

**MANAJEMEN KOMUNIKASI PARIWISATA PADA WISATA EDUKASI
BERKONSEP *EXPERIENTIAL LEARNING*
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Dolandeso Boro Kabupaten Kulon Progo)**



Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

HESTI ROKHIMAH

NIM 21107030132

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Hesti Rokhimah

Nomor Induk : 21107030132

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi penulisan ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi penulis ini adalah asli hasil karya atau penelitian sendiri dan bukan plagiarisasi dari karya atau penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji

Yogyakarta, 2 Januari 2026

Yang menyatakan,



Hesti Rokhimah

NIM.21107030132

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Hesti Rokhimah
NIM : 21107030132
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

MANAJEMEN KOMUNIKASI PARIWISATA PADA WISATA EDUKASI
BERKONSEP EXPERIENTIAL LEARNING

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Dolandeso Boro Kabupaten Kulon Progo)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 02 Januari 2026
Pembimbing


Dra. Marfuah Sri Sanitvastuti, M.Si
NIP. 196108161992032003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-464/Un.02/DSH/PP.00.9/03/2026

Tugas Akhir dengan judul : MANAJEMEN KOMUNIKASI PARIWISATA PADA WISATA EDUKASI
BERKONSEP EXPERIENTIAL LEARNING (Studi Deskriptif Kualitatif pada
Dolandeso Boro Kabupaten Kulon Progo)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HESTI ROKHIMAH
Nomor Induk Mahasiswa : 21107030132
Telah diujikan pada : Selasa, 10 Februari 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 69aa848c57ab2



Penguji I

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 69aa4a876272f



Penguji II

Tariq Yazid, S.I.Kom., M.A.
SIGNED

Valid ID: 69a933cc4073a



Yogyakarta, 10 Februari 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 69aac61da4804

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

1/1 06/03/2026

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka (tetapkanlah kepercayaanmu) bahwa sesungguhnya setiap kesulitan akan disertai kemudahan dan sekali lagi Allah tegaskan bahwa setiap kesusahan akan

disertai dengan kemudahan.”

(Q.S Al- Insyirah: 5-6)

“Berbagai cobaan yang buat kau ragu, jadikan percikan tuk menempa tekadmu, jalan hidupmu hanya milikmu sendiri, rasakan nikmatnya hidup hari ini.”

(Baskara Putra)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmannirrahim

Dengan mengharap ridha dan rahmat Allah SWT. skripsi ini dipersembahkan
kepada almamater Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “MANAJEMEN KOMUNIKASI PARIWISATA PADA WISATA EDUKASI BERKONSEP *EXPERIENTIAL LEARNING* (Studi Deskriptif Kualitatif pada Dolandeso Boro Kabupaten Kulon Progo)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi.

Peneliti menyadari dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
2. Bapak Dr. Mokhammad Mahfud, S.Sos.I., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Ibu Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi tercinta saya karena telah memberikan bimbingan, waktu, arahan, perhatian, dan dukungan yang sangat luar biasa kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si. selaku Penguji 1 dan Bapak Tariq Yazid, S.I.Kom, M.A. selaku penguji 2 yang telah memberikan saran, masukan, dan waktunya kepada peneliti sehingga terbentuklah skripsi yang berkualitas.
6. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang tidak dapat dituliskan satu per satu, terimakasih atas ilmu dan pengalamannya yang sangat luar biasa selama menempuh bangku perkuliahan.
7. Cinta pertamaku dan pintu surgaku, Ayahanda Bahroni dan Ibu Tumijah, terimakasih untuk kasih sayang yang tak pernah mengenal jeda. Terimakasih untuk segala dukungan, keyakinan, harapan, dan doa yang selalu dilantunkan yang kini berhasil membawa putri kecilnya sampai di titik yang luar biasa ini.

8. Kakak Ana, Kiswanto, Hidayanti, Taukhid, Nur, Tiya dan seluruh keluarga besar. Terima kasih atas perhatian dan dukungannya sehingga setiap langkah kecilku akan selalu terasa lebih pasti karena kalian yang selalu ada.
9. Risa, Bana, Nala, Afi, Maya, selaku teman-teman yang selalu kebersamaan. Terimakasih untuk tangis yang berubah jadi tawa, bahu yang menjadi tempat bersandar, serta perjuangan yang selalu kita jalani dengan bergandengan.
10. Teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 yang telah mengisi kehidupan dan pembelajaran kepada peneliti selama masa perkuliahan.
11. Seluruh narasumber terkait yang sudah berkenan meluangkan waktu, memberikan informasi dan kepercayaannya kepada peneliti.
12. Terakhir, tentunya untuk diri sendiri karena telah mampu berjuang sejauh ini. Hari ini bukan hanya tentang menyelesaikan sebuah studi, tetapi tentang merayakan keberanian untuk terus bangkit, keteguhan dalam menghadapi tekanan, dan ketulusan dalam perjuangan ini. Terima kasih diriku, karena telah mengubah segala lelah menjadi bukti bahwa mimpi bisa dicapai oleh mereka yang tidak berhenti berusaha. Meskipun langkahnya secara perlahan dan jalannya melewati bebatuan yang terjal tetapi kini peneliti mampu menyelesaikannya, dan sudah sepatutnya bangga atas perjalanan ini.

Demikian ucapan terima kasih yang dapat peneliti sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang diberikan dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti maupun pembacanya. Aamiin.

Yogyakarta, 2 Januari 2026

Peneliti,



Hesti Rokhimah

NIM 21107030132

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah :	8
C. Tujuan Penelitian :.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka.....	9
F. Landasan Teori :	14
G. Kerangka Pemikiran	34
H. Metodologi Penelitian :	35
BAB II GAMBARAN UMUM	42
A. Profil dan sejarah objek wisata Dolandesoro Boro.....	42
B. Struktur organisasi.....	44
C. Jenis Wisata yang ditawarkan.....	44
D. Sarana dan Prasarana Wisata Dolandesoro Boro	50
E. Kontak Wisata Dolandesoro Boro	54
BAB III PEMBAHASAN	55
A. Mendefinisikan masalah wisata edukasi berkonsep <i>experiential learning</i> ..	57

B. Membuat Perencanaan wisata edukasi berkonsep <i>experiential learning</i>	73
C. Aksi dan Komunikasi wisata edukasi berkonsep <i>experiential learning</i>	92
D. Evaluasi Komunikasi wisata edukasi berkonsep <i>experiential learning</i>	105
BAB IV PENUTUP	119
A. KESIMPULAN	119
B. SARAN.....	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN-LAMPIRAN	125
A. Pedoman Wawancara/ Interview Guite	125
B. DAFTAR RIWAYAT HIDUP	130
C. Dokumentasi.....	131

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata.....	4
Tabel 1. 2 Data Kunjungan Pengunjung Dolandeso Boro	6
Tabel 1. 3 Tinjauan Pustaka	13



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Siklus Experiential learning	30
Gambar 1. 2 Kerangka pemikiran	34
Gambar 2. 1 Lokasi Dolandesoro Boro	42
Gambar 2. 2 Logo Dolandesoro Boro	43
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi	44
Gambar 2. 4 Membajak Sawah	45
Gambar 2. 5 Menanam Padi	45
Gambar 2. 6 Kegiatan Live in	46
Gambar 2. 7 Kegiatan Capacity Building	48
Gambar 2. 8 Kegiatan Village Tour	49
Gambar 2. 9 Denah dan Lokasi Dolandesoro Boro	50
Gambar 2. 10 Fasilitas Penginapan	51
Gambar 2. 11 Kamar mandi putra dan putri	52
Gambar 2. 12 Area outbound dan perkemahan	52
Gambar 2. 13 Mushola	53
Gambar 2. 14 Kantin	53
Gambar 2. 15 area parkir tertutup	54
Gambar 3. 1 Focus Group Discussion	58
Gambar 3. 2 video unggahan ulasan pengunjung	60
Gambar 3. 3 Siklus EL dalam pendefinisian masalah	72
Gambar 3. 4 Promosi melalui instagram	74
Gambar 3. 5 Kategori kecil dan dewasa	78
Gambar 3. 6 Proses briefing oleh fasilitator	84
Gambar 3. 7 Siklus EL dalam membuat perencanaan	91
Gambar 3. 8 Penyampaian pesan sebelum kegiatan	95
Gambar 3. 9 Siklus EL dalam Aksi dan Komunikasi	105
Gambar 3. 10 Ulasan pengunjung	107
Gambar 3. 11 Evaluasi akhir oleh pengunjung	109
Gambar 3. 12 Siklus EL dalam evaluasi komunikasi	117
Gambar 3. 13 Matriks Manajemen Komunikasi Pariwisata Edukasi Experiential Learning	118

ABSTRACT

Educational tourism has become an alternative tourism model that combines recreational activities with meaningful learning experiences for visitors. In this context, effective tourism communication management plays an important role in delivering educational values through interactive activities. This study aims to analyze the implementation of tourism communication management in educational tourism based on the experiential learning concept at Dolandesoro Boro, Kulon Progo. This research employed a descriptive qualitative approach with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving tourism managers and facilitators as key informants. The results show that tourism communication management is implemented through four main stages: problem identification, planning, action and communication, and evaluation. These stages are integrated with the experiential learning cycle consisting of concrete experience, reflective observation, abstract conceptualization, and active experimentation. The integration of these processes creates participatory learning experiences for visitors and strengthens the role of educational tourism as a medium for knowledge transfer and community-based educational tourism.

Keywords : *tourism communication management, educational tourism, experiential learning, Dolandesoro Boro Kulon Progo.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang kaya akan suku, ras, budaya, agama, hingga keindahan alam yang tersebar di berbagai daerahnya. Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia dengan lebih dari 17.000 pulau, Indonesia juga dijuluki sebagai negara Zamrud Khatulistiwa karena letak geografisnya yang berada di garis katulistiwa dan keindahan alamnya yang tergolong subur. Salah satu keindahan alam yang cukup menarik minat wisatawan yaitu terletak pada industri pariwisatanya.

