Promosi Konsep Pariwisata Berkelanjutan: Sebuah Perspektif Komunikasi Antar-pribadi pada Destinasi Pulau Wakatobi

Pir Owners

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia, YAI, Jakarta

E-mail: piowners@gmail.com

ABSTRAK

Pariwisata tampaknya telah menjadi pusat perhatian dari banyak kalangan. Tidak hanya pemerintah Indonesia yang menempatkan sektor pariwisata sebagai salah satu pilar prioritas dalam pembangunan, tetapi juga beragam penelitian yang menjadikan turisme sebagai pusat perhatian. Meski begitu, sangat sedikit perhatian yang diberikan kepada pariwisata dalam kaitannya dengan komunikasi antarpribadi yang terjadi di destinasi. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan pola penyebaran informasi tentang keberlanjutan atau *sustainability* dalam pariwisata. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pengumpulan data diperoleh dengan cara melakukan diskusi kelompok yang terfokus atau *focus group discussion* (FGD) terhadap perwakilan pemangku kepentingan pariwisata. Sebanyak 15 orang dipilih secara *snowball* untuk memberikan gambaran data yang lebih representatif dan juga komprehensif. Pulau Wakatobi, Sulawesi Tenggara menjadi lokasi penelitian yang dipilih sebagai salah satu perwakilan destinasi pariwisata Indonesia yang ditetapkan menjadi 10 destinasi prioritas oleh pemerintah Indonesia. Data menunjukkan bahwa interaksi komunikasi antarpribadi memainkan peran yang sangat penting dalam proses penyebaran informasi tentang pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism* di destinasi tersebut. Selain itu, penggunaan bahasa lokal Cia-cia menjadi faktor krusial dalam memberikan kesadaran informasi tentang keberlanjutan dalam pariwisata. Tidak hanya itu, pemimpin adat juga terbukti memainkan peran yang cukup signifikan dalam dalam setiap interaksi antarpribadi dengan seluruh *stakeholders* di Wakatobi.

Kata kunci : *pariwisata, pariwisata berkelanjutan, wakatobi, ekonomi hijau, komunikasi antarpribadi*

ABSTRACT

Indonesian government and many other scholars seem to put tourism as one of the priority sectors in development. However, only a few of attention given to tourism in relations to interpersonal communication in destinations. This research aims to investigate the diffusion of information of sustainable tourism. Using the approach of qualitative research, focus groups were conducted as to gather the data in destination. There were 15 participants selected through snowball technique in a way to provide a more comprehensive and representative data. While Indonesian government has stipulated top ten destinations, the research focus on Wakatobi Islands, in Southeast Sulawesi as parts of it. The results show that interaction amongst stakeholders using interpersonal communication plays significant role in regard to develop awareness of sustainable tourism in Wakatobi Islands. In addition to that, it is evident that the use of local language namely Cia-cia plays a very crucial role in a way to diffuse information of sustainability in destination. Also, it was found

that the leaders of communities have been one of the crucial factors to support the development of awareness of sustainability in Wakatobi.

Keyword : *Indonesia, tourism, sustainable tourism, communication, interpersonal communication, Wakatobi Islands.*

1. PENDAHULUAN

Komunikasi memainkan peran yang sangat signifikan dalam dunia pariwisata (Golob et al., 2023; Tolkes, 2018; Genc, 2017). Data membuktikan bahwa terdapat beragam bukti kuat yang mendukung perkembangan industri pariwisata erat kaitannya dengan implementasi komunikasi (Godemann, 2011).

Lebih jauh lagi, komunikasi juga turut mengambil peran penting dalam pertumbuhan dan perkembangan sektor pariwisata berkelanjutan (Herrada-Lores, 2024). Menurut Herrada-Lores (2024), komunikasi memainkan peran yang sangat krusial dalam proses pertukaran pesan yang terkait dengan isu-isu lingkungan. Dalam konteks itu, penyelamatan lingkungan di kawasan destinasi juga menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan.

