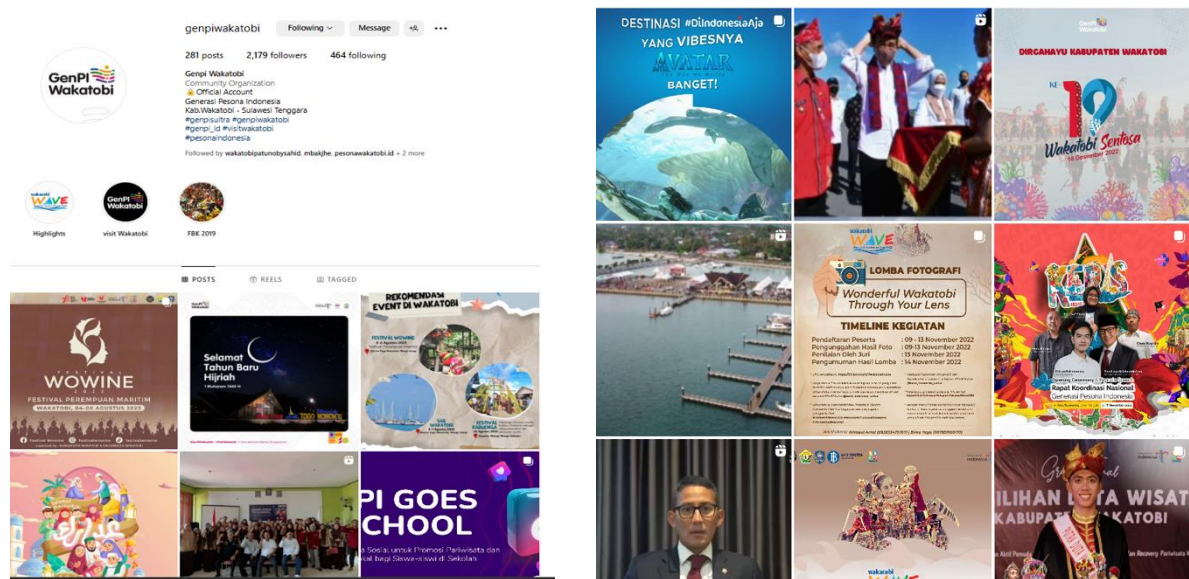
Menurut Bungin (2015:88) komunikasi membantu pemasaran pariwisata diberbagai elemen pemasaran, komunikasi berperan baik di media komunikasi maupun konten komunikasi. Di media komunikasi, tersedia berbagai macam media komunikasi sebagai saluran pemasaran, destinasi, aksesibilitas maupun saluran media SDM dan kelembagaan pariwisata. Komunikasi juga berperan menyiapkan konten pesan yang harus disampaikan kepada masyarakat atau wisatawan, tentang apa yang seharusnya mereka tahu tentang media-media pemasaran, tentang destinasi, aksesibilitas dan SDM serta kelembagaan pariwisata. Komunikasi pariwisata adalah suatu aktivitas manusia dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan ke suatu daerah maupun objek wisata yang akan dikunjungi wisatawan sambil menikmati perjalanan dari suatu objek wisata ke objek wisata lain, agar wisatawan tertarik dan sampai pada suatu tindakan untuk mengunjungi (Bungin,2015 : 44).

Komunikasi dilakukan oleh perorangan, kelompok, maupun organisasi untuk mencapai tujuan. Hal yang sama dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata Generasi Pesona Indonesia Wakatobi atau GenPi Wakatobi. Kelompok Sadar Wisata menurut Putri DKK (2014) merupakan sekelompok orang yang memiliki kepedulian terhadap dunia pariwisata. Genpi Wakatobi memiliki tujuan untuk melestarikan alam dan budaya serta memperkenalkannya kepada khalayak luas melalui media sosial dan kegiatan secara langsung.