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (regulasip,2020)

Selain itu Pariwisata merupakan perjalanan wisata yang dilakukan secara berkali-kali, baik secara terencana maupun tidak terencana yang dapat menghasilkan pengalaman total bagi pelakunya. Hal ini juga dijelaskan dalam firman Allah yang terdapat dalam surat Saba' (34) Ayat 18 yang berbunyi :

وَجَعَلْنَا بَيْنَهُمْ وَبَيْنَ الْقَرْيَةِ الَّتِي بَارَكْنَا فِيهَا قُرًى ظَاهِرَةً وَقَدَّرْنَا

فِيهَا السَّيْرَ سَبِيلًا فِيهَا دِيَارٌ وَأَيَّامًا آمِنِينَ

Artinya : “Kami jadikan antara mereka dan negeri-negeri yang kami berkahi (syam) beberapa negeri yang berdekatan dan Kami tetapkan antara negeri-negeri itu (jarak) perjalanan. Berjalankan kamu di negeri-negeri itu pada malam dan siang hari dengan nyaman”.

Surat Saba ayat 18 ini menekankan bahwa, Allah menjadikan perjalanan antara daerah Saba (di Yaman) dan Syam (yang diberkahi) sebagai perjalanan yang mudah dan aman. Ini menunjukkan pentingnya infrastruktur yang baik untuk mendukung mobilitas masyarakat, termasuk dalam konteks perdagangan dan pariwisata. Selain itu, penyebutan tentang keamanan saat melakukan perjalanan baik siang maupun malam menciptakan rasa nyaman bagi para pelancong. Dalam konteks pariwisata, hal ini sangat relevan karena keamanan adalah salah satu faktor utama yang dipertimbangkan oleh wisatawan saat memilih destinasi.

Indonesia dengan kekayaan alam yang indah dan keberagaman yang melimpah, tentu menjadikan negara yang menarik untuk di kunjungi oleh wisatawan. Tidak hanya wisatawan nusantara (winus) dalam negeri tetapi juga wisatawan mancanegara (wisman) juga tertarik dan turut menikmati wisata yang ada di Indonesia. Jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Menurut data statistik yang diunggah pada website Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, total kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) sampai dengan Desember tahun 2024, di Indonesia mencapai 1,24 juta kunjungan. Jumlah kunjungan ini naik sebesar 13,95 persen

dibandingkan dengan November 2024 dan naik 8,72 persen di bandingkan dengan bulan yang sama pada tahun 2023 (BPS, 2025).

Sedangkan jumlah perjalanan wisata nusantara (winus) dari bulan Januari–Desember 2024, perjalanan wisnus di Indonesia mencapai 1,02 miliar perjalanan. Jumlah ini naik 21,61 persen dibandingkan dengan kumulatif periode yang sama pada tahun 2023 (BPS, 2025)

Salah satu pulau besar di Indonesia dengan magnet perekonomian dan pariwisata dengan kategori kunjungan wisatawan tinggi terletak di Pulau Jawa. Terdapat berbagai jenis pilihan wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata religi, taman hiburan, hingga wisata buatan yang tersebar di berbagai daerahnya. Menurut data statistik, Pulau Jawa memiliki kurang lebih 32.382.652 jiwa yang terbagi kedalam 6 provinsi yaitu Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Daerah Istimewa Yogyakarta (Huda, 2023).

Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi salah satu daerah yang banyak dikunjungi oleh wisatawan dan memiliki jumlah pariwisata yang cukup banyak. Daerah Istimewa Yogyakarta dikenal dengan berbagai julukan mulai dari julukan kota perjuangan, pusat kebudayaan, hingga pusat pendidikan. Selain itu juga dikenal dengan kekayaan pesona alam dan budayanya. Daerah Istimewa Yogyakarta juga telah mendapatkan berbagai penghargaan disetiap bidangnya, hal tersebut tentu tak luput dengan adanya bantuan dari 4 Kabupaten 1 Kota yang memiliki keunikan dan ciri khasnya.

Salah satu keunikan di setiap kabupatennya ini terkenal pada destinasi wisatanya.

Menurut data Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta, jumlah objek wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta terdata di tahun 2021 yang meliputi objek wisata alam, objek wisata budaya, objek wisata buatan, wisata edukasi, dan desa wisata adalah sebanyak 274 objek wisata yang telah dikunjungi oleh wisatawan nusantara hingga wisatawan mancanegara. Data kunjungan wisatawan ke objek wisata ini dibuktikan dari Pemerintah Daerah Kab/Kota Daerah Istimewa Yogyakarta, yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata

No	Daerah	Wisatawan	Wisatawan	Jumlah
		Mancanegara	Nusantara	
1.	Kota Yogyakarta	827	458.435	459.262
2.	Kab. Sleman	5.162	1.723.256	1.728.418
3.	Kab. Bantul	57	2.819.691	2.819.748
4.	Kab. Kulon Progo	9	909.098	909.107
5.	Kab. Gunung Kidul	8	1.937.627	1.937.635

Sumber : BPS Pemkab/kota Daerah Istimewa Yogyakarta

Terdapat beragam potensi wisata pada setiap daerahnya. Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki 4 kabupaten dan 1 kota yang masing-masing memiliki pilihan objek wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan mulai

wisata budaya, wisata sejarah, wisata religi, wisata kuliner, wisata alam, wisata buatan, hingga wisata edukasi. Salah satunya yaitu wisata edukasi yang ada di Kabupaten Kulon Progo. Wisata edukasi adalah suatu kegiatan atau perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi maupun liburan yang didalamnya terdapat aktivitas edukasi atau mendidik. Wisata edukasi merupakan konsep wisata yang memiliki nilai positif, dimana konsep ini memadukan antara kegiatan pembelajaran dengan kegiatan wisata (Hayati, 2020)

Wisata edukasi berisikan kegiatan yang melatih wisatawan untuk mencoba hal-hal baru untuk menambah pengalaman dan pengetahuan. Namun konsep wisata edukasi sendiri belum diterapkan dalam semua destinasi wisata, hal ini dapat dilihat dari kurangnya fasilitas edukasi yang memadai seperti pusat informasi, wisata yang memberikan edukasi secara langsung, hingga pemandu wisata yang informatif.

Melihat fenomena yang ada, salah satu wisata di Kabupaten Kulon Progo yang telah menerapkan wisata edukasi yaitu Dolandeso Boro. Dolandeso Boro merupakan tempat wisata yang terletak di Dusun Depok, Kelurahan Banjarsari, Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dolandeso Boro merupakan tempat wisata dengan misi pelestarian lingkungan dan pengenalan nilai budaya dengan kearifan lokal khas desa yang. Selain itu, wisata ini mengangkat konsep rekreasi alam semi edukasi yang berorientasi pada perasaan senang dan

bermakna dengan menerapkan metode *experiential learning* melalui pembentukan pengalaman secara langsung.

Dolandesoro Boro merupakan sebuah tempat wisata yang memiliki tujuan untuk mengenalkan nilai-nilai budaya dan tradisi masyarakat setempat melalui pengalaman langsung. Dalam dunia pariwisata, pendekatan ini memungkinkan wisatawan untuk tidak hanya menikmati keindahan alam, tetapi juga mendapatkan pengetahuan yang berharga tentang budaya, sejarah, dan lingkungan sekitar. Konsep wisata ini menerapkan pendidikan non formal didalam suatu objek wisata dan pengunjung dapat melakukan pembelajaran yang dibarengi dengan bermain sehingga konsep yang digunakan lebih menyenangkan.

Dolandesoro Boro yang berdiri sejak tahun 2011 ini cukup dikenal oleh masyarakat karena banyaknya pilihan paket kegiatan yang ditawarkan serta penerapan konsep wisata edukasi pada tempat wisata, sehingga tak jarang pengunjung timbul rasa minat untuk berkunjung kembali. Hal ini dapat dilihat dalam tabel jumlah pengunjung Dolandesoro Boro Kulon Progo dalam 3 tahun terakhir yang dilakukan melalui wawancara pra penelitian pada 25 November 2024, data kunjungan pengunjung sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Data Kunjungan Pengunjung Dolandesoro Boro

No	Tahun	Jumlah Pengunjung (Jan-Des)	Total Pengunjung
1	2022	16.132 Pengunjung	

2	2023	36.196 Pengunjung	116.156 Pengunjung
3	2024	39.980 Pengunjung	

Sumber: Tim Manajemen Dolandeso Boro, 2024

Upaya untuk mempertahankan wisata edukasi, tentunya perlu adanya strategi manajemen komunikasi pariwisata yang harus diterapkan. Manajemen komunikasi pariwisata merupakan semua proses yang memuat mengenai komunikasi pariwisata, seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Penerapan manajemen pariwisata ini bertujuan untuk mengelola dan mengembangkan industri pariwisata menjadi lebih efektif dan efisien. Selain itu, strategi komunikasi yang baik dapat meningkatkan kesadaran wisatawan tentang nilai edukatif yang ditawarkan. Hal ini juga berkontribusi pada pengembangan citra positif dan daya tarik pada destinasi wisata.

Definisi tersebut menunjukkan bahwa dalam sebuah perencanaan tentunya diperlukan penyusunan konsep yang matang serta komunikasi yang tepat. Untuk memperkenalkan tempat wisata dengan jangkauan yang luas, tentunya diperlukan adanya komunikasi secara lebih menyeluruh mengenai destinasi pariwisata yang ditawarkan, hal ini bertujuan agar calon wisatawan dapat tertarik untuk mengunjungi tempat wisata yang ditawarkan. Khususnya pada era digital seperti saat ini, teknologi informasi dan media sosial menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan informasi terkait pariwisata. Pengelola harus mampu memanfaatkan semua platform untuk berkomunikasi serta mempromosikan paket wisata edukasi yang

ditawarkan, sehingga calon wisatawan dapat terus tertarik untuk berkunjung.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Manajemen Komunikasi Pariwisata Pada Wisata Edukasi Berkonsep *Experiential Learning* (Studi Deskriptif Kualitatif pada Dolandesoro Boro Kabupaten Kulon Progo)”. Untuk mengetahui bagaimana manajemen komunikasi pariwisata pada wisata edukasi yang berkonsep *experiential learning* yang dilakukan oleh Dolandesoro Boro, sehingga pengunjung merasa tertarik untuk berkunjung pada objek wisata tersebut.