Peran krusial komunikasi juga tercermin dalam usaha meningkatkan kesadaran (*awareness*) akan arti penting pembangunan yang berkelanjutan, khususnya di bidang pariwisata (Tolkes, 2018). Tolkes juga menambahkan bahwa komunikasi turut mengambil peran penting dalam upaya mengenalkan hingga meningkatkan kesadaran komunitas di destinasi tentang arti penting ekologi yang berkesinambungan. Dalam konteks ini, proses pertukaran pesan yang mengarah pada usaha pelestarian lingkungan menjadi pusat dari aktivitas komunikasi tersebut.

Destinasi pariwisata Pulau Wakatobi, Sulawesi Tenggara, tampaknya, juga telah memiliki kesadaran akan arti penting proses pencapaian

pembangunan pariwisata yang berkelanjutan (Owners et al., 2019). Menurut Owners, misalnya. Terdapat sejumlah bukti yang menunjukkan bahwa masyarakat Wakatobi telah memiliki kesadaran arti penting menjaga kelestarian lingkungan dengan melakukan konservasi terumbu karang (Owners et al., 2019; Hidayati et al., 2007).

Data lain juga menunjukkan bahwa (Wisesa, 2010), terdapat beragam aktivitas di sekitar destinasi Wakatobi yang dilakukan dalam upaya mencapai sebuah keberlanjutan, seperti aksi-aksi pencegahan dan penanganan perubahan iklim, hingga membangun berbagai kreatifitas yang terkait dengan pariwisata yang berkelanjutan.

Meski berbagai aktivitas pencapaian keberlanjutan dalam industri pariwisata sangat erat kaitannya dengan implementasi komunikasi, belum banyak yang memberikan perhatian pada unsur-unsur dari komunikasi itu sendiri dalam kaitannya membawa sebuah destinasi ke arah yang berkelanjutan.

Komunikasi antar-pribadi, misalnya. Meski komunikasi antar-pribadi merupakan jenis komunikasi yang cukup efektif dalam menyampaikan pesan-pesan terkait isu lingkungan (Ono & Odionye, 2022), belum cukup banyak bukti yang menunjukkan bagaimana sesungguhnya peran komunikasi antar-pribadi dalam berkontribusi pada usaha pengenalan dan promosi konsep-konsep hingga implementasi aktivitas yang mengarah kepada keberlanjutan di destinasi pariwisata.

Menurut Ono, komunikasi antarpribadi terbukti memiliki peran positif dalam mendukung promosi

pariwisata berkelanjutan. Ono melanjutkan, adanya unsur *face-to-face communication* dalam komunikasi antarpribadi menjadikan jenis komunikasi model ini memiliki peran krusial dalam proses memberikan kesadaran akan arti penting menjadikan sebuah area pariwisata yang berkelanjutan (Ono & Odionye, 2022).

Penelitian ini bermaksud memaparkan pola penyebaran informasi tentang pariwisata berkelanjutan dengan menggunakan jenis komunikasi antarpribadi di Wakatobi dengan menggunakan FGD terhadap 15 orang partisipan.

2. LANDASAN TEORI

Komunikasi

Salah satu unsur fundamental dalam setiap interaksi kehidupan manusia adalah komunikasi (Littlejohn & Foss, 2011). Implementasi dari konsep komunikasi tampaknya terbukti bersinggungan secara erat dengan hampir semua sektor kehidupan manusia.

Menurut Littlejohn et al. (2022), faktor yang menyebabkan komunikasi memainkan peran begitu sentral dalam setiap kehidupan manusia adalah adanya proses pertukaran pesan di antara para pelakunya. Lebih jauh lagi, beragam jenis aktivitas kehidupan manusia tampaknya menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pesan itu sendiri. Ini tercermin dari seluruh aktivitas kehidupan manusia yang direpresentasi ke dalam susunan atau serangkaian simbol atau tanda, yang memiliki makna atau diberikan makna tertentu dalam setiap proses interaksi komunikasi yang terjadi.

Meski pertukaran pesan menjadi sentral dalam setiap aktivitas manusia, ternyata banyak ahli mengungkapkan bahwa terdapat sejumlah cara dalam proses menyampaikan dan menerima pesan-pesan tersebut. Dan, menurut Ono & Odionye (2022), komunikasi yang

disampaikan dengan cara personal, di mana di dalamnya melibatkan hubungan personal menjadi salah satu cara yang cukup efektif dalam proses penyampaian pesan.

