

Pelatihan Peningkatan Kapasitas dan Kualitas Pelaku Wisata di Sukabumi dalam Perspektif Komunikasi Pariwisata

Heru Ryanto Budiana¹, Aat Ruchiat Nugraha^{2*}, Lutfi Khoerunnisa³

^{1,2}Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Jl. Ir. Soekarno Km. 21 Jatinangor, Sumedang, Jawa Barat.

³Perpustakaan dan Sains Informasi, Universitas Pendidikan Indonesia, Jl. Dr. Setiabudi No.229, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat.

E-mail: ruchiat@unpad.ac.id

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.584>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 30 April 2025

Revised: 08 May 2025

Accepted: 16 May 2025

Kata Kunci:

Komunikasi Pariwisata,
Kapasitas, Pelaku Wisata.

Keywords:

Tourism Communication,
Capacity, Tourism Actors.

ABSTRACT

Desa wisata Kabupaten Sukabumi memiliki potensi pariwisata yang besar namun pengelolaan destinasi pariwisatanya belum optimal serta kurangnya keterampilan dan kemampuan para pelaku pariwisata menjadi kendala yang membatasi pengembangan sektor pariwisata di daerah tersebut. Adapun tujuan pelatihan ini adalah untuk meningkatkan peran kapasitas dan kualitas bagi pemangku kepentingan Bidang Pariwisata Kabupaten Sukabumi terkait dengan pelatihan komunikasi pariwisata. Pendekatan pelatihan ini menggunakan metode ceramah, diskusi kelompok, dan simulasi (*role playing*) dengan peserta yang berasal dari pelaku/penggiat pariwisata yang ada di desa wisata se-kabupaten Sukabumi. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa para pelaku pariwisata di Desa Wisata Kabupaten Sukabumi meningkat dalam kemampuan dan keterampilan mengelola destinasi pariwisata dan mempromosikan destinasi pariwisata secara efektif.

The tourist village in Sukabumi Regency possess significant tourism potential. However, the management of tourism destinations remains suboptimal. Additionally, the lack of skills and competencies among tourism actors presents a major constraint on the development of the region's tourism sector. This training program aims to enhance the capacity, quality, and roles of stakeholders in the tourism sector of Sukabumi Regency, particularly in relation to tourism communication. The training approach employed lectures, group discussions, and simulations (role playing), involving participants from tourism practitioners and enthusiasts across the tourist villages in Sukabumi Regency. The results of the training indicate an improvement in the abilities and skills of tourism actors in managing and effectively promoting tourism destinations.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Heru Ryanto Budiana, et, al (2025). Pelatihan Peningkatan Kapasitas dan Kualitas Pelaku Wisata di Sukabumi dalam Perspektif Komunikasi Pariwisata, 3(4). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.584>

PENDAHULUAN

Desa wisata adalah sebuah program pengembangan pariwisata di Indonesia oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) yang berfokus pada pengembangan desa sebagai destinasi wisata yang menawarkan pengalaman budaya dan kearifan lokal kepada wisatawan. Pengembangan desa wisata menjadi fokus utama pemerintah dalam lima tahun terakhir, dengan tercatat sebanyak 6.106 desa wisata tersebar di berbagai wilayah Indonesia pada tahun 2025 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2025b). Desa wisata bertujuan untuk mempromosikan dan memperkenalkan kekayaan budaya, sejarah, dan keindahan alam yang dimiliki oleh masyarakat pedesaan Indonesia kepada wisatawan, sehingga meningkatkan kunjungan wisatawan ke desa-desa di Indonesia (Susanto et al., 2024).

Program desa wisata diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di pedesaan melalui peningkatan pendapatan dari sektor pariwisata. Selain itu, program desa wisata juga dapat membantu melestarikan budaya dan tradisi lokal, karena program ini mempromosikan kearifan lokal dan mengajak wisatawan untuk menghargai dan mempelajari keunikan budaya setempat. Program desa wisata didasarkan pada prinsip pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Program ini sesuai dengan RPJMN 2020-2024, dalam rangka percepatan kebangkitan pariwisata dan pertumbuhan ekonomi nasional (Indonesia, 2020).