B. Rumusan Masalah :

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang ingin dikaji dalam penelitian ini ialah bagaimana manajemen komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dolandesoro Boro pada wisata edukasi yang berkonsep *experiential learning*?

C. Tujuan Penelitian :

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk menganalisis mengenai manajemen komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dolandesoro Boro pada wisata edukasi berkonsep *experiential learning*

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya serta dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan

keilmuan khususnya dalam manajemen komunikasi pariwisata pada wisata edukasi berkonsep *experiential learning*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Dolandes Boro

Dapat menjadi bahan evaluasi untuk memperbaiki dan mengembangkan manajemen komunikasi pariwisata pada wisata edukasi berkonsep *experiential learning*

b. Bagi Pemilik Usaha Lain

Dapat menjadi bahan pengetahuan dan pertimbangan apabila ingin menciptakan wisata edukasi yang berkonsep *experiential learning*

E. Tinjauan Pustaka

Terdapat tahapan yang perlu diterapkan sebelum penulisan proposal penelitian yaitu adanya tinjauan pustaka. Tinjauan pustaka menurut Cresswell (dalam sugiyono, 2021) merupakan ringkasan yang tertulis mengenai jurnal, buku, dokumen yang menjelaskan mengenai teori yang dikelompokkan secara pustaka yang sudah ada dari masa lampau hingga sekarang, kedalam topik dan dokumen yang dibutuhkan untuk proposal penelitian.

Melalui pengertian di atas, maka terdapat tiga tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya yaitu :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Yuanita dalam *Journal Syntax Idea* Volume 6, Nomor 2 Tahun 2024. Penelitian ini berjudul

“Potensi Wisata Edukasi Berbasis Experiential Learning Dan Pemasarannya Di Kampoeng Kids Kota Batu, Jawa Timur Untuk Menjangkau Segmen Pasar Yang Diharapkan”. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah Data kunjungan wisatawan ke objek wisata di Kota Batu pada tahun 2020 menunjukkan bahwa kampoeng kidz memiliki jumlah pengunjung yang relatif rendah dibandingkan dengan objek wisata lainnya. Fokus pada wisata edukasi dan keberadaannya yang telah dikenal sebelum pandemi memberikan landasan bagi penelitian ini. Kampoeng kidz perlu memperkuat pemasaran digitalnya, terutama melalui media sosial, untuk menjangkau masyarakat lebih luas (Yuanita, 2024)

Adapun perbedaan pada penelitian Yuanita yaitu terletak pada objek penelitian yang diteliti berbeda yaitu di Kampoeng Kids Kota Batu, Jawa Timur dan pendekatan yang digunakan menggunakan pendekatan teori Branding Gelder.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Taufik R. Talalu dan Bondan Ariyanto Sadewo, dalam *Islamic Communication Journal* Volume 6, Nomor 2 Tahun 2021. Pada penelitian yang berjudul “Manajemen Komunikasi Pariwisata: Bone Bolango dan Pandemi Covid-19”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa adanya penurunan jumlah wisatawan sehingga diterapkan pengaturan saluran komunikasi sebagai upaya memulihkan sektor pariwisata di Kabupaten

Bone Bolango. Saluran komunikasi diarahkan pada dua khalayak sasaran yakni khalayak internal dan khalayak eksternal. WhatsApp dan Zoom merupakan saluran komunikasi yang dikhususkan untuk menjangkau khalayak internal. Facebook, Instagram, dan website dimanfaatkan secara khusus untuk menjangkau khalayak eksternal. Namun, penggunaan saluran tersebut masih belum memuat informasi mengenai daya tarik wisata di Kabupaten Bone Bolango secara lengkap dan menarik sehingga belum optimal (Talalu & Sadewo, 2021)

Adapun perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian. Objek penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya yaitu Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Disparekraf) Kabupaten Bone Bolango sedangkan peneliti menggunakan Dolandesoro Boro Kabupaten Kulon Progo sebagai objek penelitiannya.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Yani Tri Wijayanti, Maya Sandra Rosita Dewi, dan Latifa Zahra, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam Universitas Atma Jaya Yogyakarta Tahun 2022. Pada penelitian ini berjudul “Manajemen Komunikasi Pariwisata Berkelanjutan Dalam Pengembangan Desa Wisata Pulesari”. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif bersifat deskriptif. Hasil penelitian yang didapat pada penelitian ini Manajemen komunikasi dilakukan oleh Desa Wisata Pulesari dari empat tahapan yang ada yaitu *defining public relations problems, planning and programming, taking action and communication dan evaluating the program*. Manajemen komunikasi sudah dilakukan oleh

pengelola desa wisata, dan tentunya melibatkan *stakeholder* yang ada, namun penggunaan media sosial yang sudah dimiliki sebagai media promosi pariwisata masih belum maksimal (Wijayanti et al., 2022)

Adapun perbedaan pada penelitian yang dilakukan dalam penelitian sebelumnya yaitu terletak pada objek atau lokasi penelitian yang berada di desa wisata Pulesari, Kabupaten Sleman, Yogyakarta dan teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori pariwisata berkelanjutan. Sedangkan peneliti mengambil objek penelitian pada Wisata Dolandesoro Boro Kabupaten Kulon Progo dan teori yang digunakan menggunakan pariwisata edukasi.

Tabel 1. 3 Tinjauan Pustaka

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sumber	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Yuanita	Potensi Wisata Edukasi Berbasis <i>Experiential Learning</i> Dan Pemasarannya Di Kampoeng Kids Kota Batu, Jawa Timur Untuk Menjangkau Segmen Pasar Yang Diharapkan	<i>Journal Syntax Idea</i> Volume 6, Nomor 2 Tahun 2024.	Fokus pada wisata edukasi dan keberadaannya yang telah dikenal sebelum pandemi memberikan landasan bagi penelitian ini. Kampoeng Kidz perlu memperkuat pemasaran digitalnya, terutama melalui media sosial, untuk menjangkau masyarakat lebih luas	Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan sama-sama membahas mengenai wisata edukasi berkonsep <i>experiential learning</i>	Objek penelitian yang diteliti oleh penelitian sebelumnya berbeda yaitu Kampung kids Kota Batu, Jawa Timur dan peneliti sebelumnya membahas mengenai pemasaran pariwisatanya.
2	Taufik R. Talalu dan Bondan Ariyanto Sadewo.	Manajemen Komunikasi Pariwisata: Bone Bolango dan Pandemi Covid-19	Islamic Communication Journal Volume 6, Nomor 2 Tahun 2021	Adanya penurunan jumlah wisatawan sehingga diterapkan pengaturan saluran komunikasi. Saluran komunikasi diarahkan pada dua khalayak sasaran yakni khalayak internal dan khalayak eksternal.	Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif	Penggunaan teori utama yang berbeda, dan pemilihan Subjek- Objek penelitian yang berbeda
3.	Yani Tri Wijayanti, Maya Sandra Rosita, Latifa Zahra.	Manajemen Komunikasi Pariwisata Berkelanjutan Dalam Pengembangan Desa Wisata Pulesari.	Universitas Atma Jaya Yogyakarta Tahun 2022.	Manajemen komunikasi yang dilakukan oleh Desa Wisata Pulesari menggunakan empat tahapan komunikasi pariwisata. Manajemen komunikasi sudah dilakukan oleh pengelola desa wisata, namun promosinya masih belum optimal	Menggunakan studi deskriptif kualitatif dan sama sama membahas mengenai manajemen komunikasi pariwisata	Terletak pada lokasi penelitian,yang berada di Desa Wisata Pulesari dan penelitian ini membahas mengenai pariwisata berkelanjutan.

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

F. Landasan Teori :

1. Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata ini sendiri merupakan suatu gabungan antara ilmu komunikasi dan Pariwisata. Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh komunikator kepada satu orang atau sekelompok orang yang disebut komunikan sehingga komunikan dapat memberikan feedback atau umpan balik sesuai dengan informasi yang diberikan oleh komunikator. Menurut Carl I. Holand, Komunikasi merupakan suatu proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (seperti lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan) dalam (Mulyana, 2010)

Menurut Lasswell dalam (Huda, 2023), Proses komunikasi sendiri memiliki lima unsur penting dalam komunikasi, yaitu :

a. Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang menyampaikan pesan, informasi, atau gagasan kepada penerima pesan. Komunikator yang dimaksud dalam komunikasi pariwisata yaitu pelaku wisata

b. Pesan

Pesan merupakan informasi atau gagasan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Proses pengiriman pesan yang dilakukan tentu harus jelas dan terperinci

c. Media

Sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima). Media berfungsi sebagai penghubung proses komunikasi yang memungkinkan pesan tersebut tersampaikan kepada komunikan melalui berbagai bentuk dan berbagai saluran.

d. Komunikan

Komunikan merupakan pihak yang menerima atau menafsirkan pesan, informasi, atau gagasan dari komunikator. Komunikan sendiri dapat bersifat individu, kelompok, atau organisasi

e. Efek atau Umpan Balik

Efek merupakan suatu respon atau tindakan yang diberikan oleh komunikan kepada komunikator mengenai pesan yang disampaikan.

