

Peran Komunikasi dalam Promosi *Geopark* Maros-Pangkep sebagai Warisan Dunia UNESCO

Nurain Muhtar^{*1}, Muh. Akbar², Moeh. Iqbal Sultan³, Dede Gunawan⁴

^{1,2,3}Nurain Muhtar (Ilmu Komunikasi, Pascasarjana Universitas Hasanuddin, Indonesia

⁴Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana UIN Alauddin Makassar, Indonesia

Email: ¹nurainmuhtar10@gmail.com, ²muhammadakbar6764@gmail.com, ³miqsul1012@gmail.com, ⁴dedegunawan111d@gmail.com

Abstrak

Indonesia, dengan potensi pariwisata yang kaya, telah menambah empat situs geopark ke dalam jaringan *UNESCO Global Geopark*, termasuk *Geopark* Maros-Pangkep di Sulawesi Selatan. Diakui oleh *UNESCO* pada tahun 2023, *geopark* ini terkenal dengan kekayaan geologi, hayati, dan budayanya. Pengakuan ini membuka peluang pengembangan pariwisata berkelanjutan yang dapat meningkatkan ekonomi lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran komunikasi dalam promosi *Geopark* Maros-Pangkep sebagai warisan dunia *UNESCO*, serta mengidentifikasi strategi efektif untuk mencapai tujuan tersebut. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan penelitian deskriptif melalui wawancara, observasi lapangan, dan analisis media sosial serta dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram, menjadi platform utama dalam promosi, didukung oleh website resmi yang menyediakan informasi komprehensif. Pengembangan konten di YouTube dan TikTok juga sedang berlangsung untuk menarik audiens muda dan internasional. Selain itu, berbagai event edukasi dan seminar, termasuk pelatihan oleh PPSDM Geominerba, berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dan partisipasi aktif dalam pelestarian geopark. Kesimpulannya, komunikasi efektif melalui berbagai media dan event edukasi dapat meningkatkan visibilitas dan kesadaran tentang *Geopark* Maros-Pangkep, mempromosikan pariwisata berkelanjutan, dan mendukung konservasi lingkungan serta budaya lokal.

Kata kunci: *Geopark Maros-Pangkep, Komunikasi Pariwisata, Promosi*

Abstract

Indonesia, with its rich tourism potential, has added four geopark sites to the *UNESCO Global Geopark network*, including the *Maros-Pangkep Geopark* in South Sulawesi. Recognized by *UNESCO* in 2023, this geopark is famous for its geological, biological and cultural riches. This recognition opens up opportunities for sustainable tourism development that can improve the local economy. This research aims to explore the role of communication in the promotion of the *Maros-Pangkep Geopark* as a *UNESCO world heritage*, as well as identifying effective strategies to achieve this goal. The method used is a qualitative approach with descriptive research through interviews, field observations, and analysis of social media and related documents. The research results show that social media, especially Instagram, is the main platform for promotion, supported by official websites that provide comprehensive information. Content development on YouTube and TikTok is also underway to attract young and international audiences. Apart from that, various educational events and seminars, including training by PPSDM Geominerba, play an important role in increasing public awareness and active participation in geopark preservation. In conclusion, effective communication through various media and educational events can increase visibility and awareness about the *Maros-Pangkep Geopark*, promote sustainable tourism, and support environmental conservation and local culture.

Keywords: *Maros-Pangkep Geopark, Promotion, Tourism Communication*

1. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai wilayah yang kaya dengan potensi pariwisata menjadi potensi utama perkembangan pariwisata yang mendunia, Indonesia menunjukkan prestasinya di tingkat internasional dengan penambahan empat situs geopark ke dalam jaringan *UNESCO Global Geopark*. Hal ini

diumumkan melalui keputusan Sidang Dewan Eksekutif UNESCO ke-216 di Paris, Prancis, Hingga tahun 2023, Indonesia telah memiliki total 10 geopark yang diakui secara global karena keistimewaan geologis, biologis, dan budayanya.