Program desa wisata telah dijalankan di banyak daerah di Indonesia dan telah memberikan dampak positif pada pengembangan sektor pariwisata dan kesejahteraan masyarakat setempat. Oleh karena itu, program desa wisata dianggap sebagai salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan pariwisata di Indonesia dan mendukung pembangunan berkelanjutan di pedesaan.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat bersama dinas terkait di Kabupaten/Kota memiliki peran sangat strategis dalam mendukung program prioritas Kemendikbudristek mengembangkan desa wisata di Jawa Barat sekaligus mewujudkan pencapaian visi dan misi Provinsi Jawa Barat Juara, diantaranya yaitu: pariwisata juara, industri kreatif juara dan budaya juara.

Salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki keunggulan komparatif berupa potensi wisata dan budaya yang sangat besar adalah Kabupaten Sukabumi. Letak geografis Kabupaten Sukabumi yang strategis menyebabkan beragamnya potensi obyek dan daya tarik wisata yang dimiliki Kabupaten Sukabumi, mulai dari wisata alam Gurilaps (gunung, rimba, laut, pantai dan sungai), wisata budaya, dan wisata minat khusus (Hartanti et al., 2025). Sebagai salah satu Kabupaten tujuan wisata di Jawa Barat, obyek dan daya tarik wisata ini sangat potensial untuk menunjang perekonomian daerah.

Dalam rangka penyediaan infrastruktur dan peningkatan investasi yang berdampak pada perekonomian regional dan nasional, dilakukan percepatan pembangunan di: Kawasan Rebanan; dan Kawasan Jawa Barat Bagian Selatan. Hal tersebut juga tertuang dalam peraturan presiden No. 87 tahun 2021 2 menjelaskan bahwa percepatan pembangunan Kawasan Jawa Barat bagian selatan tersebut, salah satunya adalah Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat.

Kabupaten Sukabumi adalah Kabupaten di Tatar Pasundan Provinsi Jawa Barat. Ibu kota Kabupaten Sukabumi terletak di Palabuhanratu. Kabupaten Sukabumi terdiri atas 47 kecamatan, 381 desa dan 5 kelurahan. Saat ini, terdapat 43 objek wisata Gurilaps (Gunung, Rimba, Laut, Pantai dan Sungai) yang tersebar di beberapa kecamatan sebagai sarana pendukung sektor pariwisata. Detailnya, objek wisata di Kabupaten Sukabumi terbagi atas kawasan peruntukan pariwisata budaya, kawasan peruntukan pariwisata alam, dan kawasan peruntukan pariwisata buatan. Kawasan peruntukan pariwisata budaya meliputi kawasan wisata remaja, kawasan desa wisata, dan kawasan wisata budaya. Kawasan peruntukan pariwisata alam meliputi kawasan wisata bahari, kawasan wisata agro, kawasan ekowisata, kawasan wisata sungai, dan kawasan wisata danau. Sementara kawasan peruntukan pariwisata buatan meliputi kawasan wisata spa dan sentra industri.

Kehidupan sosial budaya masyarakat Kabupaten Sukabumi termasuk bercorak heterogen namun masih dalam pengaruh dominasi Kebudayaan Suku Sunda. Dominasi ini dimungkinkan sebagai konsekuensi Kabupaten Sukabumi yang merupakan subkultur dari lingkup kebudayaan yang hidup dan tinggal di wilayah Jawa Barat. Kondisi ini memungkinkan banyaknya potensi yang dapat digali dari Kabupaten Sukabumi terutama dalam sektor budaya, salah satunya desa wisata.

Menurut data dari Jadesta Kemendikbudristek, Kabupaten Sukabumi memiliki 38 Desa Wisata, salah satunya adalah Desa Wisata Cimaja dan Desa Wisata Hanjeli yang terletak di Kawasan Geopark Ciletuh (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2025a). Salah satu Desa Wisata yang disebutkan telah terpilih sebagai pemenang dalam ajang ADWI 2022, yakni Desa Wisata Hanjeli. Desa Wisata Hanjeli, Desa Waluran, Kecamatan Waluran Kabupaten Sukabumi resmi menerima penghargaan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2022 (Jadesta, 2022). Dalam ajang ADWI 2022 yang digelar oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Desa Hanjeli menjadi 5 desa wisata rintisan terbaik di Indonesia. penghargaan tersebut didasarkan pada Desa Wisata Hanjeli yang tergolong aktif di berbagai sektor termasuk UMKM. Meliputi souvenir kuliner, kriya dan fashion khas Desa Wisata Hanjeli.