Sedangkan pariwisata merupakan perjalanan wisata yang dilakukan secara berulang, secara terencana maupun tidak terencana yang dapat menghasilkan pengalaman berkesan bagi wisatawan. Selain itu, pariwisata modern merupakan konsep pariwisata yang mendefinisikan dirinya, sebagai produk bisnis, seperti destinasi, ekonomi kreatif, transportasi, perhotelan, venue rekreasi, dan atraksi-atraksi seni yang menarik, mengagumkan, menantang, serta mengesankan bagi pengunjung (Bungin, 2015:85)

Pariwisata sendiri melibatkan interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal, serta berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah atau *stakeholder* lain sehingga menciptakan pengalaman yang saling menguntungkan antara pengunjung dan komunitas wisata yang dikunjungi. Didalam dunia pariwisata tentunya kita perlu menerapkan komunikasi pariwisata itu sendiri. Menurut Burhan Bungin juga mengatakan dalam bukunya, Komunikasi Pariwisata (*Tourism Communication*): Pemasaran dan *Brand Destinasi* Pemasaran dan *Brand Destinasi* (2015:94), Kajian komunikasi pariwisata dibagi menjadi beberapa kajian menarik diantaranya :

a. Komunikasi Pemasaran Pariwisata

Bidang komunikasi pemasaran pariwisata (*Tourism Communication Marketing*) merupakan bidang yang mengkaji secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang kajian ini menjelaskan mengenai Komunikasi Pemasaran Pariwisata dalam konteks teoretis dan praktis yang lengkap, namun tidak secara spesifik. Bidang Kajian ini juga menjelaskan mengenai 4P, 7P, *Communication mix*, *Marketing Mix*, dan sebagainya yang membahas mengenai TCM itu sendiri.

b. *Brand Destination*

Brand destinasi merupakan kajian mengenai media dan pesan dalam konteks dan proses komunikasi pemasaran secara umum khususnya pemasaran pariwisata. *Brand destination* selain mengkaji mengenai media

dan pesan juga mengkaji mengenai bagaimana konstruksi sosial *brand* destinasi, sebagaimana hubungan *brand* dengan produk destinasi, *brand* dengan *aksesibilitas*, *brand* dengan pemasaran pariwisata, *brand* dengan sumber daya manusia dan *brand* dengan kelembagaan pariwisata. Dalam bidang ini *publisitas brand* dan *branding* menjadi hal yang penting untuk dibicarakan.

c. Manajemen Komunikasi Pariwisata

Di dalam bidang ini, prinsip manajemen komunikasi menjadi hal yang penting untuk dilakukan. Mulai dari merencanakan, mengorganisir, melaksanakan, hingga mengevaluasi perlu dilakukan secara efektif. Hal ini dilakukan agar seluruh komponen pariwisata mulai dari cara memenejemen pemasaran pariwisata, destinasi, aksesibilitas, sumber daya manusia, hingga kelembagaan pariwisata dapat berjalan dengan optimal. Dalam bidang kajian ini tentunya tak lepas dari bagaimana cara memenejemen berbagai saluran media komunikasi yang digunakan dalam komunikasi pariwisata

d. Komunikasi Transportasi Wisata

Komunikasi transportasi wisata ini membahas mengenai informasi apa saja yang di butuhkan saat melakukan wisata. Informasi yang disampaikan mengenai jenis transportasi, akomodasi dan fasilitas penginapan, rute perjalanan, hingga anggaran yang diperlukan. Bidang ini dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah serta menjaga keamanan,

kenyamanan, keterjangkauan, dan kenangan. Proses penyampaian informasi ini dapat dilakukan secara langsung, sosial media, maupun media literasi lainnya.

e. Komunikasi Visual Pariwisata

Komunikasi visual pariwisata merupakan bidang yang berisi tentang penyampaian informasi melalui media visual yang berbentuk gambar, video, infografis, peta, desain grafis maupun media visual lainnya yang diarahkan kepada komunikasi entrepreneurship, kreativitas, seni, dan kebebasan berkreasi lainnya. Selain itu, komunikasi visual pariwisata yang efektif juga dapat menciptakan kesan yang kuat dan mendalam sehingga mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung dan berkontribusi dalam keberhasilan pemasaran destinasi wisata.

f. Komunikasi Kelompok Pariwisata

Komunikasi kelompok pariwisata merupakan interaksi dan pertukaran informasi yang dilakukan dalam kelompok atau komunitas yang tergabung dalam perjalanan wisata. Komunikasi kelompok pariwisata ini melibatkan berbagai pihak seperti pengelola destinasi wisata, agen perjalanan, pihak hotel, wisatawan, komunitas lokal, hingga pemandu wisata.

g. Komunikasi *Online* Wisata

Komunikasi *online* wisata merupakan interaksi dan pertukaran informasi yang dilakukan melalui platform digital dalam konteks industri pariwisata. Terdapat lima kemampuan media *online* yang harus ada pada saat

ini seperti, kemampuan menyimpan (*upload*) informasi, kemampuan mengolah informasi, kemampuan mengeluarkan informasi (*download*), menyebarkan komunikasi dan kemampuan mengkonstruksi citra informasi. Di dalam bidang ini juga akan membicarakan berbagai jenis media mulai dari media baru, media *online* baru, diversifikasi media, media metafor, dan semiotika media lainnya yang dapat diaplikasikan ke dalam bidang kajian ini.

h. *Public Relations* dan MICE

Peran *Public Relations* sangat diperlukan dalam industri pariwisata. Bidang ini mengatur semua program *Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions* (MICE), mulai dari merencanakan dan merumuskan program, masalah *funding explore, sponsorship*, pemasaran, akomodasi, pelaksanaan, evaluasi, hingga perencanaan *event* berikutnya menjadi kajian panjang di dalam komunikasi pariwisata.

i. Riset Komunikasi Pariwisata

Salah satu ujung tombak dalam pengembangan kajian adalah riset.

Riset komunikasi pariwisata dapat dilakukan dengan mengambil objek-objek riset pada bidang kajian komunikasi pariwisata yang akan digunakan.

Komunikasi pariwisata merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menginformasikan mengenai sebuah destinasi wisata kepada wisatawan. Selain itu, komunikasi pariwisata juga berperan penting dalam menarik minat wisatawan, mulai dari mempromosikan sebuah destinasi wisata, menginformasikan aksesibilitas wisata, hingga menginformasikan sumber daya

yang ada kepada wisatawan maupun *stakeholder* yang akan berpengaruh dalam dunia pariwisata. Pariwisata sendiri dibagi menjadi beberapa komponen diantaranya seperti destinasi, transportasi, pemasaran pariwisata, hingga sumber daya wisata (Prayitno et al., 2021)

Selain itu, Burhan Bungin juga mengatakan dalam buku, Komunikasi Pariwisata (*Tourism Communication*): Pemasaran dan *Brand* Destinasi (2015:87), bahwa komponen utama pariwisata dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian diantaranya yaitu :

a. Destinasi Pariwisata

Destinasi merupakan komponen penting dalam pariwisata, mencakup keindahan alam, kebudayaan, olahraga, religi, kuliner, oleh-oleh dan sebagainya yang tersedia di suatu tempat wisata.

b. Aksesibilitas Pariwisata

Aksesibilitas mencakup informasi tentang cara mencapai destinasi wisata, termasuk transportasi, Map, fasilitas tempat wisata, fasilitas tempat pemberhentian, dan infrastruktur yang mendukung kunjungan wisatawan

c. Pemasaran Pariwisata

Komunikasi pariwisata berperan dalam memasarkan destinasi wisata melalui berbagai saluran media. Hal ini mencakup strategi komunikasi yang efektif untuk menarik perhatian wisatawan dan meningkatkan kesadaran tentang destinasi wisata. Pemasaran pariwisata ini

mencakup mengenai jasa, alat, metode, agen-agen pariwisata, hingga komitmen pemerintah terhadap pariwisata.

d. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia yang terlatih dan kompeten dapat memberikan layanan yang baik kepada wisatawan. Komunikasi antara SDM dan wisatawan juga sangat penting untuk memastikan kepuasan wisatawan

e. Kelembagaan Pariwisata

Kelembagaan pariwisata mencakup organisasi dan institusi yang berperan dalam pengelolaan, konsultan, hingga kebijakan dan regulasi yang mengatur jalannya pariwisata. Komunikasi yang baik antara kelembagaan pariwisata dan *stakeholder* lainnya sangat penting untuk meningkatkan efektivitas pengembangan pariwisata.

2. Manajemen Komunikasi Pariwisata

Manajemen komunikasi pariwisata merupakan suatu kegiatan yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan atau pengawasan mengenai unsur komunikasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang berkaitan dengan seluruh komponen pariwisata. Manajemen komunikasi pariwisata ini membahas mengenai seluruh komponen pariwisata mulai dari cara memenejemen pemasaran pariwisata, destinasi, aksesibilitas, sumber daya manusia, hingga kelembagaan pariwisata (Bungin,2015).

Pengertian manajemen komunikasi pariwisata diatas merupakan suatu gabungan teori dari manajemen dan manajemen komunikasi yang dilakukan dalam industri pariwisata. Robbins dan Coulter dalam buku Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi (2021) mendefinisikan bahwa, Manajemen merupakan proses pengorganisasian kegiatan-kegiatan pekerjaan sehingga pekerjaan tersebut terselesaikan secara efektif dan efisien melalui orang lain. Terry juga menjelaskan bahwa, manajemen adalah suatu proses yang mengutamakan perencanaan, pengorganisasian, pengerahan dan pengawasan dengan memanfaatkan pengetahuan, pemanfaatan tenaga manusia dan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan (Fadliyah & Imaddudin, 2024).

Sedangkan manajemen komunikasi menurut Diwan dalam (riinawati, 2019) adalah suatu proses penggunaan sumber daya secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen komunikasi akan membentuk suatu alur komunikasi untuk menciptakan koordinasi yang saling berkaitan sehingga dapat mengurangi adanya miss persepsi atau kesalahan dalam penerimaan pesan antar individu maupun kelompok.