Komunikasi antarpribadi

Secara konseptual, komunikasi antarpribadi itu sendiri memiliki beragam definisi. Menurut Ono & Odionye (2022), komunikasi antarpribadi ditandai dengan adanya keterlibatan pihak yang terlibat dalam proses pertukaran pesan dengan jumlah tidak lebih dari dua orang. Meski begitu, Ono dan Odionye (2022) juga tidak membatasi jumlah peserta interaksi komunikasi tersebut. Sebab, menurut mereka, pertukaran pesan yang dilakukan dari seseorang kepada sekelompok orang juga bisa dikategorisasikan ke dalam komunikasi antarpribadi.

Meski komunikasi antar pribadi dapat dimaknai dari jumlah peserta yang terlibat dalam proses pertukaran pesan, ada faktor lain yang juga menjadi bagian penting dalam menjelaskan konsep komunikasi antar pribadi tersebut. Menurut Solomon et al. (2021), komunikasi antarpribadi tidak bisa dilepaskan dari ide komunikasi dua arah yang terjadi di antara para pesertanya. Solomon menyebutkan bahwa konsep ini menjadi penanda komunikasi antarpribadi yang disebut sebagai interaksi dua arah atau timbal balik (*dyadic interaction*). Dalam konteks ini, percakapan yang terjadi juga melingkupi pesan-pesan yang merupakan representasi dari simbol dan tanda (2021).

Dalam konteks studi ini, beragam pesan tersebut disampaikan dan saling dipertukarkan dengan tujuan utama yang erat kaitannya dengan promosi kesadaran (*awareness*) akan arti penting pariwisata yang berkelanjutan. Lebih jauh lagi, konservasi alam dan lingkungan menjadi bagian dari pesan yang sangat erat kaitannya dengan proses pertukaran pesan dua arah tersebut (Golob et al., 2023; Adombent & Godemann, 2011).

Pariwisata

Konsep pariwisata itu sendiri sesungguhnya merupakan bagian dari aktivitas ekonomi (Pender & Sharpley, 2005), di mana adanya perjalanan yang dilakukan dari satu titik ke titik lain – yang bukan merupakan tempat domisili orang tersebut - dan dilakukan dengan cara bermalam, erat kaitannya dengan melakukan proses transaksi yang juga merupakan bagian dari ekonomi itu sendiri (UNWTO, 2023).

Menurut Hall & Williams (2019), pariwisata merupakan sebuah sistem yang memiliki pola perencanaan tersendiri. Meski begitu, menurut Brinkmann & Garenn (2018), perencanaan dalam pariwisata tidak bisa dilepaskan dari usaha untuk pelestarian pariwisata itu sendiri sehingga di masa depan masih dapat terjaga dan dapat dinikmati oleh generasi berikutnya.

Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata berkelanjutan tampaknya menjadi pusat perhatian dari banyak ahli karena adanya keinginan dan motivasi untuk tetap mempertahankan eksistensi destinasi pariwisata itu sendiri untuk bisa tetap dinikmati di masa depan (Gossling & Scott, 2024; UNWTO, 2023; Pender & Sharpley, 2005). Menurut Gossling & Scott (2024), faktor lingkungan yang erat kaitannya dengan destinasi menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi eksistensi pariwisata itu di masa depan. Oleh karena itu, dibutuhkan serangkaian tindakan yang terencana dan strategis untuk dapat mengantisipasi dan beradaptasi dengan berbagai macam perubahan yang terkait dengan lingkungan tersebut (Gossling & Scott, 2024).

Menurut Wang & Cheablam (2025), terdapat berbagai macam unsur yang menyebabkan destinasi dapat berubah dan tergerus menjadi tidak lagi eksis di masa depan. Wang menjelaskan bahwa, perubahan iklim menjadi salah satu faktor krusial yang sangat

berpengaruh dalam proses perubahan tersebut.