Sejalan dengan hal tersebut, potensi yang dimiliki harus berbanding lurus dengan kualitas sumber daya manusia yang ada sebab potensi yang dimiliki oleh suatu desa wisata tersebut perlu dikenalkan serta dipromosikan kepada khalayak banyak. Contoh kecilnya adalah di Desa Wisata Hanjeli,

masyarakat terbiasa membuat beras tiruan yang berasal dari hanjeli, namun tidak banyak masyarakat yang mampu mempromosikan potensi tersebut sehingga kurang dikenal oleh masyarakat luas. Padahal, apabila benar-benar dipromosikan beras hanjeli dapat menjadi alternatif sebagai pengganti makanan pokok dan banyak orang yang akhirnya berkunjung ke Desa Wisata Hanjeli untuk dapat mengetahui proses pembuatan beras tersebut. Hal ini tentu menjelaskan bahwa pengembangan desa wisata sangat bergantung pada sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dan terampil di bidang pariwisata. Penelitian menunjukkan bahwa peran SDM sangat penting dalam mencapai pengembangan pariwisata yang sukses (Silalahi et al., 2023). SDM yang baik dan terlatih dapat membantu memaksimalkan potensi wisata di Sukabumi dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan. SDM juga merupakan penggerak industri pariwisata, pencipta produk pariwisata, dan penentu daya saing industri pariwisata, terutama di daerah wisata. Karena itu, pemerintah daerah harus berupaya untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi SDM yang terlibat dalam pengelolaan objek wisata di Sukabumi, agar pariwisata dapat menjadi penggerak ekonomi masyarakat dan memberikan kontribusi bagi pendapatan daerah.

Di era digital ini, keberhasilan suatu program tergantung pada strategi komunikasi yang baik (Anisa & Rachmaniar, 2023). Pesan yang disampaikan harus sama dengan pesan yang diterima oleh calon wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan komunikasi pemasaran pariwisata yang efektif untuk mempromosikan program MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) kepada calon wisatawan (Silalahi et al., 2023). Selain itu, dalam persaingan global di sektor pariwisata, peningkatan kompetensi sumber daya manusia (SDM) di industri pariwisata sangat penting agar sesuai dengan permintaan pasar kerja saat ini. Hal ini merupakan keharusan untuk mempertahankan daya saing dan meningkatkan kualitas industri pariwisata. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dibutuhkan upaya untuk menciptakan sumber daya manusia (SDM) pariwisata yang unggul dan memiliki daya saing yang tinggi di Sukabumi. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan kapasitas dan profesionalisme SDM pariwisata Sukabumi secara berkelanjutan.

METODE

Mekanisme dan rancangan kegiatan disusun dengan mengintegrasikan dan mengimplementasikan hasil penelitian baik yang berorientasi pada masyarakat umum, industri, instansi pemerintah maupun untuk lingkungan internal lembaga pendidikan yang disesuaikan pada ketersediaan sumber daya dan sistem yang diterapkan untuk memantau terlaksananya kegiatan. Adapun mekanisme dan rancangan kegiatan memuat paling sedikit:

Tahap Perencanaan

Dalam tahap ini, tim melakukan pemetaan kebutuhan terkait dengan kualifikasi dan kompetensi SDM pelaku wisata di Kabupaten Sukabumi melalui pra survei. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara dengan pihak-pihak terkait, termasuk dinas pariwisata, komunitas pelaku wisata, pemerintahan desa, dan masyarakat di sekitar desa wisata. Kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan cara membagi objek atau wilayah pelatihan menjadi beberapa wilayah yang disesuaikan dengan sumber daya manusia dan sumber daya alam yang dimiliki, dan dapat mendukung pengembangan desa wisata sebagai dasar pemberian materi pelatihan. Lokasi pelatihan dipilih dengan mempertimbangkan kriteria anggaran dan infrastruktur yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan pelatihan. Dalam tahap ini, juga dilakukan koordinasi dengan berbagai pihak terkait seperti pemerintah daerah, komunitas wisata, dan pelaku industri pariwisata.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan meliputi pelaksanaan pelatihan komunikasi pariwisata di desa wisata dengan metode pembelajaran yang interaktif dan didukung oleh narasumber berpengalaman dalam bidangnya. Pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan video konten promosi dan komunikasi pemasaran terdiri dari satu kali pertemuan yang mencakup pemberian materi mengenai ruang lingkup komunikasi efektif dan praktik simulasi atau *workshop* keterampilan komunikasi pemasaran. Kegiatan ini akan dihadiri oleh para pelaku wisata yang berasal dari 13 desa wisata. Selain itu, kegiatan ini juga akan melibatkan partisipasi aktif dari para peserta pelatihan, dalam rangka memperkuat pemahaman dan keterampilan mereka dalam berkomunikasi dengan wisatawan. Kegiatan pelatihan ini akan dibuka dan ditutup oleh pejabat dari instansi terkait yang berfokus pada pengembangan sektor pariwisata di kabupaten

Sukabumi. Para peserta akan mendapatkan sertifikat sebagai hasil dari kegiatan ini, yang merupakan output dan outcome yang diharapkan.

Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap monitoring/evaluasi dilakukan untuk mengevaluasi kinerja kegiatan dan mencatat capaian target yang telah ditetapkan. Pada tahap ini, seluruh peserta mengikuti ujian untuk mengevaluasi pengetahuan teori dan keterampilan praktik yang telah diperoleh selama pelatihan komunikasi pemasaran. Ujian tersebut mencakup kemampuan dalam tahapan pembuatan konten promosi, tahapan *editing* konten, pengetahuan tentang strategi pemasaran dan keterampilan lainnya yang relevan dengan materi pelatihan. Evaluasi dapat dilakukan secara periodik selama kegiatan berlangsung dan setelah kegiatan selesai, dengan melibatkan berbagai pihak terkait dalam proses evaluasi. Dari hasil evaluasi tersebut, dapat diambil kesimpulan dan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas kegiatan yang akan dilakukan di masa mendatang.

Pelatihan ini diproyeksi dapat meningkatkan kemampuan pemasaran di bidang komunikasi pariwisata bagi para pelaku wisata dapat menjadi jalan untuk peningkatan kapasitas desa wisata. Nilai yang diperkirakan dalam pencapaian tujuan ini pada tahun 2024 adalah sebesar 70%. Dengan nilai tersebut, memungkinkan pengembangan desa wisata yang jauh lebih baik karena sistem pemasaran yang lebih relevan mengikuti perkembangan digital sehingga berpotensi menarik investor untuk berinvestasi. Sistem pemasaran yang sesuai ini tentunya dapat membuka lebih banyak lapangan pekerjaan karena seiring meningkatnya pemasaran suatu desa wisata maka kapasitas pengunjung desa akan semakin banyak karena ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi desa wisata menyebabkan semakin banyak sumber daya yang dibutuhkan. Selain itu, kemampuan *softskill* ini dapat menjadi daya tawar akan keberadaan masyarakat di desa wisata yang memiliki kompetensi dan mampu bersaing untuk melayani para wisatawan yang akan datang ke lokasi objek wisata.