Dalam buku Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi (2021), Terry mengatakan bahwa terdapat empat aktivitas yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata, yaitu:

a. Perencanaan (*Planning*)

Planning merupakan suatu proses yang dilakukan untuk menentukan tujuan yang ingin dicapai dalam jangka waktu tertentu. Perencanaan dibuat untuk mengurangi risiko dan perubahan yang mungkin terjadi, memfokuskan kegiatan pada tujuan yang telah ditetapkan, menjamin proses pencapaian tujuan dilaksanakan secara efektif dan efisien serta memudahkan pihak manajerial untuk melakukan pengawasan (Sinta Sukma Ayu & Zuhri M. Nawawi, 2023)

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian (*organizing*) merupakan suatu proses pengelompokan, pengaturan, maupun penentuan berbagai aktivitas organisasi untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Kunci utama dalam proses pengorganisasian agar berjalan dengan baik adalah dengan adanya pembagian kerja. Selain itu juga dapat dilihat dari proses pengembangan fungsi organisasi ini dapat dipertimbangkan melalui beban kerja kelompok maupun individu, hubungan antar personal, delegasi wewenang, maupun pemanfaatan fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan (Sinta Sukma Ayu & Zuhri M. Nawawi, 2023)

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan (*actuating*) adalah salah satu fungsi penting dalam aktivitas manajemen. Hal ini dikarenakan, *actuating* merupakan tahap di mana rencana-rencana yang telah disusun sebelumnya dapat diimplementasikan dan dijalankan dengan tindakan nyata mencapai tujuan organisasi. Proses ini melibatkan aspek koordinasi, serta pengawasan terhadap personil, dengan tujuan memastikan bahwa mereka melaksanakan tugas mereka sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan (Fadliyah & Imaddudin, 2024)

d. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan (*controlling*) merupakan proses yang dilakukan untuk memastikan bahwa kinerja yang dilakukan berjalan dengan maksimal sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Pengawasan ini berperan sebagai proses evaluasi terkait kegiatan yang telah dilakukan. Selain itu, juga bertujuan untuk menghindari adanya penyimpangan terhadap tujuan awal yang telah ditetapkan sebelumnya.

Manajemen komunikasi pariwisata merupakan industri yang cukup besar dan kompleks karena memiliki keterkaitan mulai dari jenis layanan, produk yang ditawarkan hingga interaksi antara perusahaan dengan *stakeholders* lain yang memiliki kekuasaan. Salah satu upaya agar

manajemen komunikasi pariwisata dapat berjalan dengan optimal maka perlu tahapan yang dilakukan secara menyeluruh.

Cutlip, Center, dan Broom's (2006) mengatakan bahwa manajemen komunikasi dapat dilakukan menggunakan empat tahapan di antaranya yaitu :

a. Mendefinisikan Masalah

Tahap mendefinisikan masalah menjadi tahapan awal dalam proses manajemen komunikasi. Hal ini dilakukan untuk memahami situasi dan permasalahan yang sedang dihadapi sehingga mendapatkan penanganan yang sesuai dengan permasalahan yang ada. Tahap mengidentifikasi masalah ini dapat dilakukan menggunakan metode riset sebagai proses pengumpulan data.

Riset memiliki peranan penting untuk mengetahui informasi yang akan digunakan untuk merumuskan perencanaan strategis sesuai dengan realitas yang terjadi di lapangan. Terdapat dua jenis riset yang dapat digunakan dalam proses mengidentifikasi masalah, diantaranya yaitu riset metode informal dan riset metode formal (Abidin,2021)

Pertama, riset metode informal merupakan riset dengan pendekatan non-struktural dan bersifat fleksibel atau tidak menggunakan instrument baku. Riset metode informal ini dapat dilakukan melalui wawancara bebas dengan narasumber penting, observasi melalui media

online, *Focus Group Discussion* (FGD), laporan yang memuat data lapangan, dan diskusi secara spontan.

Kedua, riset metode formal merupakan riset terstruktur menggunakan alat ukur yang valid dan realibel. Riset formal ini dapat dilakukan melalui analisis database, survei, dan analisis isi.

b. Membuat Perencanaan

Perencanaan merupakan tahap kedua dalam manajemen komunikasi. Tahap ini dilakukan untuk menyusun strategi sesuai dengan tujuan komunikasi yang telah ditentukan. Selain itu, perencanaan ini berisikan pengidentifikasian target khalayak dan segmentasinya, menentukan pesan, media/saluran komunikasi yang digunakan, strategi pelaksanaan, dan menyiapkan alokasi sumber daya seperti sumber daya manusia, anggaran, hingga timeline.

Terdapat dua model perencanaan menurut Cutlip, Center, dan Broom, yaitu *planning mode* dan *evolutionary mode*. *Planning mode* merupakan tahap perencanaan yang terstruktur dan sistematis yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan *evolutionary mode* merupakan strategi yang bersifat dinamis dan diterapkan sepanjang masa, metode ini memiliki pola keputusan yang mampu menyesuaikan peluang maupun ancaman pada organisasi (Abidin,2021)

Selain itu dalam tahapan ini, strategi yang digunakan yaitu melalui penerapan analisis SWOT, dimana tahap ini dilakukan untuk mempertimbangkan program atau keputusan jangka panjang.

c. Aksi dan Komunikasi

Tahap aksi dan komunikasi merupakan tahapan pengimplementasian pelaksanaan strategi komunikasi yang telah dirumuskan sebelumnya secara spesifik sesuai dengan tujuan organisasi. Tahap ini dilakukan dengan tindakan nyata (aksi) dan penyampaian pesan (komunikasi) kepada publik yang dituju sehingga pesan dapat tersampaikan dengan jelas. Hal ini dilakukan untuk menjaga kesamaan persepsi, meminimalisir kesalahpahaman, serta dapat mengidentifikasi faktor yang dapat menjadi hambatan dan dukungan yang ada.

d. Evaluasi Komunikasi

Evaluasi bentuk aktivitas komunikasi menjadi tahapan yang terakhir. Tahap ini efektivitas program komunikasi dievaluasi secara menyeluruh mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga dampak yang diberikan untuk organisasi. Analisis dilakukan untuk menentukan apakah tujuan yang ditetapkan tercapai dan untuk mengukur dampak dari komunikasi yang dilakukan.

Pada tahap terakhir ini, pertanyaan yang diajukan “bagaimana kita melakukannya, atau bagaimana cara mengatakannya?”. Melalui

pertanyaan tersebut tentu akan menghasilkan keputusan mengenai keberhasilan program yang telah dilaksanakan sebelumnya. Selain itu, kegiatan evaluasi dalam komunikasi juga dapat dilakukan dengan klaim hasil nyata (*judgemental assessment*), *communication output*, evaluasi tingkat kesadaran, evaluasi tingkat penerimaan dan evaluasi tingkat partisipan

Tahapan manajemen komunikasi tersebut dapat membentuk kerangka kerja yang sistematis bagi industri pariwisata, hal ini dilakukan agar seluruh komponen pariwisata mulai dari cara memenejemen pemasaran pariwisata, destinasi, aksesibilitas, sumber daya manusia, hingga kelembagaan pariwisata dapat berjalan dengan optimal.

3. Wisata Edukasi *Experiential Learning*

Menurut Swarbrooke dan Horner dalam buku "*Consumer Behaviour in Travel and Tourism*" (2016), Wisata edukasi merupakan suatu perjalanan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang suatu topik, budaya, atau lingkungan. Selain itu, wisata edukasi juga dapat diartikan sebagai suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan ataupun pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjungi (Yuanita, 2024).

Wisata edukasi merupakan sebuah perjalanan yang bertujuan untuk memperoleh pengetahuan, pengalaman, maupun keterampilan baru yang

dapat didapatkan pada saat perjalanan berlangsung. Wisata edukasi menggabungkan unsur pendidikan dengan kegiatan pariwisata, sehingga pengunjung tidak hanya menikmati destinasi wisata saja tetapi juga mendapatkan nilai pembelajaran yang bermanfaat.

Dalam penerapan wisata edukasi ini teori yang diterapkan yaitu *experiential learning*. *Experiential learning* merupakan pembelajaran yang dilakukan melalui observasi, tindakan, pengalaman, penemuan dan eksplorasi yang dilakukan secara langsung. Pembelajaran pengalaman merupakan suatu metode dimana pendidik terlibat secara langsung dengan siswa dan dengan adanya refleksi tersebut tentunya dapat meningkatkan pengetahuan, mengembangkan keterampilan, dan memperjelas nilai-nilai yang ada (Hayati, 2020).

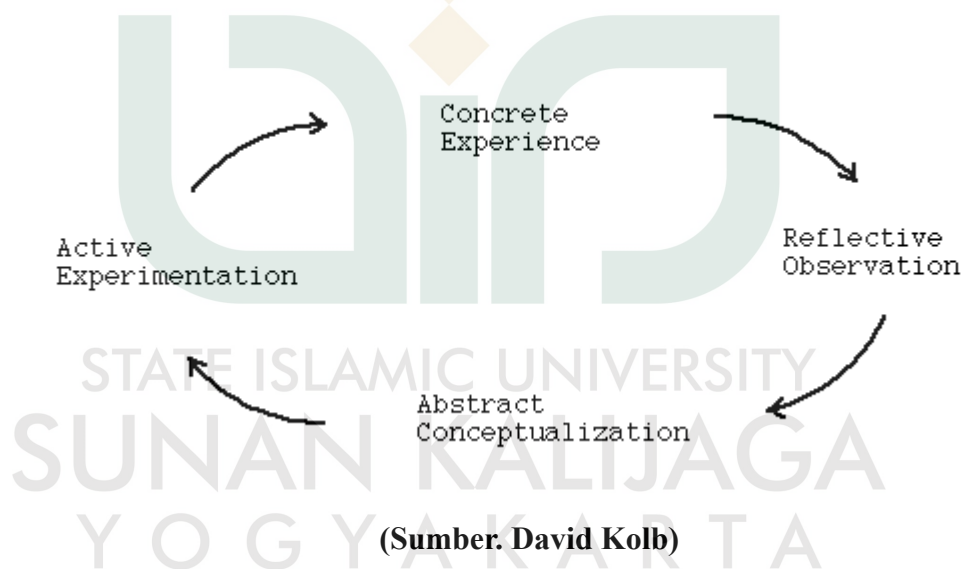
David A.Kolb (1984) mendefinisikan bahwa belajar merupakan “*The process whereby knowledge is created through transformation of experience*” atau belajar merupakan sebuah proses dimana pengetahuan dikreasikan melalui transformasi pengalaman. Selain itu, Kolb juga mengatakan bahwa belajar bukan hanya sekedar penerimaan materi pelajaran, tetapi interaksi antara materi pelajaran dengan pengalaman langsung sehingga dapat mendukung satu sama lain (Learning, 2017).