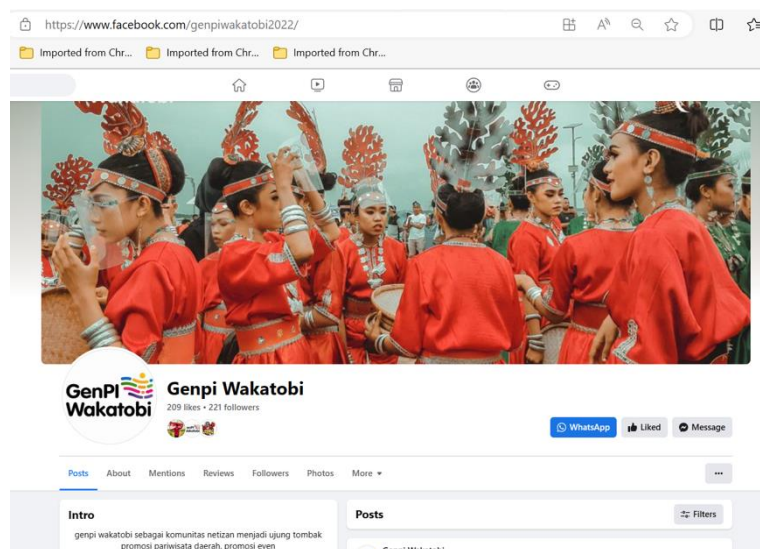
Adapun strategi komunikasi GenPi Wakatobi dalam mengkomunikasikan berbagai potensi wisata di Kabupaten Wakatobi dilakukan yakni *push strategy*. Menurut Barker (2004:256), *push strategy* adalah strategi komunikasi yang menitikberatkan pada jaringan kemampuan kerja. Proses

### [GenPi Wakatobi \(@genpiwakatobi\) • Instagram photos and videos](#)

komunikasi tidak hanya mengandalkan pada pemberian informasi persuasif, tetapi juga mampu meningkatkan koordinasi dan partisipatif aktif



khalayak. Genpi Wakatobi memanfaatkan media sosial Instagram dan facebook sebagai media penyebaran



<https://www.facebook.com/genpiwakatobi2022/>

Sementara ini kami menggunakan IG dan FB. Media menjadi fokus kami. (Wawancara La ode Muhammad Syarfiil april 2023). Melalui akun instagram @genpiwakatobi dan akun facebook Genpi Wakatobi, kelompok sadar wisata ini berharap mampu memperkenalkan berbagai potensi wisata dan aktraksi wisata di Kabupaten Wakatobi kepada masyarakat luas.

“ Admin media sosial genpi hanya satu orang. Genpi juga memiliki keterbatasan alat untuk produksi konten dan kami berharap dapat *support* dari dinas. Genpi bikin konten sesuai dengan *moment* saja. Masih sederhana. Wawancara Muhammad Loade syarfiil April 2023)

Dari hasil wawancara ditemukan bahwa Genpi Wakatobi belum memiliki pengetahuan terkait dengan manajemen sosial. Sehingga dalam memproduksi konten dan proses *share* di akun media sosial mereka belum ditata secara profesional. Dalam pelaksanaannya, konten di akun media sosial Genpi Wakatobi tidak diproduksi secara rutin karena disesuaikan dengan kalender kegiatan. Dengan kata lain, Genpi Wakatobi belum mengelola konten di media sosialnya dengan merujuk pada manajemen konten media sosial.

Untuk membuat konten kami hanya membuat sesuai dengan *moment* saja. Misalnya kalau ada *event* ya kami akan membuat promosi terkait *event* tersebut. Bisa juga kami membuat foto foto khusus tapi itu tidak setiap hari dan kami tidak belum memiliki kamera yang mumpuni serta admin sosmed hanya satu orang saja. Tidak ada *event* tidak ada konten (Wawancara ketua Genpi Wakatobi La Ode Muhammad Sarfiil, april 2023).

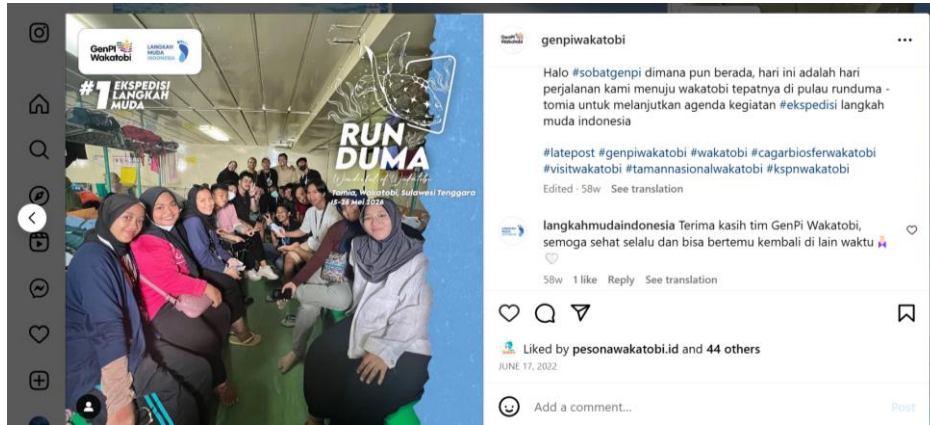
Melalui akun media sosial, Genpi Wakatobi membangun jejaring dengan beberapa komunitas yang berujung pada kerjasama program. Beberapa komunitas yang menyelenggarakan event kolaborasi di antaranya:

1. Kolaborasi antara Genpi Wakatobi bersama Komunitas Backpacker Indonesia.

Menggandeng Komunitas Backpacker Indonesia dalam mempromosikan berbagai potensi di Wakatobi. Program ini merupakan program kerjasama yang dilakukan Genpi Wakatobi dengan salah satu komunitas *backpacker* terbesar di Indonesia. Komunitas ini merupakan komunitas dengan basis di Jakarta, beranggotakan orang orang yang memiliki kegemaran *travelling*. Termasuk ke Wakatobi. Maka tak heran jika terdapat video produksi konten yang berfokus pada objek wisata di Wakatobi.

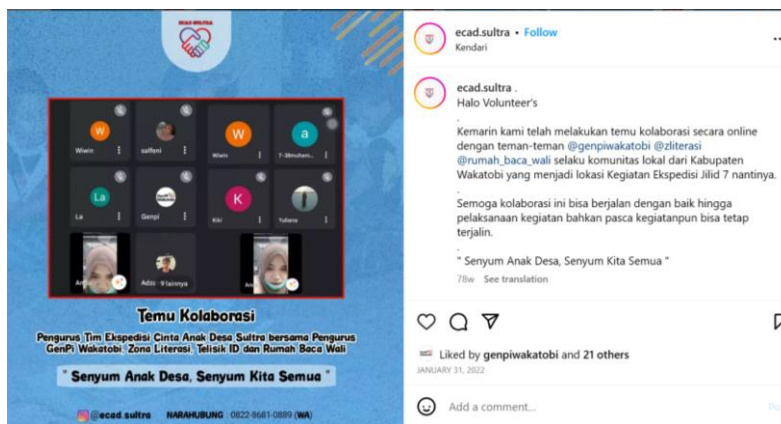
“kita pernah ada kerjasama dengan komunitas Backpacker Indonesia. Mereka bantu kami promosi terutama dalam membuat konten video tentang Wakatobi. Wawancara Laode Mhammad Syarfiil, April 2023).

## 2. Kolaborasi dengan komunitas Ekspedisi Langkah Muda



[Genpi Wakatobi \(@genpiwakatobi\) • Instagram photos and videos](#)

## 3. Kolaborasi dengan Ekspedisi Cinta Anak Desa dalam program eduwisata.



Sumber [Ekspedisi Cinta Anak Desa \(@ecad.sultra\) • Instagram photos and videos](#)

Kolaborasi dengan Ekspedisi Cinta Anak Desa dengan fokus mengajar di sekolah pesisir Genpi Wakatobi berperan sebagai fasilitator antara komunitas dengan masyarakat lokal. Kegiatan ini merupakan kegiatan sosial. Dimana Genpi Wakatobi berperan sebagai panitia lokal. Genpi Wakatobi bertugas untuk memberikan info tentang lokasi, kebutuhan di lokasi-masyarakat kepada *Non Government Organization* /komunitas Ekspedisi Cinta Anak Desa serta melakukan pendampingan di lapangan.





Sumber [Ekspedisi Cinta Anak Desa \(@ecad.sultra\) • Instagram photos and videos](#)

Pada prosesnya Komunitas Ekspedisi Cinta Anak Desa dan Genpi Wakatobi membangun komunikasi dan berdiskusi terkait rencana kegiatan dan hal apa saja yang akan Ekspedisi Cinta Anak Desa akan lakukan di Wakatobi. Setelah itu, Genpi akan memberikan rekomendasi beberapa wilayah sesuai dengan karakteristik wilayah dan sekolah yang menjadi target program Ekspedisi Cinta Anak Desa. Setelah itu Genpi Wakatobi akan melakukan survei dan membangun komunikasi dengan masyarakat sekitar/ pihak sekolah terkait dengan rencana kegiatan yang akan dilakukan oleh Ekspedisi Cinta Anak Desa. Jika terjadi kesepakatan, maka Genpi Wakatobi akan menghubungi pihak komunitas terkait kebutuhan dan ketentuan yang harus dijalankan jika kegiatan dijalankan. Hingga akhirnya pelaksanaan acara/kegiatan. Kegiatan ini biasanya melibatkan masyarakat umum dan civitas akademika dari berbagai daerah. Hal yang perlu diketahui bersama bahwa komunitas