Lebih jauh lagi, Gosling & Scott (2024) menjabarkan bahwa, perubahan iklim itu erat kaitannya dengan meningkatnya tingkat penggunaan karbon emisi gas buang dalam industri pariwisata. Selain itu, konsumsi energi yang tidak terbarukan juga dipercaya sebagai salah satu faktor signifikan yang menjadi pendorong pariwisata untuk tidak dapat lestari di masa yang akan datang (Wang & Cheablam, 2025).

Untuk itulah, konsep pariwisata berkelanjutan dipandang sebagai salah satu jawaban yang cukup strategis untuk dapat menjadi solusi menghadapi berbagai macam jenis dan pola perubahan yang menjadi ancaman pariwisata berkelanjutan (DeLacy et al. 2014). Menurut DeLacy (2014), diperlukan serangkaian aksi terencana dan strategis dalam upaya mengurangi resiko perubahan iklim yang dapat mengancam pariwisata berkelanjutan. Lebih jauh lagi, dia menegaskan pada perlunya memberikan perhatian khusus pada 8 faktor terkait dengan itu, yaitu: (1) adaptasi dan mitigasi terhadap perubahan iklim; (2) sumber-sumber alam dan manajemen sampah (lingkungan)-termasuk pelestarian biodiversitas; (3) pengembangan produk dan manajemen destinasi; (4) *branding, marketing*, dan *e-distribution*; (5) Peningkatan kapasitas dan pekerjaan hijau (*green jobs*); (6) pemerataan infrastruktur, teknologi, dan komunikasi; (7) Implementasi reformasi kebijakan dan Kerjasama antara sektor public-privat, *finance*, dan inovasi.

Menurut Dabphet et al. (2012), salah satu faktor yang memainkan peranan penting dalam implementasi konsep dan praktik pariwisata berkelanjutan ini adalah adanya penyebaran informasi yang strategis dan terencana. Dabphet berargumen bahwa, pemahaman para pemangku kepentingan destinasi akan pariwisata berkelanjutan sangat erat kaitannya dengan kesadaran

(*awareness*) akan unsur-unsur dari aksi yang terkait pariwisata berkelanjutan tersebut. Oleh karena itu, proses penyebaran informasi dan usaha mempromosikan kesadaran tadi menjadi sangat krusial untuk mencapai pariwisata yang berkelanjutan bisa terwujud secara efektif dan efisien di masa yang akan datang (Dabphet et al., 2012).

3. METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Menurut Denzin & Lincoln (2011), penelitian kualitatif lebih dapat diandalkan karena data yang tersaji memberikan gambaran akan fenomena yang diteliti secara mendalam. Tidak hanya itu, Denzin & Lincoln (2011) berargumen bahwa pendekatan penelitian kualitatif lebih mengutamakan penyajian cerita dari kasus yang diteliti secara lebih teliti. Lebih jauh lagi, data penelitian kualitatif itu lebih mampu memaparkan informasi yang terkait dengan subyek penelitian secara lebih komprehensif sesuai dengan konteksnya.

Adapun proses pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik diskusi kelompok yang terfokus atau *focus group discussion* (FGD). Menurut Neuman (2011), teknik pengumpulan data dengan cara FGD ini menghasilkan data yang sangat kuat (*powerful*). Dalam konteks ini, keterandalan data menjadi cukup tinggi. Sehingga, data yang dihasilkan dapat dijadikan landasan dalam proses lanjutan untuk membuat keputusan baik dalam bentuk konseptual ataupun praktis.

Adapun total jumlah peserta dalam FGD adalah 15 orang. Dan proses penentuan peserta tersebut dilakukan dengan teknik pengambilan sampel bola bergulir atau *snowball*. Menurut Neuman (2011), proses pengambilan sampel ini memberikan kesempatan yang sama kepada keseluruhan populasi dari subyek penelitian kita untuk bisa memberikan

gambaran akan kasus yang diteliti secara lebih komprehensif dan holistik.