Geopark Maros-Pangkep, yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia, adalah salah satu kawasan yang memiliki kekayaan geologi, keanekaragaman hayati, serta warisan budaya yang luar biasa. Pada tahun 2020, Geopark Maros-Pangkep diakui sebagai Global Geopark oleh UNESCO, menjadikannya salah satu situs warisan dunia yang penting untuk dilestarikan dan dipromosikan. Pengakuan ini tidak hanya membawa kebanggaan bagi masyarakat lokal, tetapi juga membuka peluang besar untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan yang dapat meningkatkan perekonomian daerah.

UNESCO Global Geopark merupakan area geografis yang mengelola situs dan lanskap yang memiliki nilai geologi internasional. Pendekatan yang digunakan dalam pengelolaannya adalah konservasi, edukasi, dan pemberdayaan masyarakat secara terintegrasi, dengan konsep ini taman bumi yang diakui oleh UNESCO akan dikembangkan dengan memperhatikan konservasi lingkungan dan pembangunan yang berkelanjutan, serta melibatkan aktif partisipasi komunitas lokal, Geopark Maros-Pangkep sebagai warisan dunia yang mengintegrasikan kekayaan potensi Pariwisata daerah yang khas dan berdaya saing global, pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan terus melanjutkan upaya holistik dan berkelanjutan. Salah satu upaya yang dilakukan diantaranya mengembangkan konsepsi dan potensi geopark, yakni sebuah konsep manajemen pengembangan yang berkelanjutan yang menyerasikan keragaman geology (*geodyversity*), hayati (*biodiversity*), dan budaya (*cultural diversity*) melalui prinsip konservasi dan rencana tata ruang yang sudah ada.

Proses komunikasi dalam promosi geopark maros-pangkep dalam konteks pariwisata pada dasarnya mirip dengan proses komunikasi umum. Dalam komunikasi ini, fokus diberikan pada elemen komunikator sebagai pengirim pesan. Komunikator ini dapat berupa lembaga, perusahaan, atau pihak yang menghasilkan dan menyampaikan informasi terkait pariwisata dalam hal ini Geopark Maros-Pangkep sebagai warisan dunia. Pesan dalam konteks pariwisata mencakup informasi terkait dengan objek geosite diwilayah geopark. Sedangkan, penerima pesan atau komunikan dalam komunikasi pariwisata adalah individu atau masyarakat yang akan menerima pesan terkait Geopark Maros-Pangkep dari komunikator (Sitepu, 2020). Dalam konteks pariwisata, perencanaan komunikasi membahas unsur-unsur komunikasi seperti sumber komunikasi, pesan, media, target sasaran (komunikan), dan efek (Nurjannah, 2018).

Promosi Geopark Maros-Pangkep sebagai warisan dunia UNESCO membutuhkan strategi komunikasi yang efektif untuk memperkenalkan kekayaan geologis, ekologis, dan budaya yang dimiliki kawasan ini kepada khalayak luas. Komunikasi memainkan peran krusial dalam membangun kesadaran, mengedukasi masyarakat, serta menarik minat wisatawan domestik dan mancanegara (Smith John, 2020). Penggunaan media massa, media sosial, dan berbagai alat komunikasi lainnya dapat meningkatkan visibility Geopark Maros-Pangkep dan menginspirasi kepedulian serta partisipasi aktif dalam pelestarian lingkungan.

Dalam konteks promosi, komunikasi bukan hanya tentang penyebaran informasi, tetapi juga mencakup pendekatan persuasif yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat terhadap pentingnya konservasi dan pengembangan pariwisata berkelanjutan. Strategi komunikasi yang efektif harus mampu menyampaikan pesan yang relevan, menarik, dan mudah dipahami oleh berbagai segmen audiens. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi peran komunikasi dalam promosi Geopark Maros-Pangkep sebagai warisan dunia UNESCO, serta mengidentifikasi strategi-strategi yang dapat diimplementasikan untuk mencapai tujuan tersebut.