Wisata edukasi berbasis *experiential learning* ini menggabungkan antara pengalaman langsung, refleksi, implementasi, dan keterlibatan pada

saat rekreasi. Konsep ini tidak hanya memperkaya pengetahuan tetapi juga mengembangkan keterampilan hidup dan kesadaran mengenai sosial-lingkungan bagi pengunjung tempat wisata.

Dalam siklus pembelajaran tentunya perlu menerapkan metode pembelajaran supaya dapat lebih efektif. Menurut Morris (2020), Metode *experiential learning* akan efektif jika peserta didik memiliki kemampuan pengalaman konkret (CE), kemampuan observasi reflektif (RO), kemampuan konseptualisasi abstrak (AC), dan kemampuan eksperimen aktif (AE) (Wakhidiani, 2023).

Gambar 1. 1 Siklus Experiential learning



Menurut David A. Kolb dalam (Hakima & Hidayati, 2020), terdapat empat tahapan dalam siklus pembelajaran *experiential learning* yang penting untuk dilakukan yaitu:

a. *Concrete Experience* (Pengalaman Konkret)

Concrete experience (Pengalaman konkret) merupakan tahap *experiential learning* yang pertama. Tahap ini melibatkan pengalaman langsung dan partisipasi aktif dalam suatu kegiatan. Pada tahap ini, pengunjung akan terlibat penuh dan aktif pada proses pembelajaran.

b. *Reflective Observation* (Refleksi Observasi),

Reflective observation (Refleksi observasi) merupakan tahapan yang melibatkan pengunjung untuk mengamati dan menganalisis menggunakan panca inderanya secara langsung. Pada tahap ini pengunjung dapat merefleksikan pengalaman sesuai dengan hasil dari pemahaman mendalam tentang apa yang terjadi sebelumnya. Setelah itu pengunjung dapat mendeskripsikan pengalamannya dan mengkomunikasikannya kembali.

c. *Abstract Conceptualization* (Konseptualisasi Abstrak)

Abstract Conceptualization (Konseptualisasi abstrak) merupakan tahapan dimana pengunjung mulai berpikir menggunakan logika dan pemikiran mereka untuk memahami pengalaman yang telah diperoleh sebelumnya. Pada tahap ini, menentukan pengunjung apakah memahami dan mampu melakukan konsep yang telah diberikan sebelumnya atau tidak.

d. *Active Experimentation* (Eksperimentasi Aktif)

Active Experimentation (Eksperimentasi aktif) merupakan tahapan yang terakhir. Tahapan ini pengunjung menggunakan teori atau konsep yang didapatkan sebelumnya untuk diterapkan melalui praktik nyata dalam pemecahan masalah.

Experiential Learning merupakan sebuah model pembelajaran yang pembelajar diaktifkan perannya secara maksimal dalam membangun pengetahuan serta keterampilan melalui pengalaman yang diperoleh secara langsung (Hakima & Hidayati, 2020). Metode *experiential learning* ini juga mengajak kita agar dapat melihat dari sebuah proses menyeluruh yang telah dilakukan sehingga tidak hanya melihat dari pencapaian hasil akhirnya.

Experiential learning ini juga memiliki beberapa karakteristik yang membahas mengenai model pembelajaran secara menyeluruh. Karakteristik *experiential learning* menurut David Kolb dalam (Hariri & Yayuk, 2018) ini diantaranya :

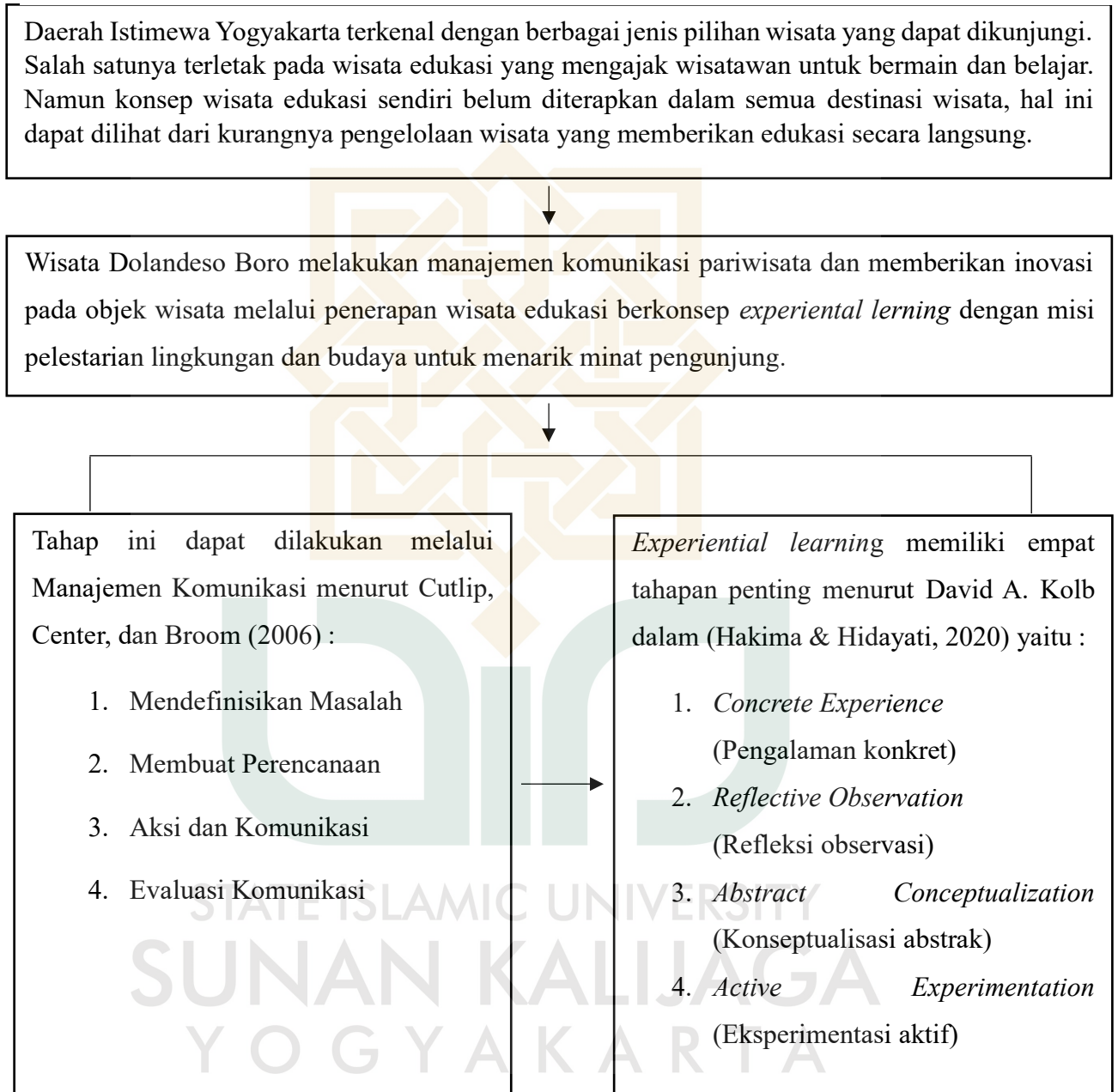
- 1) Model pembelajaran *experiential learning* lebih menekankan pada proses, dari pada hasil yang sudah dicapai oleh peserta
- 2) Belajar merupakan proses berkelanjutan berdasarkan dengan pengalaman yang telah dilakukan

- 3) Belajar membutuhkan resolusi antara konflik atau gaya pembelajaran yang berlawanan dengan cara dialektis
- 4) Belajar merupakan sebuah proses yang holistik
- 5) Proses belajar melibatkan hubungan antara seseorang dengan lingkungan
- 6) Belajar merupakan proses yang menciptakan pengetahuan, dari hasil dari hubungan antara pengetahuan sosial dan pengetahuan personal

Penerapan *experiential learning* dalam industri pariwisata juga penting untuk dilakukan. Hal ini karena penerapan *experiential learning* dalam industri pariwisata tidak hanya meningkatkan daya tarik pada destinasi nya tetapi juga memberikan nilai tambah pada pengalaman wisatawan yang berkunjung.

G. Kerangka Pemikiran

Gambar 1. 2 Kerangka pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti

H. Metodologi Penelitian :

1. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif merupakan proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu maupun kelompok untuk menggambarkan masalah sosial atau masalah kemanusiaan (Sugiyono:2021:4). Penelitian ini merupakan suatu pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui fenomena atau masalah yang terjadi dengan menggunakan metode penelitian yang ada. Metode yang dilakukan pada penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif.

Metode deskriptif kualitatif dilakukan untuk mengetahui secara mendalam mengenai fakta yang terjadi dilapangan dengan melakukan pendekatan secara individu dengan persepsi atau sudut pandang yang berbeda.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Sulianto (dalam Sugiyono, 2021:19) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif data yang diperoleh berbentuk pernyataan-pernyataan atau kalimat dalam penelitian kualitatif yang dikenal dengan istilah subjek penelitian atau lebih familiarnya disebut dengan informan. Informan adalah orang yang mengetahui, mengenal juga menjalankan tentang informasi mengenai data yang tengah diteliti oleh peneliti.

