

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

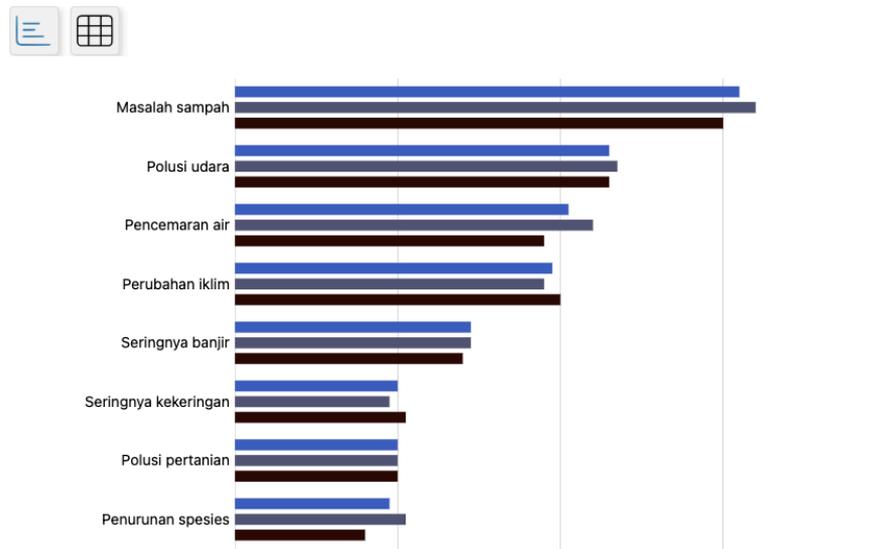
Pendidikan dan pariwisata memiliki hubungan yang erat karena keduanya berkontribusi pada pengembangan sumber daya manusia dan peningkatan kualitas hidup. Meskipun terdapat perbedaan antara pendidikan pariwisata dan *edutourism*, keduanya bertujuan untuk memberikan pengalaman dan pengetahuan kepada peserta wisata (Malihah & Setiyorini, 2014). *Edutourism* merupakan program yang menggabungkan aspek pendidikan dengan kegiatan wisata, memungkinkan para peserta untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman langsung dari berbagai tempat atau objek wisata yang mereka kunjungi. Konsep pariwisata yang menggabungkan pengalaman wisata dengan pembelajaran nonformal ini bertujuan untuk membuat proses belajar menjadi lebih menyenangkan dan mudah diingat. (Wijayanti, 2019).

Saat ini, perkembangan *edutourism* di Indonesia semakin pesat karena para wisatawan menginginkan pengalaman pembelajaran (*learning experience*) dalam melakukan perjalanan wisata (Purnawan & Sudana, 2013). Pariwisata telah menjadi salah satu industri global utama dan merupakan sumber penting dalam pertumbuhan ekonomi serta penciptaan lapangan kerja. Dari pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata memiliki potensi untuk menciptakan lapangan kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. Pengembangan program wisata edukasi bisa menjadi langkah yang menguntungkan bagi masyarakat secara keseluruhan (Sharma, 2015). Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan *edutourism* secara komprehensif. Selain telah memenuhi persyaratan kebijakan nasional terkait pariwisata dan pendidikan sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh WTO, dan telah mengadopsi *Global Code of Ethics for Tourism*, Indonesia memiliki SDA dan SDM yang melimpah, serta keunikan pengetahuan tradisional yang memberikan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, pengembangan *edutourism* di Indonesia terus dilakukan secara strategis (Wiryawan et al., 2016).