Ekspedisi Cinta Anak Desa merupakan komunitas yang berlokasi di Sulawesi Tenggara yang berbasis di kota Kendari. Biasanya peserta kegiatan adalah mahasiswa-mahasiswa dari berbagai universitas di kota Sulawesi Tenggara. Kesepakatan antara Genpi Wakatobi dan komunitas Ekspidisi Cinta Anak Desa biasanya tidak dilakukan secara formal maupun tatap muka. Mereka biasanya membangun komunikasi secara *online*/virtual misalnya dengan menggunakan telpon seluler hingga kesepakatan terjadi. Sehingga konteks komunikasi dan kesepakatan ini berlangsung secara tidak formal atau dengan kata lain informal/kasual dengan mengandalkan rasa percaya satu sama lain. Biaya program dibebankan kepada masing masing personal yang terlibat dalam

program Ekspedisi Cinta Anak Desa dan tidak dibebankan kepada Genpi Wakatobi sebagai panitia lokal.



[Ekspedisi Cinta Anak Desa \(@ecad.sultra\) • Instagram photos and videos](#)

Selain memanfaatkan media sosial, Genpi Wakatobi juga membangun kemitraan dan aktif berkoordinasi dengan pemerintah. Dalam mencapai tujuan promosi pariwisata Wakatobi, GenPi Wakatobi melakukan beberapa kegiatan. Di antaranya adalah membangun hubungan yang baik dengan pemerintah setempat dan melakukan koordinasi beberapa kegiatan. Terutama Dinas Pariwisata Kabupaten Wakatobi.

“Kami membuka komunikasi dengan pemerintah terutama Dinas Pariwisata. Ada semacam belum *deal* antara Dinas Pariwisata dengan Genpi. Misalnya pemilihan duta wisata. kegiatan ini diselenggarakan Dinas Pariwisata tanpa melibatkan Genpi. Genpi belum mampu tembus sebagai *event organizer* pelaksanaan *event* Dinas Pariwisata Wakatobi. Genpi dan masyarakat juga dilibatkan oleh Dinas Pariwisata dalam kegiatan pelatihan dan beberapa kegiatan dinas lainnya. (Wawancara Laode Muhammad syarfiil, April 2023).

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa pemerintah telah melibatkan kelompok masyarakat sadar wisata dan Genpi Wakatobi dalam beberapa kegiatan terkait pemilihan Duta Pariwisata Wakatobi. Namun, Genpi

Wakatobi memiliki harapan lebih yakni dilibatkan dalam kegiatan pemilihan Duta Pariwisata Wakatobi sebagai penyelenggara.

Program kerjasama dengan Dinas Pendidikan juga dilakukan oleh Genpi Wakatobi melalui program *Genpi Goes To School*. Merupakan salah satu program Genpi yang bertujuan mengedukasi siswa dan siswi di Wakatobi terkait dengan mengapa penting menjaga dan melestarikan berbagai potensi alam dan budaya di Wakatobi. Kegiatan ini dilakukan secara berkala dan melibatkan sekolah, Dinas Pariwisata dan atau Dinas Pendidikan setempat.

Kami mulai tahun 2021 dan akan melanjutkan kegiatan ini pada tahun-tahun berikutnya dan khusus tahun ini, kami menyelenggarakan kegiatan *Genpi Goes To School* pada 2 sekolah yakni SMAN 1 Wangi-Wangi dan SMK 1 Wangi-Wangi. Wawancara ketua Genpi Wakatobi La Ode Muhammad Sarfiil, april 2023.



<https://www.facebook.com/genpiwakatobi2022/> diakses juli 2023 pukul 20.30 WIB

## PEMBAHASAN

Aktivitas Komunikasi Genpi Wakatobi dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut John R. Wenburg dan Wilmot setidaknya ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yakni komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi. Komunikasi sebagai tindakan satu arah, yakni komunikasi mengacu pada sumber dan mengisyaratkan sebagai kegiatan yang disengaja, untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator. Genpi

Wakatobi dalam hal ini berperan sebagai komunikator komunikasi dengan memanfaatkan media sosial sebagai medianya.