Pemilihan narasumber ini dilakukan melalui teknik *purposive sampling*, dimana teknik penentuan sampel dilakukan melalui proses

pertimbangan yang matang agar hasilnya representative. Maka dari itu, peneliti memilih informan yang memahami mengenai Dolandesoro Boro dan memiliki kriteria khusus dalam pengumpulan data maupun informasi yang diperlukan. Pada penelitian ini subjek yang diambil oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- 1) Ibu Wita Istariyah Selaku Manager Dolandesoro Boro
- 2) Triani Administrasi dan Marketing Dolandesoro Boro
- 3) Aditya Kurnia Administrasi dan Marketing Dolandesoro Boro
- 4) Dita Marfuah Sufiatun Selaku Fasilitator *Experiential Learning*
- 5) Marsenus Dedy Wibowo selaku Fasilitator *Experiential Learning*

b. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan variabel yang diteliti di tempat penelitian. Objek penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah manajemen komunikasi pariwisata pada wisata edukasi berkonsep *experiential learning* yang dilakukan oleh Dolandesoro Boro Kabupaten Kulon Progo

3. Metode Pengambilan Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti

dari informan utama. Pada penelitian ini, menggunakan data dari hasil observasi dan wawancara yang mendalam.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada dan telah dikumpulkan oleh peneliti lain. Pada penelitian ini, peneliti mengambil dokumentasi sebagai pengumpulan data yang berupa buku, jurnal, dokumen resmi terkait, website serta media sosial.

b. Teknik pengumpulan data

a) Observasi

Observasi merupakan suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara turun langsung ke lapangan. Menurut Moleong (2010), observasi adalah mengamati secara langsung suatu obyek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan oleh obyek tersebut. Sanafiah Faisal (dalam Sugiyono, 2021:107) juga mengatakan bahwa, observasi diklasifikasikan menjadi tiga jenis yaitu observasi partisipatif, observasi terstruktur dan tersamar, dan observasi tak terstruktur. Observasi ini dilakukan berdasarkan kenyataan langsung di lapangan melalui pengamatan, pencatatan, kemudian diolah menjadi laporan penelitian.

Pada tahap observasi ini peneliti melakukan observasi secara partisipatif dengan cara mengamati lokasi penelitian dan lingkungan Dolandeso Boro terkait manajemen komunikasi pariwisata pada wisata edukasi yang berkonsep *experiential learning*.

b) Wawancara

Wawancara merupakan proses bertukar informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih. Menurut Esterberg (dalam Sugiyono, 2021:114), wawancara merupakan sebuah interaksi yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun ide menggunakan metode tanya jawab, yang mana tanya jawab yang dilakukan tersebut seputaran topik yang mempunyai maksud dan tujuan tertentu.

Proses wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu in depth interviewing (wawancara mendalam). Dalam hal ini, peneliti melakukan proses wawancara mendalam kepada pemilik, tim manajemen, dan fasilitator Dolandesoro Boro Kabupaten Kulon Progo

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pencatatan peristiwa yang sudah berlalu melalui dokumen. Dokumen ini dapat berbentuk catatan, buku, surat kabar, jurnal, gambar, video, transkrip, rekaman suara, dan lainnya (Siyoto & Sodik, 2015)

Teknik dokumentasi ini dijadikan sebagai pelengkap dari hasil observasi maupun wawancara yang telah diperoleh sebelumnya, supaya hasil yang didapat lebih relevan. Maka dari itu, peneliti melakukan teknik dokumentasi berupa tulisan, gambar, serta rekaman suara mengenai kegiatan yang menunjang.

4. Metode Analisis Data

Dari data yang sudah diperoleh melalui proses pengumpulan data, maka peneliti melakukan proses pengolahan data secara lebih lanjut supaya dapat lebih mudah untuk dipahami. Oleh karena itu, proses analisis data yang dilakukan yaitu :

a. Reduksi Data

Menurut Moleong (2010), reduksi data merupakan proses pemilihan data, menggolongkan mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan berbagai cara sampai pada kesimpulan dan verifikasi. Dalam proses reduksi data ini, pemilihan data dilakukan dengan memilih data yang baru, data yang unik atau berbeda dari yang lain, dan data yang relevan dengan pertanyaan penelitian.

Hal ini dilakukan untuk membuat data lebih mudah diinterpretasikan agar dapat mempermudah peneliti dalam memusatkan aspek-aspek yang paling relevan untuk mempermudah penyampaian hasil penelitian secara lebih jelas.

b. Penyajian Data

Penyajian Data menurut Miles & Huberman (dalam Sugiyono, 2021) merupakan langkah kedua yang akan dilakukan. Dalam penyajian data ini seluruh data yang diperoleh dipaparkan seperti hasil wawancara dan dokumentasi kemudian dianalisis sesuai dengan teori yang telah

dipaparkan sebelumnya sehingga dapat deskripsi mengenai fenomena yang terjadi.

Tujuan dari penyajian data adalah untuk membantu peneliti memahami data yang telah direduksi dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai tema atau kategori yang telah diidentifikasi.

c. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Tahapan yang terakhir yaitu penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Setelah dilakukan reduksi dan penyajian data, kemudian dilakukan penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Penarikan kesimpulan atau verifikasi data ini bertujuan untuk memverifikasi temuan atau hasil penelitian melalui analisis yang lebih mendalam, pengujian dan pembuktian data yang didapatkan.

Dalam tahap ini, peneliti melakukan pengambilan kesimpulan dari hasil lapangan yang membahas mengenai, penerapan manajemen komunikasi pariwisata pada wisata edukasi berkonsep *experiential learning*, sehingga rumusan penelitian dapat terjawab dan terpaparkan dengan baik.

5. Metode Keabsahan Data

Metode keabsahan data merupakan upaya dalam menunjukkan validitas dan reliabilitas data penelitian. Sedangkan triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono:2021:125).

Metode keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi ahli. Triangulasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman informasi dan penyamaan informasi yang diperoleh supaya menghasilkan data yang valid, konsisten, dan terperinci.

Dalam penelitian ini, triangulasi sumber yang dipilih untuk menjadi sumber informasi yaitu pengunjung wisata yang selalu berkunjung ke wisata Dolandesoro Boro. Sedangkan triangulasi ahli yang dipilih yaitu seorang pakar yang memahami mengenai komunikasi pariwisata.

Triangulasi sumber dari pengunjung yaitu Bapak Rohmat Ediyanto M,Pd. Seorang guru dari SD Pedagogia Labschool FIPP Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). SD Pedagogia merupakan sekolah swasta milik Fakultas Ilmu Pendidikan UNY yang berfokus pada pendidikan ramah anak dan menerapkan pendekatan holistik melalui kurikulum nasional, pendidikan inklusi, dan kearifan lokal. Sekolah ini kerap berkunjung di Dolandesoro Boro pada setiap tahunnya

Triangulasi ahli yang kedua yaitu Ibu Kamila Salsabela, S.I.Kom., M.A, seorang Dosen ilmu komunikasi Universitas Ahmad Dahlan (UAD) dan seorang praktisi *Public Relations* yang merupakan *project leader* dari Cornellia & Co. Triangulasi ahli yang dipilih memiliki latar belakang sebagai dosen pengampu mata kuliah komunikasi pariwisata sekaligus praktisi *public relations* yang selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pengelola Dolandeso Boro telah melakukan manajemen komunikasi pariwisata secara sistematis melalui empat tahapan utama yaitu mendefinisikan masalah, membuat perencanaan, aksi dan komunikasi, serta evaluasi komunikasi. Penerapan tahapan tersebut menunjukkan bahwa pengelola tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi saja, tetapi juga pada pengelolaan proses komunikasi yang terencana dan berkelanjutan.

Selain itu, Dolandeso Boro juga menerapkan konsep wisata edukasi berbasis *experiential learning* melalui pengalaman konkret (*concrete experience*), refleksi observasi (*reflective observation*), konseptualisasi abstrak (*abstract conceptualization*), dan eksperimentasi aktif (*active experimentation*). Penerapan konsep ini menciptakan pembelajaran yang lebih bermakna melalui keterlibatan langsung pengunjung.

Hal yang kemudian menjadi alasan Dolandeso Boro untuk melakukan wisata edukasi berkonsep *experiential learning* sebagai upaya untuk menarik minat pengunjung. Selain itu juga sebagai upaya dalam melakukan misi pelestarian lingkungan dan budaya yang tidak hanya menyampaikan informasi secara pasif tetapi juga melalui pengalaman holistik dengan adanya interaksi

langsung dengan alam, kebudayaan, simulasi, dan refleksi yang dilakukan oleh pengunjung.

Wahana edukasi yang ada di Dolandesoro Boro sendiri cukup beragam dan berfokus pada pelestarian lingkungan serta budaya, sehingga hasil akhir yang diperoleh pengunjung yaitu adanya pengetahuan mengenai bagaimana tindakan yang akan dilakukan untuk menjaga lingkungan dan adat istiadat di sekitar. Selain itu wahana edukasi yang ada juga memberikan dampak dalam perkembangan kepribadian pengunjung. Melalui wahana edukasi yang ada, pengunjung dinilai dapat melakukan kerjasama, komunikasi, kepemimpinan, dan ketajaman dalam proses analisis

B. SARAN

Berdasarkan pada penelitian manajemen komunikasi pariwisata pada wisata edukasi berkonsep *experiential learning* yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti memiliki beberapa masukan yang diharapkan dapat memperdalam penelitian ini dan dapat menjadi masukan untuk penelitian selanjutnya, diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya, untuk dapat meneliti penelitian secara lebih mendalam pada penerapan metode *experiential learning* terhadap wisata edukasi di Dolandesoro Boro, khususnya untuk mengukur dampak pengalaman belajar terhadap perubahan sikap dan perilaku pengunjung.