Sebelumnya, telah banyak metode digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata, termasuk melalui media cetak (koran, majalah, katalog, poster, brosur) dan media elektronik (televisi, radio, internet). Penggunaan media sosial sebagai alat promosi objek wisata merupakan suatu pendekatan baru yang memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Media sosial tidak hanya memungkinkan wisatawan berbagi pengalaman mereka, tetapi juga menjadi sumber informasi utama saat mencari destinasi wisata. Selain untuk tujuan pariwisata, media sosial juga membuka peluang bisnis, dengan Facebook, Twitter, dan Instagram sebagai contoh media sosial yang memerlukan koneksi internet untuk digunakan.

Penggunaan media digital, terutama media sosial, dalam promosi telah menjadi hal umum dan menarik perhatian banyak orang. Dengan kemajuan teknologi dan informasi saat ini, berinteraksi melalui platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube telah menjadi rutinitas harian masyarakat.

Media sosial merupakan bagian dari *new media*, yang mencakup media yang telah terpengaruh oleh kemajuan teknologi. *New media* menggabungkan unsur-unsur media tradisional seperti film, musik, gambar, dan tulisan dengan daya interaktif komputer dan teknologi komunikasi. Sebagai contoh, Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, merekam video, menggunakan filter digital, dan terlibat dalam kegiatan berjejaring. Nama "Instagram" sendiri berasal dari gabungan "instan" dan "telegram", mencerminkan kecepatan seperti kamera polaroid yang pada zamannya dikenal sebagai foto instan. Instagram telah menjadi salah satu media sosial yang sangat diminati, dengan pengguna mencapai 86,6 juta di Indonesia, menjadikannya *platform* berbagi foto yang paling diminati setelah YouTube. Pencapaian ini terus meningkat setiap bulannya, menunjukkan popularitas yang terus berkembang.

Promosi memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, mulai dari pengenalan, persuasi, hingga pengingatan kepada masyarakat tentang produk atau layanan yang akan dipasarkan. Tujuan promosi tidak hanya untuk menciptakan citra positif dari pelaku promosi kepada masyarakat, tetapi juga agar pesan promosi mudah dipahami oleh audiens, memicu kesadaran, dan bahkan mendorong proses pembelian. Sebuah promosi dianggap berhasil jika mampu memengaruhi sikap masyarakat mulai dari kesadaran (*awareness*) hingga tindakan pembelian (*purchase*).

Tantangan dalam mempromosikan Geopark Maros-Pangkep sebagai Warisan dunia dan destinasi wisata berkelanjutan masih signifikan, kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian lingkungan, keterbatasan sumber daya untuk kampanye promosi, serta perlunya sinergi antara pemerintah, komunitas lokal, dan pemangku kepentingan lainnya menjadi hambatan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran komunikasi dalam promosi Geopark Maros-Pangkep sebagai warisan dunia UNESCO, serta mengidentifikasi strategi-strategi yang dapat diimplementasikan untuk mencapai tujuan tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penggunaan metode deskriptif kualitatif berupaya untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang berkaitan dengan masalah sosial kemasyarakatan (Creswell, 2014). Sedangkan pendekatan studi kasus digunakan untuk memberikan pemahaman dan memperoleh kompleksitas mengenai satu kasus yang dibahas (Arianto & Bahfiarti, 2020). Metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus digunakan dalam penelitian ini untuk melihat faktor yang mempengaruhi peran komunikasi dalam mempromosikan Geopark Maros-Pangkep sebagai warisan dunia UNESCO.

Penelitian ini dilakukan di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan. Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan melibatkan pemangku kepentingan dalam hal ini Pengelola Geopark Maros Pangkep dan bidang promosi pengembangan pariwisata dinas kebudayaan dan pariwisata Sulawesi Selatan.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi terhadap informan yang berpotensi memberikan informasi. Sementara data sekunder diperoleh dari buku, artikel jurnal, dan data yang relevan dengan objek penelitian yang diteliti. Adapun Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diantaranya melalui observasi, wawancara mendalam, dan juga dokumentasi. Sedangkan Teknik analisis data yang digunakan merupakan analisis data Miles dan Huberman yaitu tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, hingga pada penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2008).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian berdasarkan analisis mengenai peran komunikasi dalam promosi Geopark Maros-Pangkep sebagai Warisan Dunia UNESCO. Penelitian ini berfokus pada berbagai aspek promosi yang digunakan oleh pengelola Geopark Maros-Pangkep untuk