Jumlah peserta sendiri dipilih mengacu kepada apa yang dijelaskan oleh Glesne (2011), bahwa dalam proses penetapan peserta FGD terdapat 6-11 orang peserta yang saling berdiskusi tentang hal atau topik tertentu dengan durasi yang berkisar mulai dari satu hingga dua jam. Peserta yang dipilih merupakan bagian dari anggota pemangku kepentingan (*stakeholders*) di destinasi Wakatobi. Mereka terbagi ke dalam 4 jenis peserta, yaitu berasal dari (1) perwakilan pemerintah; (2) Lembaga swadaya masyarakat (NGO); (3) Warga setempat atau komunitas; dan (4) Akademisi.

Proses pelaksanaan diskusi juga dilakukan dengan ketat dalam usaha mengeksplorasi data yang terkait dengan konsep pariwisata berkelanjutan dan perspektif komunikasi antarpribadi di destinasi tersebut. Data dikumpulkan dan diolah sampai pada titik saturasi yang tinggi. Dengan demikian keterandalan data juga dengan sendirinya adalah tinggi.

Adapun proses pengolahan dan analisa data dilakukan dengan pendekatan kualitatif yang dibantu dengan penggunaan aplikasi NVivo.

Sementara itu, dalam proses pengumpulan data juga telah melalui proses perizinan yang ketat, di mana seluruh peserta penelitian yang terlibat diberikan kesempatan untuk memberikan izin (*consent*) dan kesepakatan untuk terlibat dalam studi ini. Selain itu, data para peserta juga dipastikan terjamin kerahasiaannya, karena penelitian ini tidak mengungkapkan identitas para peserta tersebut.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi antarpribadi memainkan peran yang sangat signifikan dalam upaya proses penyebaran informasi yang terkait dengan isu-isu pelestarian

lingkungan, keberlanjutan atau sustainabilitas. Lebih jauh, terdapat bukti kuat yang menyatakan bahwa salah satu faktor kunci dalam usaha mempromosikan kesadaran akan keberlanjutan tersebut adanya peran aktif dari para ketua adat dari masyarakat di destinasi Wakatobi.

Dalam komunitas masyarakat lokal Wakatobi, ketua adat disebut sebagai Kadie. Dalam konteks ini, Kadie memainkan peran sebagai pihak yang mengambil inisiatif untuk memberikan informasi kepada masyarakat setempat terkait dengan berbagai isu, termasuk lingkungan dan bagaimana caranya melestarikan lingkungan itu dengan efektif dan efisien.

Pulau Wakatobi sendiri merupakan kumpulan pulau yang terdiri dari 4 bagian pulau, yang bernama Wangiwangi, Kaledupa, Tomia, dan Binongko di propinsi Sulawesi Tenggara. Dan di masing-masing wilayah tersebut, terdapat para Kadie yang berbeda.

Meski keberadaan Kadie terpisahkan satu dengan yang lain sesuai dengan wilayahnya tadi, mereka memiliki hubungan personal yang relatif intim dengan para warganya. Dalam konteks inilah, Kadie menjadi sosok sentral dalam setiap aktivitas atau juga informasi yang melibatkan warga setempat.

Data penelitian menunjukkan bahwa, Kadie memainkan peran yang cukup terhormat sebagai ketua adat. Lebih jauh lagi, masyarakat setempat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap segala perkataan dan tindakan para Kadie tersebut.

Dalam konteks kepercayaan terhadap Kadie ini, data menyebutkan bahwa informasi yang diterima oleh para warga cenderung mudah dipercaya karena disampaikan dengan bahasa lokal. Adapun bahasa setempat di pulau Wakatobi disebut dengan Ciacia.

Penggunaan bahasa Ciacia inilah yang kemudian memainkan peran krusial dalam meningkatkan kredibilitas

informasi yang disampaikan oleh Kadie. Tidak hanya itu, data juga menunjukkan bahwa, para warga lebih cenderung mau untuk bergerak ke arah yang disarankan oleh Kadie manakala disampaikan dengan bahasa Ciacia tersebut. Dalam konteks ini, pemakaian bahasa Ciacia menjadi alat yang sangat efektif untuk proses persuasi akan hal tertentu yang terkait dengan masyarakat setempat.

Seorang peserta FGD mengungkapkan bahwa dia berkenan untuk turut menanam mangrove di pantai karena diarahkan oleh Kadie dengan persuasif dan menggunakan bahasa Ciacia.