Lokasi kegiatan akan dipusatkan di Kabupaten Sukabumi dengan menjangkau entitas para pelaku pariwisata Sukabumi. Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan bahwa Sukabumi memiliki potensi yang besar dalam kepariwisataan. Sebagaimana Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf), Sandiaga Salahuddin Uno, terpukau dengan potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Sukabumi. Menurutnya, daya tarik pariwisata Sukabumi juga unik karena banyak budaya atau kearifan lokal yang bisa dinikmati wisatawan. Untuk itu, lokasi kegiatan di Kabupaten Sukabumi merupakan pilihan yang tepat untuk pelaksanaan pelatihan komunikasi pariwisata agar desa wisata di Sukabumi dapat berkembang pesat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fokus utama pada pelatihan ini adalah peserta diberikan pengetahuan dan pelatihan mengenai penerapan konten digital di media sosial untuk pengembangan objek wisata, khususnya desa wisata. Selain untuk pengembangan layanan, komunikasi juga dapat diterapkan manfaatnya untuk mengembangkan promosi atau pemasaran yang efektif. Di era digital ini, pemasaran melalui media sosial merupakan langkah efektif yang dapat dilakukan para pelaku pariwisata (Hestiana & Siwiyanti, 2023). Tidak dipungkiri bahwa media sosial merupakan hal yang dekat dengan masyarakat. Platformnya yang beragam serta penggunaannya yang mudah membuat media sosial menjadi alat komunikasi yang banyak digandrungi oleh berbagai kalangan Masyarakat. Sistemnya yang digital membuat platform media sosial dapat diakses secara cepat dan akurat dalam pendistribusian informasi. Salah satu implementasi pemasaran berbasis digital yang dapat dilakukan yaitu pengembangan akun media sosial (Santi et al., 2024). Para SDM bidang pariwisata dapat mengembangkan akun media sosial resmi pada berbagai aplikasi media sosial seperti Instagram, Tiktok, Youtube, Facebook, Twitter dan sebagainya untuk menyebarkan informasi dan melakukan promosi dari desa wisata khususnya di Kabupaten Sukabumi. Selain itu, pengembangan *content creator* yang kreatif dan interaktif juga dapat menjadi potensi yang dapat dilakukan SDM untuk meningkatkan pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Sukabumi. *Content creator* dapat membuat sebuah “konten” yang menyajikan tentang objek wisata di Kabupaten Sukabumi yang pada akhirnya berpeluang menarik para wisatawan untuk datang dan kemudian dapat meningkatkan profitabilitas Kabupaten Sukabumi.

Dalam membuat konten promosi, penggunaan media sosial mudah dilakukan dengan mengutamakan aspek visual yang menarik perhatian dan ketertarikan calon wisatawan. Pemanfaatan media sosial juga tidak hanya sekedar menggunggah foto dan video, tetapi juga kreatifitas dalam

mengonsep pembuatan konten itu sendiri dan berinteraksi dengan pengguna lainnya untuk meningkatkan kesadaran akan destinasi desa wisata tersebut. Dengan memanfaatkan teknologi dan internet, desa wisata di Kabupaten Sukabumi bisa lebih dikenal secara luas oleh masyarakat yang merupakan calon wisatawan. Oleh karena itu, perlu diadakannya pelatihan dan pemberian Pendidikan yang meliputi hal-hal digital untuk masyarakat di Desa Wisata khususnya Desa Wisata Buniwangi dan Gunung Sungging, Kabupaten Sukabumi.

Kasus sosial budaya seperti konflik sosial, kemiskinan, pendidikan, kesejahteraan, dan masalah lainnya, termasuk dalam bidang pariwisata yang kompleks, sulit diatasi hanya dengan satu disiplin keilmuan atau praktik saja. Untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan pendekatan multidisiplin dan multisektor melalui kolaborasi antara kelompok kepentingan yang berbeda. Dalam hal ini, beberapa kasus sosial budaya yang kompleks di masyarakat membutuhkan pendekatan yang lebih luas dan melibatkan banyak pihak yang berbeda untuk menyelesaikannya.

Untuk mengimplementasikan kegiatan pelatihan ini, diperlukan kolaborasi antarsektor untuk mengatasi kesenjangan pengetahuan di antara pelaku wisata di desa wisata di seluruh Kabupaten Sukabumi. Kerjasama tersebut bisa berupa kolaborasi dalam hal narasumber, pembiayaan, penyediaan fasilitas, dan kebutuhan penunjang lainnya yang mendukung pelatihan profesional. Beberapa sektor yang diharapkan terlibat dalam pelatihan ini antara lain pemerintah daerah, media lokal, dunia industri/usaha, pelaku wisata, asosiasi pengelola wisata, dan masyarakat di sekitar objek wisata. Berikut bentuk aktivitas kolaborasi dalam pelatihan komunikasi pariwisata:

Tabel 1. Kolaborasi Pelatihan

Unsur/Sektor	Bentuk Kolaborasi		
	Kegiatan	Biaya	Lainnya
Pemerintah	Fasilitas	Sponsorship	Kebijakan dan Perizinan
Industri Media	Liputan Berita	Sponsorship	Publikasi
Asosiasi Pelaku Wisata	Narasumber	Sponsorship	Fasilitas kegiatan
Perusahaan		Sponsorship	
Kelompok masyarakat	Peserta		Fasilitas kegiatan
Akademisi	Narasumber		Fasilitas kegiatan

Konsep kolaborasi ini bertujuan agar seluruh pemangku kepentingan dapat saling bekerja sama dan berkontribusi dalam pelatihan komunikasi pariwisata demi meningkatkan kualitas layanan pariwisata di Desa Wisata Kabupaten Sukabumi. Adapun susunan pelatihan komunikasi pariwisata bagi pelaku wisata di wilayah Geopark Sukabumi diselenggarakan di Laska Hotel & Resort Ciletuh Sukabumi pada Jum'at, 27 September 2024, dengan susunan acara sebagai berikut:

Tabel 2. Susunan Acara

No.	Pukul	Durasi	Kegiatan	Keterangan
1	08.00-08.30		Pendaftaran peserta	PJ:
2	08.30-08.35	5'	Pembukaan Acara	MC
3	08.35-08.40	5'	Sambutan Ketua Pelaksana	Dr. Heru Ryanto Budian, M.Si
4	08.40-08.50	10'	- Sambutan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukabumi - Sambutan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat	
5	08.50-09.00	10'	Pretest + Coffee Break	PJ
6	09.00-11.30	150'	Materi 1 Komunikasi Efektif, Simulasi & Pratik	Anwar Sani, S.Sos., M.I.Kom

7	11.30-13.00	90'	SOLISKAN	
8	13.00-15.30	150'	Materi 2 Fotografi Pariwisata, Simulasi & Pratik	Centurion C. Priyatna, M.Si., Ph.D
9	15.30-15.45	15'	Sholat + Coffee Break	
10	15.45-17.25	150'	Materi 3 Videografi Pariwisata, Simulasi & Praktik	Fajar Syuderajat, S.Sos., M.Si. (Psi)
12	17.25-19.30	100'	SOLISKAN	
13	19.30-21.00	150'	Materi 4 Best Practice Management Social Media Evaluasi (Postest)	Anwar Sani, S.Sos., M.I.Kom
13	21.00-21.30	30'	Foto Bersama Penutupan	

Pelatihan Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Komunikasi Pariwisata di Desa Wisata Kabupaten Sukabumi dilaksanakan di Laksa Hotel dan Resort, Ciletuh, Sukabumi pada tanggal 27 September 2024. Pelatihan dimulai dengan pembukaan dan sambutan, sambutan diberikan oleh Bapak Dr. Heru Ryanto Budiana, M.si sebagai perwakilan dari penyelenggara, Bapak Doddy A Sumantri, S.H, M.Si sebagai General Manager Ciletuh-Pelabuhan Ratu UNESCO Global Geopark, Bapak Taufik Akbar, S.T. sebagai perwakilan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, dan Bapak Nasrudin Haftami, S.I.P, M.Si. sebagai Ketua Tim Kerja SDM Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi. Hal-hal yang disoroti oleh para pemberi sambutan adalah bahwa peningkatan kualitas sumber daya manusia khususnya bagi pengelola pariwisata sangat dibutuhkan, khususnya di era digital saat ini. Komunikasi pariwisata yang selama ini dikenal bukan hanya sekadar tentang permainan media saja, melainkan juga termasuk gestur tubuh pemandu wisata.



Gambar 1. Sambutan dari Dinas Pariwisata dan Budaya Provinsi Jawa Barat



Gambar 2. Sambutan dari Penanggung Jawab Kegiatan



Gambar 3. Sambutan dari General Manager Ciletuh-Pelabuhan Ratu UNESCO Global Geopark



Gambar 4. Sambutan dari Ketua Tim Kerja SDM Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi

Pada sesi pertama, materi yang dibawakan adalah tentang Komunikasi Efektif yang disampaikan oleh Bapak Anwar Sani, S.Sos., M.I.Kom. Sesi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang diperlukan untuk memahami berbagai teknik komunikasi efektif dalam memasarkan destinasi wisata. Berdasarkan hasil post test, Peserta mampu menjelaskan mengenai latar belakang, prinsip-prinsip serta menyebutkan jenis-jenis komunikasi efektif, mampu membedakan jenis-jenis komunikasi efektif yang biasa dilakukan, dan mampu untuk berbicara di depan umum, mengatasi demam panggung, menganalisis audiences dan membuat presentasi yang mengesankan.