Penggunaan dan pemanfaatan *new media* seperti media sosial instagram - facebook sebagai perantara memiliki peranan penting dalam menyebarkan berbagai informasi di Wakatobi. Menurut Suryani (2014:128), media sosial adalah bentuk baru yang berfungsi memberikan kemudahan bagi manusia dalam berkomunikasi dengan menggunakan aplikasi *software*. Media sosial mempersyaratkan jaringan internet yang didukung aplikasi *software* dalam interaksi. *New media* dalam hal ini Instagram mendorong munculnya perilaku online bagi masyarakat.

New media instagram tidak hanya digunakan oleh orang perorangan. Melainkan juga digunakan oleh organisasi, institusi dan komunitas. Termasuk kelompok sadar wisata Generasi Pesona Indonesia (Genpi) Wakatobi. Komunitas ini bisa saja menjadi objek dan atau subjek dari pengembangan pariwisata. Lebih lanjut kelompok Sadar Wisata memiliki potensi untuk menjadi mitra pemerintah. Terutama dalam upaya komunikasi yang bertujuan untuk mengedukasi, menyadarkan dan atau memberikan hiburan. Komunitas ini juga diharapkan mampu meningkatkan kualitas sumber daya pariwisata di suatu daerah sebagai upaya mewujudkan Sapta Pesona serta memulihkan pariwisata secara keseluruhan (Andiani dan Widiastini, 2017).

Peran sebagai mitra pemerintah dalam proses mempromosikan pariwisata Wakatobi telah dilakukan oleh Genpi Wakatobi melalui beberapa kegiatan kolaborasi dengan Dinas Pariwisata dan Dinas Pendidikan Kabupaten Wakatobi. Misalnya melalui program Genpi Wakatobi *Goes To School* kerja sama Genpi dengan Dinas Pendidikan dan terlibat dalam rangkaian acara tahunan budaya Wakatobi dengan Dinas Pariwisata. Peran Genpi dalam program Dinas Pariwisata hingga saat ini masih terbatas sebagai peserta atau pendukung program. Bukan sebagai penyelenggara kegiatan sebagaimana harapan GenPi Wakatobi.

Melalui akun @genpiwakatobi, komunitas sadar wisata ini menyebarkan berbagai potensi sumber daya alam dan budaya di Kabupaten Wakatobi yang berdampak pada terbentuknya jejaring pertemanan baru. Di mana diantaranya menghasilkan *event* kolaborasi dengan komunitas Backpacker Indonesia, Ekspedisi Cinta Anak Desa, Ekspedisi Langkah Muda. Peran Genpi Wakatobi dalam rangkaian *event* kolaborasi bersifat teknis. Membangun komunikasi dan mengembangkan hubungan dengan komunitas merupakan kegiatan kehumasan. Anggoro (2022: 2) mengemukakan bahwa istilah kehumasan

diartikan sebagai kegiatan dan tehnik atau kiat yang digunakan oleh organisasi atau individu untuk menciptakan atau memelihara sikap dan tanggapan baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan aspek terjangnya. Lebih jauh, kegiatan membangun hubungan dengan komunitas dalam istilah komunikasi disebut *community relations*. Yosali (2004:20) *Community Relations* adalah program pengembangan komunitas yang melalui berbagai upaya untuk kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. Kegiatan GenPi Wakatobi dalam upaya mendukung promosi pariwisata dengan menggunakan media sosial sebagai media komunikasi untuk berbagi informasi, membangun *brand* dan membangun hubungan dengan masyarakat luas merupakan peran teknis humas.

## KESIMPULAN

Genpi Wakatobi memiliki peran yang strategis dalam mempromosikan pariwisata di Wakatobi. Genpi Wakatobi menjalankan peran humas mengkomunikasikan pariwisata Wakatobi baik melalui Instagram maupun *event* kolaborasi. Dalam berbagai program kolaborasi, Genpi Wakatobi menjadi jembatan antara pihak-pihak dari luar daerah Wakatobi dengan masyarakat Wakatobi secara langsung. Misalnya melakukan survei kebutuhan masyarakat/desa wisata dan tujuan program komunitas yang ingin melakukan kegiatan di Wakatobi.