Program *edutourism* memberikan manfaat besar bagi peserta, seperti yang diungkapkan oleh Winarto (2016). Peserta tidak hanya mendapatkan pengalaman langsung dari destinasi yang dikunjungi, tetapi juga terlibat dalam berbagai kegiatan yang membantu mengembangkan bakat dan keterampilan. Partisipasi dalam program ini memperluas pemahaman tentang budaya, lingkungan, dan sejarah, sambil menerapkan teori dalam konteks praktik. Beberapa karakteristik *edutourism* meliputi pariwisata, pendidikan, ekowisata, warisan budaya, dan wisata komunitas. Program ini tidak hanya untuk pelajar, tetapi juga untuk wisatawan umum yang ingin belajar sambil berwisata. Dengan berbagai tema mulai dari ekologi, agrowisata, budaya, hingga penelitian arkeologi, *edutourism* memberikan pengalaman belajar yang beragam dan mendalam kepada peserta, memperluas pengetahuan dan pemahaman tentang budaya dan lingkungan (Winarto, 2016).

Dalam konteks ini, peran komunikasi menjadi penting dalam mendukung kegiatan *edutourism* dan memberikan pengetahuan kepada masyarakat. Komunikasi bisa menjadi media edukasi dan sosialisasi untuk membantu mengatasi permasalahan lingkungan (Hakim, 2024). Komunikasi juga memiliki peran yang penting dalam memfasilitasi pemasaran pariwisata melalui berbagai elemen pemasaran, baik dalam media komunikasi maupun konten komunikasi. Oleh karena itu, komunikasi pariwisata berkembang dari integrasi beberapa disiplin ilmu dalam studi komunikasi dan pariwisata (Bungin, 2015). Pentingnya komunikasi pariwisata dalam pemberdayaan masyarakat tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi tentang pelestarian budaya dan lingkungan, tetapi juga berperan dalam pertumbuhan komunitas, industri, dan produk pariwisata (Yasir et al., 2023).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 1. 1 Isu Lingkungan Penting

Sumber: Databoks (2021)

Peran penting komunikasi dalam *edutourism* didukung oleh kesadaran akan isu lingkungan yang terus meningkat di seluruh dunia, dengan tata kelola lingkungan yang semakin diperhatikan oleh masyarakat di tingkat lokal, regional, dan global (Kurniawan & Rye, 2014). Dilansir dari Databoks (2021), isu lingkungan paling penting bagi kalangan muda berkaitan dengan permasalahan lingkungan terutama sampah yang berlebih. Data dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) pada tahun 2022 mencatat bahwa jumlah timbunan sampah nasional sebesar 21.1 juta ton dan sekitar 34.29% belum terkelola dengan baik (Kemenkopmk, 2022). Seiring berjalannya waktu, banyak perusahaan ataupun organisasi yang mulai memberikan perhatian terhadap isu-isu lingkungan yang ada. Salah satunya *social enterprise*, yang berusaha untuk memecahkan masalah sosial melalui usaha bisnis. *Social enterprise* menggabungkan efisiensi, inovasi, dan sumber daya dari perusahaan berorientasi laba tradisional dengan hasrat, nilai, dan misi dari organisasi nirlaba (Battilana et al., 2012). *Social enterprise* merupakan inovasi yang signifikan karena fokusnya bukan hanya pada profit, tetapi juga pada penyelesaian masalah-masalah sosial dalam masyarakat. (Firdaus, 2014). *Social entrepreneurship* menjadi instrumen penggerak perubahan

sosial karena menjawab permasalahan sosial dengan memanfaatkan kewirausahaan dan tidak mengutamakan perolehan laba, atau laba yang diperoleh dimanfaatkan untuk kepentingan sosial (Utomo, 2014).