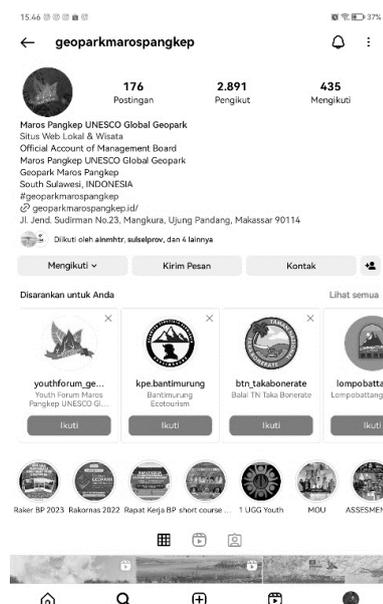
meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat serta menarik minat wisatawan domestik dan internasional untuk lebih mengenal geopark maros-pangkep sebagai warisan dunia.

3.1. Media Promosi Utama

Komunikasi berperan penting dalam membangun kesadaran dan edukasi masyarakat mengenai nilai penting Geopark Maros-Pangkep. Pesan-pesan yang disampaikan mengandung informasi yang relevan dan menarik, menyampaikan kekayaan geologis, ekologis, dan budaya yang dimiliki kawasan maros pangkep.

3.1.1. Instagram

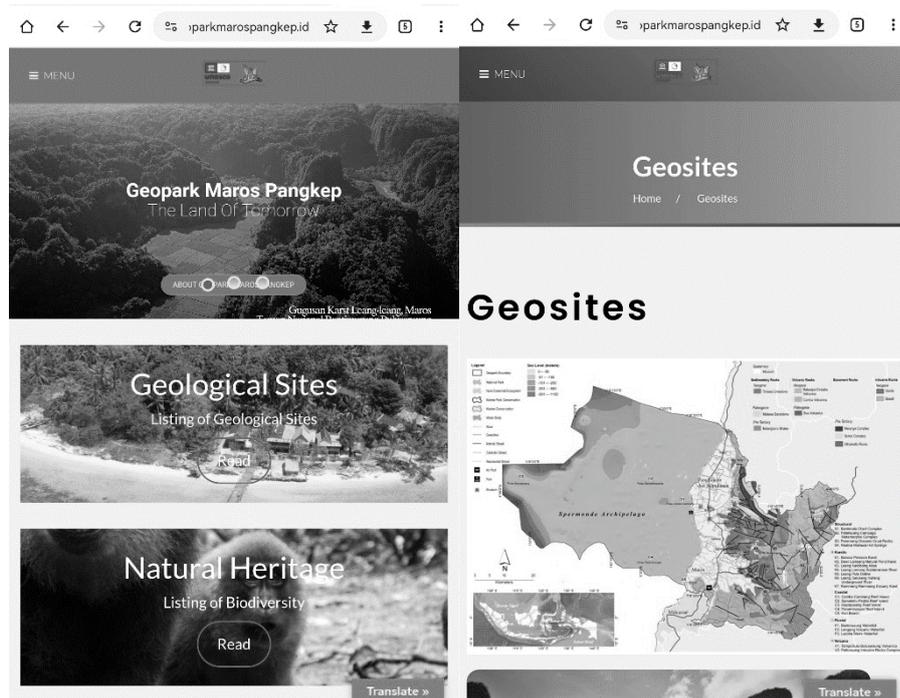
Instagram menjadi platform utama untuk promosi Geopark Maros-Pangkep. Pada gambar 1 menunjukkan bahwa Instagram yang dikelola sebagai media penyampaian informasi dan agenda dari Geopark Maros-Pangkep yaitu @geoparkmarospangkep Penggunaan Instagram memungkinkan penyampaian konten visual yang menarik seperti foto-foto keindahan alam, video pendek yang menampilkan aktivitas wisata, serta cerita pengalaman wisatawan maupun agenda yang dilakukan oleh pengelola geopark maros pangkep. Melalui penyajian konten, pengenalan dan program kegiatan Geopark Maros-Pangkep diplatform ini jangkauan dan engagement konten dapat meningkat secara signifikan dan meningkatkan interaksi.