Aktivitas komunikasi yang dilakukan Genpi Wakatobi di antaranya mendukung kegiatan promosi program Dinas pariwisata Wakatobi, menyelenggarakan kegiatan bersama Dinas Pendidikan melalui program *goes to school*, kolaborasi event dengan; Komunitas Backpacker Indonesia, Ekspedisi Langkah Muda, dan Ekspedisi Cinta Anak Desa. Genpi Wakatobi juga aktif

melakukan promosi melalui media sosial Genpi Wakatobi di Facebook dan Instagram.

Adapun hambatan yang dialami oleh Genpi Wakatobi adalah terbatasnya jumlah sumber daya manusia dan alat pendukung kerja untuk promosi pariwisata berupa kamera. Hal ini berdampak pada jumlah konten yang diunggah ke laman media sosial Genpi Wakatobi yang terbatas dan konsistensi unggah konten media sosial. Selain itu, Genpi Wakatobi belum mampu membangun reputasi yang baik di mata stakeholder dalam hal ini Dinas Pariwisata sehingga belum dilibatkan sebagai penyelenggara kegiatan Dinas Pariwisata seperti Pemilihan Duta Wisata. Genpi Wakatobi juga belum memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam membuat manajemen media sosial agar mampu menciptakan citra dan reputasi profesional dimana stakeholdernya.

## REFERENSI

- Anggoro, M. 2002. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2017. *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: prenada media group
- Emzir. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Depok. Rajawali Pers.
- Firmansyah. M Anang. 2020 . *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*. Simbiosis Rekatama Media, Jakarta.
- Moleong. Lexy. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Morissan 2017, *Riset Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Yogyakarta. Gava Media.

Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar Dasar Pariwisata*. Yogyakarta. PT Andi

Jurnal/karya ilmiah

Andiani, N. D., & Widiastini, N. M. A. (2017). *Pengemasan Produk Wisata Oleh Pokdarwis Sebagai Salah Satu Model Pariwisata Alternatif*. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 20(11).

Indra Permana. 2021. Skripsi. *Strategi Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata Banten Di Era Covid-19*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang, Banten 2021

Ita Suryani, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya mendukung ASEAN Community 2015". *Jurnal Komunikasi* 8, no. 2 (2014) : 128

Mahfud. Tuatul Dkk. 2017. *Pengembangan Pariwisata Berbasis Komunitas: Strategi Komunitas Foodies Dalam Pengembangan Wisata Kuliner Di Balikpapan*. Snitt- Politeknik Negeri Balikpapan

Purba. Elyanto. 2017. Skripsi. *Peran Serta Masyarakat Lokal Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Makam Papan Tinggi Kabupaten Tapanuli Tengah*. Program Studi Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara Medan.

Putri, S. D., Soemarno, S., & Hakim, L. (2015). *Strategic Management of NatureBased Tourism in Ijen Crater in the Context of Sustainable Tourism Development*. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 3(3), 123-129.

Saputri. Melly. Indri. 2018. Skripsi. *Komunikasi Pariwisata Lombok Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Halal (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Dinas Pariwisata Provinsi NTB)*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

#### Website:

<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2009/10tahun2009uu.htm>

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/01/1796/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-bulan-desember-2020-mencapai-164-09-ribu-kunjungan.html>

<https://Www.Cnnindonesia.Com/Gaya-Hidup/20181014151703-269-338377/Indonesia-Pamer-10-Bali-Baru-Di- Pertemuan-Imf-Bank-Dunia>

<https://travel.kompas.com/read/2019/03/27/093000627/genpi-akan-buat-pariwisata-wakatobi-melesat?page=all>

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3924689/dideklarasikan-genpi-wakatobi-siap-jadi-garda-terdepan-pariwisata-caribbean-van-celebes>

<https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/02/11/pariwisata-indonesia-di-tengah-pandemi/>

[Genpi Wakatobi \(@genpiwakatobi\) • Instagram photos and videos](#)

<https://www.facebook.com/genpiwakatobi2022/> diakses juli 2023 pukul 20.30 WIB

[Ekspedisi Cinta Anak Desa \(@ecad.sultra\) • Instagram photos and videos](#)

[Ekspedisi Cinta Anak Desa \(@ecad.sultra\) • Instagram photos and videos](#)