Peserta lain menambahkan, proses penyampaian pesan akan arti penting menjaga destinasi, yang merupakan tempat tinggal mereka karena adanya kebutuhan untuk tetap mempertahankan ini untuk tetap eksis di masa yang akan datang.

Terungkap pula dalam penelitian ini bahwa Kadie memainkan peran sentral dalam mengupayakan segala hal yang dibutuhkan oleh warganya untuk tidak hanya bisa menyadari arti penting keberlanjutan tetapi juga mau terlibat aktif dalam setiap aksi yang mendukung keberlanjutan tersebut.

Kadie juga muncul sebagai faktor krusial dalam memberikan informasi tentang sustainabilitas atau keberlanjutan dan kaitannya dengan mata pencaharian para warga di daerah sekitar destinasi tersebut. Meskipun destinasi Wakatobi dikenal sebagai kawasan wisata, sebagian besar masyarakatnya mengandalkan alam dalam mendapatkan pemasukan sehari-hari. Dalam konteks ini, mereka menjadi nelayan yang menangkap ikan di laut Wakatobi. Bahkan ada juga nelayan yang melakukan aksi pengeboman ikan dengan menggunakan bahan kima untuk mendapatkan hasil yang lebih besar dengan cara yang relatif singkat dan mudah.

Dalam konteks itulah Kadie memainkan peran untuk memberikan

kesadaran akan arti penting menjaga kelestarian lingkungan, khususnya di perairan Wakatobi. Lebih jauh lagi, Kadie menjadi mediator untuk memfasilitasi para nelayan tersebut agar mendapatkan pengetahuan lebih tentang cara melakukan pencarian ikan yang ramah lingkungan. Dalam konteks ini, Kadie memperkenalkan dan membukakan akses para warganya kepada berbagai informasi seputar kelestarian lingkungan yang bekerja sama dengan pihak ketiga seperti LSM atau bahkan dinas pariwisata setempat.

Seorang peserta FGD lain mengatakan bahwa, Kadie secara personal mendekati para warga untuk menjelaskan arti penting keberlanjutan. Lebih jauh lagi, Kadie mendorong dan mengajak warganya untuk turut hadir dan berpartisipasi dalam berbagai acara seperti seminar atau workshop yang membahas tentang arti penting menjaga kelestarian lingkungan demi tercapainya keberlanjutan di destinasi Wakatobi.

Kadie juga memainkan peran signifikan dalam memperkenalkan warga kepada berbagai mitra di wilayah mereka dalam upaya menjaga kelestarian lingkungan tersebut. Tercatat, Kadie menjadi pihak yang memainkan peran strategis dalam memperkenalkan dan menjembatani para aktivis dari Lembaga-lembaga swadaya masyarakat (LSM) atau Non-government Organisation (NGO). Di mana, data menunjukkan bahwa terdapat sejumlah bantuan yang kemudian diperoleh para warga untuk mendukung kesadaran dan aksi akan transformasi ke arah keberlanjutan pariwisata tersebut.

Menurut Kirchmayer & Patterson (2014), proses penyampaian pesan yang dilakukan antarpribadi sangat erat kaitannya dengan elemen-elemen kunci yang berperan di dalamnya, yaitu: kredibilitas (*credibility*), kepercayaan (*trust*), persuasi (*persuasion*), dan komitmen (*commitment*).

Dalam konteks kredibilitas, pesan-pesan yang disampaikan oleh Kadie

kepada anggota komunitas di destinasi memiliki kredibilitas yang relatif tinggi. Ini tercermin dari rendahnya tingkat penolakan atas setiap ajakan Kadie kepada warganya dalam usaha untuk menghadiri berbagai macam seminar atau workshop yang terkait dengan itu.

Kredibilitas pesan yang disampaikan oleh Kadie erat kaitannya dengan simbol dan tanda dari pesan itu sendiri. Posisi Kadie yang memainkan peran sebagai orang yang dituakan dan juga dihormati mendukung peningkatan kredibilitas pesan itu sendiri. Ini sejalan dengan temuan penelitian dari Wagner (1974) yang menyatakan bahwa, kredibilitas pesan yang disampaikan suatu sumber sangat erat kaitannya dengan simbol dan tanda yang menjadi bagian integral dari pesan itu sendiri. Lebih lanjut, simbol dan tanda itu kemudian menjadi sebuah makna yang menjadi kesepahaman bersama.