Gambar 1. Profil Instagram pengelola Geopark Maros Pangkep

3.1.2. Website

Website resmi Geopark Maros-Pangkep geoparkmarospangkep.id/ menyediakan informasi komprehensif tentang sejarah, lokasi, kegiatan wisata, dan fasilitas yang tersedia. Selain sebagai sumber informasi bagi wisatawan, website ini juga berfungsi sebagai portal edukasi yang berisi artikel dan video tentang pentingnya konservasi dan pelestarian geopark. Desain yang user-friendly dan informasi yang mudah diakses membuat website ini menjadi alat promosi yang efektif.



Gambar 2. Website Resmi Geopark Maros Pangkep

Pada gambar 2 menunjukkan bahwa website Geopark Maros-Pangkep menampilkan profil dan selayang pandang dari Geopark Maros-Pangkep, termasuk struktur manajemen dan informasi detail setiap geosite. Terdapat 31 geosite yang dipromosikan, seperti objek wisata Rammang-Rammang, Leang-Leang, dan The Bissus Traditional Village. Setiap geosite dijelaskan secara rinci, mencakup deskripsi geologis, historis, dan budaya, serta informasi tentang flora dan fauna yang ada di sekitar area tersebut. Panduan kunjungan yang komprehensif, peta interaktif, dan daftar aktivitas yang bisa dilakukan di masing-masing lokasi juga tersedia untuk membantu wisatawan merencanakan perjalanan mereka.

Selain itu, website ini menyediakan artikel edukatif yang mendalam tentang pentingnya konservasi dan pelestarian geosite, galeri foto yang menampilkan keindahan alam dan budaya lokal, serta video yang memberikan wawasan visual tentang pengalaman yang dapat dinikmati di Geopark Maros-Pangkep. Melalui fitur-fitur ini, pengunjung dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang nilai-nilai penting yang dijunjung oleh Geopark Maros-Pangkep, serta berbagai upaya yang dilakukan untuk menjaga dan mempromosikan kawasan ini sebagai destinasi wisata berkelanjutan. Website ini berfungsi sebagai sumber informasi utama yang menghubungkan calon wisatawan dengan keindahan dan kekayaan Geopark Maros-Pangkep, mempromosikan area ini secara global.

3.1.3. Youtube dan Tiktok

Pengembangan konten di YouTube @geoparkmarospangkep dan TikTok sedang berlangsung, dengan fokus pada pembuatan video dokumenter, vlog wisata, dan tutorial singkat tentang kegiatan di geopark. Kedua platform ini memiliki potensi besar untuk menarik perhatian audiens yang lebih muda dan internasional, mengingat popularitas dan daya tarik visual di platform ini mampu menjangkau dunia internasional. Walaupun pengelola geopark maros-pangkep dalam menggunakan youtube sebagai platform promosi belum optimal karena masih berjumlah 8 vidio dan Tiktok masih belum terkelola dalam penggunaan media promosi.

3.2. Event dan Edukasi

Berbagai event yang diselenggarakan meliputi seminar, festival budaya, dan kegiatan edukasi. Event-event ini sering disinergikan dengan tema geopark untuk meningkatkan kesadaran masyarakat

tentang pentingnya kawasan ini seperti Lomba video pesona Geopark Maros-Pangkep, Kompetisi Fotografi Wonderful Geopark Maros Pangkep dan event lainnya, begitupun dengan edukasi yang saat ini masih dilakukan oleh para pengelola geopark maros-pangkep, Program edukasi tentang geopark mulai diperkenalkan sejak tingkat SD, SMP, hingga SMA. Di tingkat SD, maskot geopark, yaitu Roro (burung rangkong) dan Pupu (kupu-kupu), digunakan untuk mengenalkan geopark kepada anak-anak melalui kegiatan yang menarik seperti mural di kantin sekolah yang dihiasi gambar maskot. Di tingkat SMP dan SMA, materi kurikulum telah memasukkan informasi tentang geopark untuk menanamkan nilai-nilai konservasi dan pelestarian sejak dini.