Penelitian ini berfokus pada Sebumi, salah satu *social enterprise* di Indonesia yang bergerak dalam bidang *edutourism* dan *sustainability* yang berfokus pada 3 pilar, yaitu *educate, experience & adopt*. Sejak didirikan pada tahun 2018, misi Sebumi konsisten untuk memberikan edukasi dan memberdayakan masyarakat untuk secara sadar membuat pilihan yang lebih berkelanjutan dalam keseharian mereka. Sebumi berfokus pada permasalahan lingkungan di beberapa kota besar di Indonesia, termasuk Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta dan Bali. Beberapa aspek yang difokuskan oleh perusahaan termasuk alam, keberlanjutan, dan konservasi. Sebumi menawarkan solusi mulai dari Pendidikan, pengalaman, hingga produk yang berkelanjutan. Salah satu program Sebumi berupa *tour* yang mengajak peserta untuk melihat permasalahan lingkungan yang ada termasuk sampah, memberikan edukasi tentang masalah dan solusi yang bisa dilakukan, dan memberikan pengalaman kepada peserta untuk melihat kegiatan pengelolaan sampah bahkan turun langsung dalam prosesnya sampai ke tahap akhir. Melalui pendekatan *edutourism*, pengelolaan sampah bisa menjadi pengalaman langsung yang bertujuan untuk menggabungkan praktik ramah lingkungan, sosial, dan ekonomi dalam seluruh aktivitasnya (Darma et al., 2023).



Gambar 1. 2 Program Waste Sebumi

Sumber: Website Sebumi (2024)

Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi pariwisata yang diterapkan dalam konteks *edutourism*. Penelitian melihat bagaimana strategi komunikasi *edutourism* yang dilakukan oleh Sebumi dalam mengedukasi masyarakat tentang pengelolaan sampah melalui program *tour*. Bentuk strategi komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa *push*, *pull*, dan *pass strategy* yang digunakan untuk menarik minat konsumen sekaligus memberikan kepuasan bagi pelanggan, mendorong pembelian, dan memenuhi tujuan organisasi (Rahmandani & Setiyarini, 2022). Strategi dorong (*push strategy*) melibatkan upaya aktif seperti penggunaan tenaga penjualan, promosi produk, dan penawaran insentif untuk mendorong produk ke pasar. Strategi tarik (*pull strategy*) bertujuan untuk membangun loyalitas jangka panjang dengan menciptakan citra merek yang menarik bagi konsumen melalui pemasaran konten, media sosial, dan ulasan konsumen. Strategi *pass* bertujuan untuk menciptakan opini publik yang baik (Kotler & Keller, 2016).

Penelitian ini dilakukan untuk melihat potensi strategi komunikasi *edutourism* sebagai sarana pembangunan pengetahuan yang signifikan. Berdasarkan penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa komunikasi dalam *edutourism* digunakan sebagai bentuk pemasaran. Meskipun penelitian sebelumnya telah mengkaji berbagai aspek komunikasi dalam pariwisata seperti penelitian Syamduddin & Priansah (2019), namun fokusnya seringkali hanya pada fungsi dasar komunikasi sebagai alat untuk menyampaikan informasi dari satu pihak ke pihak lainnya. Seringkali, komunikasi diposisikan sebagai alat untuk menyebarkan pesan atau sebagai sarana untuk kegiatan pemasaran. Dalam penelitian ini, komunikasi dilihat sebagai sarana yang berperan dalam pembentukan pengetahuan. Dalam konteks ini, penting untuk diakui bahwa peran komunikasi bisa menjadi jauh lebih besar yaitu sebagai sebuah sarana pendidikan yang potensial.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Sebumi ini menjadi subjek yang signifikan mengingat minimnya penelitian yang berfokus pada eksplorasi strategi komunikasi *edutourism* dalam mengangkat isu lingkungan. Terutama, mengenai masalah sampah dan pengelolaannya yang masih belum berjalan dengan optimal di Indonesia. Menurut Databoks (2022), beberapa kota di Pulau Jawa menjadi

penyumbang sampah terbanyak termasuk Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Surabaya. Oleh karena itu, penelitian ini dianggap sebagai kontribusi baru karena melihat strategi komunikasi yang bertujuan memberikan edukasi mengenai masalah pengelolaan sampah di kota besar kepada masyarakat melalui pelaksanaan program yang edukatif.