Menurut Wang (2022), peran simbol dan tanda yang saling berkelindan menjadi makna tertentu tersebut sangat erat kaitannya dengan interaksi yang tercipta di antara para pengirim dan penerima pesan itu. Dalam konteks penelitian ini, Kadie dan para anggota masyarakat destinasi tersebut membangun sebuah interaksi yang tidak hanya dekat secara baik fisik maupun emosional (psikologi) tetapi juga interaksi yang terbangun telah terjadi dalam kurun waktu yang relatif cukup lama, bahkan beberapa generasi sebelumnya yang diturunkan dari nenek moyang mereka.

Sementara itu, komunikasi yang dibangun secara personal antara Kadie dan pawara warganya memiliki tingkat kepercayaan yang cukup tinggi. Ini tercermin dari data yang menyatakan bahwa warga sekitar destinasi cukup yakin dengan ajakan dan dorongan yang dilakukan oleh Kadie. Ini sejalan dengan pendapat ahli yang menyatakan bahwa ternyata salah satu faktor utama keberhasilan komunikasi antarpribadi terletak pada tingkat kepercayaan dari

masing-masing peserta yang terlibat dalam proses pertukaran pesan tersebut (Pearce, 1974).

Faktor persuasi juga menjadi sentral dalam keberhasilan penyampaian pesan antarpribadi yang diinisiasi oleh Kadie kepada para warganya terkait dengan isu-isu pelestarian lingkungan. Menurut Lyle (2024), efektivitas proses penyampaian pesan secara antarpribadi sangat tergantung pada kemampuan para peserta komunikasi yang terlibat didalamnya dalam melakukan upaya persuasi. Lebih jauh lagi, faktor persuasi dalam komunikasi antar pribadi ini erat kaitannya dengan sebuah usaha penyampaian pesan yang dilakukan secara argumentatif. Dengan kata lain, ada tindakan logis dan masuk akal yang dilakukan dalam setiap pesan yang dilontarkan (Lyle, 2024).

5. KESIMPULAN

Dari paparan pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi antarpribadi memainkan peran yang cukup signifikan dalam proses penyebaran informasi tentang pelestarian lingkungan di kawasan wisata Wakatobi, Sulawesi Tenggara.

Adapun proses promosi informasi yang terkait dengan pariwisata berkelanjutan di destinasi erat kaitannya dengan peran ketua adat atau yang biasa disebut Kadie. Dalam konteks ini, Kadie memainkan peran hubungan relasi antara ketua adat dengan para anggota masyarakat untuk menyebarkan kesadaran akan keberlanjutan di destinasi Wakatobi.

Pesan-pesan yang dibawakan secara personal oleh Kadie tampak berhasil mendapatkan secara penerimaan karena merefleksikan elemen-elemen komunikasi antarpribadi yang efektif dan efisien, yaitu kredibilitas (*credibility*), kepercayaan (*trust*), persuasi (*persuasion*), dan komitmen (*commitment*).

DAFTAR PUSTAKA

- Adomßent, M, and J. Godemann. 2011. Sustainability communication: An integrative approach. In Sustainability communication, eds. I. T. Godemann and G. Michelsen, pp. 27–37. dordrecht: Springer.
- Brinkmann, R., & Garren, S.J. (2018). *The Palgrave handbook of sustainability: Case studies and practical solutions*. Palgrave Macmillan.
- Dabphet, S., Scott, N., & Ruhanen, L. (2012). Applying diffusion theory to destination stakeholder understanding of sustainable tourism development: a case from Thailand. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(8), 1107-1124. doi:10.1080/09669582.2012.673618.
- DeLacy, T. et al. (2014). *Green growth and travelism: Concept, policy and practice for sustainable tourism*. Routledge.
- Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. (2011). *The handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Genc, R. (2017). The importance of communication in sustainability & sustainable strategies. *Procedia Manufacturing*. 8(2017). 511-516. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.02.065>
- Glesne, C. (2011). *Becoming Qualitative Researcher; An Introduction* (5th ed.): Pearson.
- Golob, U., Podnar, K., & Zabkar, V. (2023). Sustainability communication. *International Journal of Advertising*. 42(1), 42-