Gambar 5. Pematieran tentang Komunikasi Efektif

Pada sesi kedua, materi yang dibawakan adalah Fotografi Pariwisata yang disampaikan oleh Bapak Centurion C. Priatna, Ph.D. Sesi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang diperlukan untuk memahami berbagai teknik fotografi dalam memasarkan destinasi wisata. Berdasarkan hasil post test, Peserta mampu menjelaskan mengenai latar belakang, prinsip-prinsip serta menyebutkan jenis-jenis foto serta mempraktikkan teknik-teknik fotografi.



Gambar 6. Pematerian tentang Fotografi Pariwisata

Pada sesi ketiga, materi yang dibawakan adalah Videografi Pariwisata disampaikan oleh Bapak Fajar Syuderajat, S.Sos., M.Si. Sesi ini berhubungan dengan berbagai pengetahuan dan keterampilan mengenai teknik videografi dalam bidang pariwisata, khususnya dalam pemasaran destinasi pariwisata. Berdasarkan hasil post test, Peserta mampu menjelaskan tentang teknik videografi, teknik pencahayaan, teknik pengambilan objek wisata, proses editing, etika videografi, dan tren videografi.



Gambar 7. Pematerian tentang Videografi Pariwisata

Pada sesi terakhir, materi yang dibawakan adalah Best Practice Manajemen Sosial Media yang akan disampaikan oleh Bapak Anwar Sani, S.Sos., M.I.Kom. Sesi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang diperlukan untuk memahami berbagai best practice on social media management. Berdasarkan hasil post test, Peserta mampu menjelaskan mengenai latar belakang, prinsip-prinsip serta menyebutkan karakter beserta jenisnya komunikasi dalam media sosial, membedakan jenis-jenis pelaku komunikasi di media sosial, dan mampu untuk mempraktikkan social media management yang mengesankan.



Gambar 8. Pematerian tentang Best Practice Manajemen Sosial Media

Untuk mengetahui tingkat efektifitas penambahan pengetahuan yang didapatkan oleh peserta dalam pelatihan ini, panitia melakukan rangkaian pretest dan post test dari setiap materi yang disampaikan. Kegiatan pre test dan post test ini merupakan rangkaian dari bagian evaluasi yang perlu diketahui oleh lembaga sebagai bahan referensi untuk melaksanakan kegiatan berikutnya.



Gambar 9. Dokumentasi Kegiatan Pre-test

Hasil Pre Test dan Postest

Perhitungan Efektifitas - Pelatihan Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Komunikasi Pariwisata di Desa Wisata Kabupaten Sukabumi

Tabel 2. Penghitungan N-Gain Score

No	Post Test	Pre Test	Post-Pre	Skor Ideal (100-Pre)	N-Gain Score	N-Gain Score (%)
1	90	40	50	60	0.83	83.33
2	80	40	40	60	0.67	66.67
3	80	40	40	60	0.67	66.67
4	90	40	50	60	0.83	83.33
5	90	50	40	50	0.80	80.00
6	90	10	80	90	0.89	88.89
7	80	40	40	60	0.67	66.67
8	85	40	45	60	0.75	75.00
9	85	50	35	50	0.70	70.00
10	85	50	35	50	0.70	70.00
11	85	30	55	70	0.79	78.57
12	80	50	30	50	0.60	60.00
13	80	50	30	50	0.60	60.00
14	80	40	40	60	0.67	66.67
15	80	30	50	70	0.71	71.43
16	80	30	50	70	0.71	71.43
17	80	10	70	90	0.78	77.78
18	95	50	45	50	0.90	90.00
19	95	40	55	60	0.92	91.67
20	95	30	65	70	0.93	92.86
21	95	40	55	60	0.92	91.67
22	95	10	85	90	0.94	94.44
23	90	30	60	70	0.86	85.71
24	85	30	55	70	0.79	78.57
25	85	30	55	70	0.79	78.57
26	85	50	35	50	0.70	70.00
27	85	40	45	60	0.75	75.00
28	85	30	55	70	0.79	78.57
29	80	40	40	60	0.67	66.67
30	90	40	50	60	0.83	83.33
Mean	86	36.67	49.33	63.33	0.77	77.12