Geopark Maros-Pangkep juga membentuk pengelola muda yang aktif di masing-masing daerah geosite yaitu Geopark Youth Forum Maros-Pangkep adalah kelompok binaan yang terdiri dari pemuda-pemudi lokal yang berperan aktif dalam pembuatan konten promosi. Mereka terlibat dalam produksi video, fotografi, dan penulisan artikel yang dipublikasikan di media sosial dan website geopark. Selain itu, mereka juga berfungsi sebagai duta geopark dalam berbagai acara dan seminar, membantu menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pelestarian geopark di kalangan generasi muda.

Edukasi terbaru dilakukan oleh Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Geominerba (PPSDM Geominerba) menyelenggarakan Pelatihan Pengelolaan Geopark Maros-Pangkep. Pelatihan ini bertujuan mengembangkan potensi geowisata Indonesia dan meningkatkan pemahaman tentang pengelolaan geopark, khususnya setelah Geopark Maros-Pangkep diakui sebagai UNESCO Global Geopark pada 24 Mei 2023, Pelatihan ini merupakan bagian dari komitmen untuk mendukung pengembangan geopark yang berkelanjutan sebagai media komunikasi dalam promosi geopark maros-pangkep. Partisipasi aktif masyarakat setempat juga menjadi fokus utama, dengan tujuan membangun kesadaran lingkungan dan kepedulian terhadap warisan geologi dan keanekaragaman hayati di kawasan Geopark Maros-Pangkep. Dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat, termasuk kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pelatihan ini berperan dapat memperkuat pengelolaan geopark dan meningkatkan promosi pariwisata berkelanjutan di wilayah tersebut.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi memainkan peran vital dalam promosi Geopark Maros-Pangkep sebagai warisan dunia UNESCO. Media promosi utama meliputi : 1) Instagram (@geoaprmarospangkep) Platform ini efektif menyajikan konten visual seperti foto alam dan video wisata, meningkatkan jangkauan melalui konten yang dibagikan. 2) Website (geoparkmarospangkep.id) Menyediakan informasi lengkap tentang geosite, sejarah, dan kegiatan wisata. Konten edukatif menambah wawasan pengunjung tentang konservasi geopark. 3) YouTube dan TikTok Fokus pada video dokumenter dan vlog wisata untuk menarik audiens muda dan internasional, meskipun masih dalam pengembangan. 4) Event seperti seminar, festival budaya, dan edukasi dari tingkat SD hingga SMA meningkatkan kesadaran masyarakat. Pelatihan Pengelolaan Geopark oleh PPSDM Geominerba mengembangkan potensi geowisata dan pemahaman tentang pengelolaan geopark. Partisipasi masyarakat dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) mendukung pengelolaan berkelanjutan dan promosi pariwisata. Strategi komunikasi efektif ini meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam melestarikan dan mempromosikan Geopark Maros-Pangkep.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, & Bahfiarti, T. (2020). Computer Mediated Communication Dalam Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Sulawesi Barat. *Avant Garde*, 8(1), 60–78. <https://doi.org/10.36080/ag.v8i1.973>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th Edition)*. Sage Publication.
- Official Website. Geopark Maros-Pangkep Diakses Pada Mei 22, 2024, dari <https://geoparkmarospangkep.id/geosites-2/>.
- Instagram. *Geopark Maros-Pangkep*. Diakses Pada Mei 22, 2024, dari <https://www.instagram.com/geoparkmarospangkep/>.

- Moleong, Lexi J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Penerbit PT. Remaja Rosadakarya.
- Nurjanah, N. (2018) Perencanaan Komunikasi Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Dakwah Risalah* 29, no. 2
- Smith, John. (2020). The Role of Communication in Sustainable Tourism Development. *Journal of Sustainable Tourism* 28, no. 3
- Sitepu, E., & Sabrin, S. (2020) Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara. *Message: Jurnal Komunikasi* 9, no. 1
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- UNESCO Global Geoparks. *UNESCO Global Geoparks*. Diakses Pada Mei 20, 2024, dari <https://en.unesco.org/global-geoparks>

Halaman Ini Dikosongkan