1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan sampah di Indonesia masih menjadi kekhawatiran, terutama kota-kota besar di pulau Jawa yang menjadi penyumbang sampah terbesar (Databoks, 2023). Volume sampah cenderung meningkat sejalan dengan pertumbuhan populasi di suatu daerah (Mardiana et al., 2019). Namun, mengatasi masalah sampah bukanlah hal yang sederhana. Masyarakat seringkali kurang menyadari pentingnya peran mereka dalam pengelolaan sampah, dan dalam mendekati masyarakat untuk meningkatkan kesadaran bukanlah tugas yang mudah. Hal ini disebabkan oleh beragam faktor, mulai dari kebiasaan konsumsi yang kurang berkelanjutan hingga kurangnya pemahaman tentang dampak negatif sampah terhadap lingkungan. Selain itu, faktor-faktor budaya dan sosial juga mempengaruhi pola pikir dan perilaku masyarakat terkait pengelolaan sampah (Marpaung et al., 2022).

Hal ini sejalan dengan studi (Zunianto & Mulasari, 2019), bahwa pendidikan dapat memengaruhi perilaku pengelolaan sampah. Tingkat pendidikan rendah bisa menyebabkan kurangnya pengetahuan tentang pengolahan. Pemerintah daerah dan masyarakat juga belum memberikan solusi yang optimal untuk mengatasi permasalahan pengelolaan sampah saat ini. Akibatnya, masalah-masalah lingkungan terus muncul secara berkelanjutan tanpa solusi yang memadai (Waluyo et al., 2019). Salah satu fungsi dari komunikasi adalah sebagai edukasi dan sosialisasi. Komunikasi bisa menjadi media atau ruang edukasi yang efektif dalam memberikan pengetahuan kepada masyarakat, sehingga isu lingkungan dapat teratasi. Pendekatan komunikasi yang dapat digunakan adalah penggunaan strategi *edutourism* yang memungkinkan masyarakat untuk mengeksplorasi pengelolaan sampah secara langsung melalui pengalaman yang menarik dan interaktif (Hakim, 2024). Sebumi menggabungkan aspek pariwisata dengan pendidikan tentang lingkungan termasuk pengelolaan sampah, dan dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat akan isu lingkungan khususnya pengelolaan sampah.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana strategi komunikasi *push*, *pull* dan *pass* dapat mendorong *edutourism* tentang masalah pengelolaan sampah?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengeksplorasi dan mengidentifikasi strategi komunikasi *push*, *pull* dan *pass* yang mendorong *edutourism* tentang pengelolaan sampah.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Kegunaan akademis dari penelitian ini adalah menjadi jembatan untuk mengembangkan ilmu komunikasi di Indonesia. Selain itu, menjadi bahan referensi bagi penelitian kualitatif. Khususnya dalam pembahasan yang berkaitan dengan cara organisasi dalam mengatasi isu-isu kerusakan lingkungan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Dengan penelitian ini, diharapkan bisa memberikan kontribusi kepada organisasi lain di bidang lingkungan dan juga kepada Sebumi sendiri bahwa dengan strategi dan cara yang tepat, akan bisa memengaruhi sikap masyarakat untuk hidup dengan lebih berkelanjutan

1.5.3 Kegunaan Sosial

Dari adanya penelitian ini, diharapkan bisa menjadi pengetahuan baru bagi masyarakat maupun organisasi lain agar bisa memperhatikan faktor-faktor yang bisa memberikan pengaruh dalam merubah perilaku masyarakat menjadi lebih sadar akan kerusakan lingkungan.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian ini, dikarenakan ruang lingkup dalam penelitian ini hanya terbatas pada

subyektivitas yang ada pada peneliti. Hal ini terjadi karena penelitian sangat bergantung pada interpretasi peneliti terhadap pesan atau makna yang terkandung dalam hasil wawancara. Untuk mengurangi bias, peneliti menggunakan teknik keabsahan data triangulasi sumber untuk menyelaraskan data dengan teori dan hasil penelitian terdahulu.