Berdasarkan hasil rata-rata nilai menunjukkan bahwa kategori kegiatan efektif dalam menerima materi yang disampaikan oleh narasumber dalam pelatihan peningkatan kualitas sumber daya kepariwisataan melalui komunikasi pariwisata di desa wisata kabupaten Sukabumi sebesar 77%.

SIMPULAN

Program kegiatan pelatihan komunikasi pariwisata bagi para pelaku wisata di kabupaten Sukabumi sangat dibutuhkan untuk dapat meningkatkan layanan untuk para wisatawan sehingga dapat mengembangkan desa wisata dan meningkatkan profitabilitas. Kegiatan ini akan dilaksanakan melalui tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap monitoring/evaluasi dengan menggunakan berbagai indikator keberhasilan yang sudah ditentukan sebelumnya. Kegiatan ini akan melibatkan berbagai pihak, seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi, Badan Promosi Pariwisata Daerah Kabupaten Sukabumi, serta komunitas pariwisata setempat. Diharapkan kegiatan ini dapat membawa dampak positif bagi pengembangan pariwisata di Kabupaten Sukabumi dan memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku pariwisata setempat. Melalui peningkatan kapasitas dan kualitas pelaku pariwisata, diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan kualitas layanan pariwisata di desa wisata Kabupaten Sukabumi, sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut dan memperkuat potensi ekonomi lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini. Peneliti juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak Dinas Pariwisata dan Budaya Provinsi Jawa Barat yang telah memberikan kepercayaan untuk melakukan pelatihan di wilayah binaan Kabupaten Sukabumi.

REFERENSI

- Anisa, R., & Rachmaniar, R. (2023). Strategi dan Media Komunikasi Pariwisata Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 6(4), 612–618.
- Hartanti, N. B., Fatmawati, T. N., Punto, W., Mohammad, I., & Christina, S. (2025). Strategi Pengembangan Wilayah Berkelanjutan Kabupaten Sukabumi Melalui Optimalisasi Potensi Lokal: Pengelolaan Pariwisata Gurilaps, Pertanian, dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti*, 10(1), 11–30. <https://doi.org/10.25105/pdk.v10i1.21711>
- Hestiana, S., & Siwiyanti, L. (2023). Penyuluhan Digital Marketing di Desa Tugubandung Kabupaten Sukabumi. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(9), 3234–3242.
- Indonesia, P. P. (2020). *Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024*.
- Jadesta. (2022). *Desa Wisata Hanjeli*. Jadesta Kemenparekraf. <https://jadesta.kemendikbud.go.id/desa/hanjeli>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2025a). *Desa Wisata Kabupaten Sukabumi*. <https://jadesta.kemendikbud.go.id/sebaran>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2025b). *Peta Sebaran Desa Wisata Jaringan Desa Wisata*. <https://jadesta.kemendikbud.go.id/sebaran>
- Santi, E. T., Huddin, M. N., & Nirmala, S. I. (2024). Model Komunikasi Digital Pariwisata Berbasis Integrated Marketing Communication dalam Menciptakan Ketahanan Pangan Masyarakat Lokal. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(2), 191–204.
- Silalahi, M., Sitepu, Y. K. S., Fero, D., & Hutagalung, B. T. J. (2023). Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) melalui Pelatihan MICE di Desa Tarabunga, Kabupaten Toba. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3).
- Susanto, E., Widyastuti, S. U., & Prawira, M. F. A. (2024). Peningkatan Kualitas Tata Kelola Desa Wisata Melalui Jejaring dan Kemitraan di Kabupaten Sukabumi. *Abdi Wisata*, 1(1), 40–48. <https://doi.org/10.55701/abdiwisata.v1i1.166>