51.
<https://doi.org/10.1080/02650487.2022.2144035>
- Gossling, S., & Scott, D. (2024). Climate change and tourism geographies. 1-11.
<https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/14616688.2024.2332359?needAccess=true>
- Hall, C.M., & Williams, A.M. (2019). *Tourism and innovation*. (2nd Edition). Routledge.
- Herrada-Lores, R. (2025). The communication of sustainability on social media: the role of dialogical communication. *Journal of Research in Interactive Marketing*. 19(2). 307-332.
<https://doi.org/10.1108/JRIM-10-2023-0372>
- Hidayati, D. et al. (2007). Kondisi sosial-ekonomi masyarakat di lokasi coremap II: Kasus kabupaten Wakatobi. Jakarta: CRITC-LIPI.
- Kirchmajer. Patterson, P. (2014). The role of interpersonal communication in the development of client trust and closeness in SME professional services context. *Small Enterprise Research*. 12(1).
<https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.5172/ser.12.1.45?needAccess=true>
- Littlejohn, S.W., & Foss, K.A. (2011). *Theories of human communication* (10th edition). Waveland Press, Inc.
- Littlejohn, A. et al. (2022). Teachers and school-aged learners: do they inhabit the same classroom worlds? 1-39.
<https://www.andrewlittlejohn.net/website/docs/Teachers%20and%20school-aged%20language%20learners%20do%20they%20inhabit%20the%20same%20classroom%20worl>
[d%20prepub%20ver%202022.pdf](https://www.andrewlittlejohn.net/website/docs/Teachers%20and%20school-aged%20language%20learners%20do%20they%20inhabit%20the%20same%20classroom%20worl)
- Lyle, A.A. (2024). Logical argumentation and persuasion in interpersonal communication. *Journal of Linguistics and Communication Studies*. 3(2). doi:10.56397/JLCS.2024.06.09
- Neuman, W.L. (2011). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th edition). ed.). Pearson International.
- Ono, G.N., & Odionye, C.M. (2022). Study about interpersonal communication for development. *Research Developments in Arts and Social Studies*. 1(2022). 98-108.
<https://doi.org/10.9734/bpi/rdass/v1/2481C>
- Owners, P. et al. (2019). Transforming a tourism destination into a green economy: A policy analysis of Wakatobi Islands, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 363.
<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/363/1/012004>
- Pearce, W.B. (1974). Trust in interpersonal communication. *Speech Monographs*. 41(3). 236-244
<https://doi.org/10.1080/03637757409375842>
- Pender, L., & Sharpley, R. (2005). *The management of tourism*. Sage Publication.
- Solomon, D.H. et al. (2021). A dynamic dyadic systems approach to interpersonal communication. 71(6). 1001-1026.
<https://doi.org/10.1093/joc/jqab035>
- Tolkes, C. (2018). Sustainability communication in tourism: A literature review. *Tourism*

- Management Perspectives*.
27(2018). 10-21.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.04.002>
- United Nation World Tourism Organisation. *Sustainable tourism for development guidebook-enhancing capacities for sustainable tourism development in developing countries*. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284415496>
- Wagner, H.R. (1974). Signs, symbols, and interaction theory. *Sociological Focus*. 7(2). 101-111.
<https://www.jstor.org/stable/20830911>
- Wang, S., & Cheablam, O. (2025). Sustainable tourism and its environmental and economic impacts: Fresh evidence from major tourism hubs. 17. 5058.
<https://doi.org/10.3390/su17115058>
- Wang, L. (2022). A study of symbolic interactionism and communication from the perspective of American Social Psychology. *European Review*. 31(3). 213-226.
[10.1017/S1062798722000266](https://doi.org/10.1017/S1062798722000266)
- Wisesa, N. (2010). Coastal coexistence, community conservation in Wakatobi National Park, Indonesia. Master's degree thesis at University of Manchester, UK.