2. Bagi Pengelola Dolandesoro Boro, diharapkan dapat membuat survei kepuasan pengunjung melalui google form yang dapat diisi oleh pengunjung secara online setelah selesai berkegiatan. Selanjutnya juga perlu adanya pemanfaatan dan pengoptimalan promosi melalui sosial media maupun melakukan kolaborasi dengan influencer dan agent wisata untuk menarik lebih banyak lagi calon pengunjung khususnya dari luar daerah.
3. Bagi masyarakat sekitar, untuk dapat lebih bekerjasama dalam melaksanakan program wahana edukasi yang ditawarkan khususnya ketika membutuhkan keterlibatan langsung masyarakat. Kolaborasi ini diharapkan mampu menjaga keberlanjutan sosial, ekonomi, serta pemberdayaan masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. M (2021). Manajemen Komunikasi Filosofi, Konsep, dan Aplikasi. CV Pustaka Setia, Bandung.
- Achadah, A., Hasanah, S. M., Jl, A., Mojosari, R., Kepanjen, K., Malang, K., & Timur, J. (2024). *Metode Ice Breaking dalam Meningkatkan Konsentrasi Mahasiswa pada Mata Kuliah Pengembangan Bahan Ajar bertujuan untuk mengembalikan konsentrasi , perhatian , serta fokus yang ada dalam suatu acara*. 3(4)
- Afrachrima. (2024). Rekomendasi Tempat Outbound Seru di Sekitar Jogja. <https://vt.tiktok.com/ZSapnYuq9/>
- Azzahra. (2023). Manajemen Komunikasi Pariwisata Pada Program 'Ayo Dolan Seplawan' Studi Deskriptif Kualitatif Pada Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Purworejo). *Digilib UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*
- Badan Pusat Statistik DI Yogyakarta. Jumlah Objek Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta Terdata di Tahun 2021. Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta. <https://www.bps.go.id/id/publications/statistik-daerah-provinsi-daerah-istimewa-yogyakarta-2024>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2024). Total Kunjungan Wisatawan Mancanegara (wisman) Sampai Dengan Desember Tahun 2024. Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://www.bps.go.id/id/publications/statistik-indonesia-2024>
- Bungin, B. (2015). Komunikasi Pariwisata (*Tourism Communication*) Pemasaran dan Brand Destinasi. Kencana
- Cindy. (2025). *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi, Vol. 05 No. 04 (2025)*. 05(04), 287–295.
- Dedy Mulyana. (2010). Ilmu Komunikasi (Suatu pengantar). PT Remaja Rosdakarya
- Djafar, Y., Ishak, Isa, & Tangio, J. S. (2024). Analisis Kemampuan Berpikir Kritis Siswa dalam Menyelesaikan Instrumen Tes Two-Tier Multiple Choice pada Materi Laju Reaksi. *Jurnal Inovasi Pendidikan Kimia*, 18(2), 112–117. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/JIPK>
- Dolandes, Boro. (2025). Penilaian Pengunjung Dolandes Boro Melalui Google Maps. <https://maps.app.goo.gl/eWZhZigPZc1dfo6g8>
- Dolandes, Boro. (2024). Unggahan Konten Instagram Dolandes Boro. https://www.instagram.com/dolandesoboro_official?igsh=MXRmanljaG5ldjJweA
- Dolandes, Boro. (2025). Website Wisata. <https://www.dolandesoboro.com/>
- Eissn, I. (2025). *MEDIA WISATA*. 23(1). <https://doi.org/10.36276/mws.v23i1.922>
- Fadliyah, S. H., & Imaddudin, I. (2024). Manajemen Komunikasi Pembangunan Pariwisata Destinasi Alam Dan Budaya Dalam Menarik Kunjungan Wisatawan Pada Desa Wisata Hegarmukti Bekasi. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 18(2), 185. <https://doi.org/10.47256/kji.v18i2.425>
- Hakima, A., & Hidayati, L. (2020). Peran Model Experiential Learning dalam Pendidikan Berbasis Keterampilan Tata Busana. *e-Journal*, 09(03), 51–59.
- Hariri, C. A., & Yayuk, E. (2018). The Application of Experiential Learning Model to Increase Students' Comprehension in the Subject Material of Light and Its

- Properties. *Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 8(1), 1–15. <https://doi.org/10.24246/j.js.2018.v8.i1.p1-15>
- Hayati, R. S. (2020). Pendidikan lingkungan berbasis experiential learning untuk meningkatkan literasi lingkungan. *Humanika*, 20(1), 63–82. <https://doi.org/10.21831/hum.v20i1.29039>
- Huda, M. N. (2023). *Strategi Komunikasi Pengelola Wisata Hargo Dumilah Kabupaten Ngawi dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan*.
- Komunikasi, J. P. (2025). *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol. 05 No. 04 (2025). 05(04), 287–295.
- Learning, E. (2017). Reflektif. *Refletif*, 1–17.
- Mendikbud. (2014). Permendikbud No. 10 Tahun 2014. *Permendikbud No.10 Tahun 2014*, 45.
- Moleong, L.J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Remaja Rosdakarya
- Muhtadi, M. A. (2023). Pembelajaran Berbasis Outdoor Education sebagai Upaya Peningkatan Minat dan Motivasi Belajar Siswa SD di Kota Sukabumi. *Jurnal Pendidikan West Science*, 1(04), 274–280. <https://doi.org/10.58812/jpdws.v1i4.465>
- Ningrum, C. M. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Papan Permainan Roda Jelajah Indonesia untuk Siswa Kelas V SDN Tugurejo 01 Kota Semarang. *Pengembangan Media Pembelajaran Papan Permainan Roda Jelajah Indonesia*, 1–254.
- Pendidikan, J., Hasil, T., Fisika, B., Didik, P., Firmasari, T., Nyoman, N., Putu, S., & Makhrus, M. (2025). *Pengaruh Model Problem Based Learning Berbantuan Media PhET Simulation*. 6(1). <https://doi.org/10.29303/goescienceed.v6i1.515>
- Prasetyo, H., & Nararais, D. (2023). Urgensi Destinasi Wisata Edukasi Dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan Di Indonesia. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 17(2), 135. <https://doi.org/10.47256/kji.v17i2.209>
- Prayitno, Y., Fitriani, D. R., & Eviyani, E. (2021). Komunikasi Pariwisata 4.0. *Jurnal Common*, 4(2), 230–244. <https://doi.org/10.34010/common.v4i2.4433>
- Quran, NU. (2025) Surat Saba' Ayat 34:Arab, Latin, Terjemahan dan Tafsir Lengkap. Quran NU Online. <https://quran.nu.or.id/saba'/34>
- Regulasip. (2020). Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. <https://www.regulasip.id/book/1195/read>
- Scott M. Cutlip, Allen H.Center, Glen M.Broom (2006), *Effective Public Relations (Edisi Kesembilan)*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Sd, D. I. M. I. (2023). *PENERAPAN METODE STORYTELLING DALAM PEMBELAJARAN*. 3(1), 34–41.
- Sdnegerisawit. (2025). Konten Outbound Kelas VI Sd Negeri Sawit di Dolandesoro Boro. <https://vt.tiktok.com/ZSapnaCP6/>
- Simanjuntak, P. M. M., Simanjuntak, R., Sitohang, M. E., Saribu, D., Silaban, C., Sihalo, C. S., & Panjaitan, Y. (2025). *ISSN Cetak : 2477-2143 ISSN Online : 2548-6950 DALAM PEMBELAJARAN IPA KELAS IV SD NEGERI 124388 PEMATANGSIANTAR Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar ; Pematangsiantar , Indonesia ISSN Cetak : 2477-2143 ISSN Online : 2548-6950*. 10,

824–835.

- Sinta Sukma Ayu, & Zuhri M. Nawawi. (2023). Penerapan Planning, Organizing, Actuating, And Controlling (POAC) Dalam Manajemen Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 51–68.
<https://doi.org/10.58192/ebismen.v3i1.1733>
- Siyoto, S. & Sodik, A. (2015), Dasar Metodologi Penelitian. Literasi Media Publishing, Yogyakarta.
- Sobatsalmuth. (2025). Konten Kegiatan Edukasi Outbound di Dolandes Boro.
<https://vt.tiktok.com/ZSapnrnwc/>
- Sugiyono, D.P. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta CV, Bandung.
- Talalu, T. R., & Sadewo, B. A. (2021). Manajemen komunikasi pariwisata: bone bolango dan pandemi covid-19. *Islamic Communication Journal*, 6(2), 223–232.
<https://doi.org/10.21580/icj.2021.6.2.8172>
- Wakhidiani, D. (2023). Pengaruh Model Experiential Learning Terhadap Aktivitas dan Hasil Belajar Siswa pada Pembelajaran Terpadu. *Media Informasi*, 32(2), 204–213.
<https://doi.org/10.22146/mi.v32i2.7561>
- Wijayanti, Y. T., Dewi, M. S. R., & Zahra, L. (2022). Manajemen Komunikasi Pariwisata Berkelanjutan Dalam Pengembangan Desa Wisata Pulesari. *Seminar Nasional Dies Natalis ke-57 Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 50–62.
- Yuanita, Y. (2024). Potensi Wisata Edukasi Berbasis Experiential Learning dan Pemasarannya di Kampoeng Kids Kota Batu, Jawa Timur untuk Menjangkau Segmen Pasar Yang Diharapkan. *Syntax Idea*, 6(2), 527–540.
<https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i2.2967>
- Yuniartika, M. D. (2022). Pelatihan Pemandu Wisata Di Kampung Wisata Edukasi Trigona Bengkaung, Lombok Barat. *I , 7787*(8.5.2017), 2003–2005.