

Peran Komunikasi Pembangunan Partisipatif untuk Pengembangan Pariwisata dan Keberdayaan Masyarakat

The Role of Participatory Development Communication for Tourism Development and Community Empowerment

Muhammad Nur Jaya^{1*)}, Samdar Rery¹, Nur Fahmi Nur²

¹Program Studi Komunikasi Universitas Muhammadiyah Papua, Jl. Abepantai No. 25, Tanah Hitam, Kota Jayapura, Papua, 99351, Indonesia.

²Program Studi Komunikasi Universitas Hasanuddin, Jl. Printis Kemerdekaan, Tamalanrea Indah, Tamalanrea, Makassar, Sulawesi Selatan, 90245, Indonesia.

^{*)}E-mail correspondence: : nurjayamaster@gmail.com

Diterima: 31 Mei 2024 | Direvisi: 16 Juli 2025 | Disetujui: 04 September 2025 | Publikasi Online: 06 Oktober 2025

ABSTRAK

Pemberdayaan penting dilakukan oleh stakeholder untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat olehnya itu keberdayaan dapat dicapai oleh para pengelola pariwisata Papua. Pengelola Pariwisata mampu berdaya secara sosial, budaya, ekonomi, politik, Pendidikan dan lingkungan apabila ada kesadaran diri sendiri untuk maju dan berdaya disamping didorong oleh pemerintah dan dunia usaha. Keberdayaan dalam hal ini diwujudkan melalui peran pengelola pariwisata, pemerintah dan dunia usaha melalui komunikasi pembangunan partisipatif dan pengembangan pariwisata. Pengembangan pariwisata ada banyak hal yang harus dikerjakan diantaranya pengembangan sarana prasarana dan objek wisata. Untuk pengembangan pariwisata melalui model komunikasi pembangunan partisipatif. Urgensi: sebagai sumber devisa daerah, membangun pariwisata partisipatif, sumber daya manusia inovatif, kompetitif dan kreatif. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan metode survey. Populasi adalah seluruh pengelola usaha wisata di Kota dan Kabupaten Jayapura, memilih sampel secara purposive. Analisis data penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif dan infrensial. Tujuan: menganalisis pengaruh implementasi komunikasi pembangunan partisipatif terhadap pengembangan pariwisata dan keberdayaan masyarakat. Hasil: Pengaruh implementasi komunikasi pembangunan partisipatif sifatnya positif, signifikan dan langsung terhadap pengembangan pariwisata dan keberdayaan masyarakat.

Kata kunci: implementasi, komunikasi pembangunan partisipatif, pengembangan, pariwisata, keberdayaan masyarakat

ABSTRACT

Empowerment is important carried out by stakeholders to improve community welfare, therefore empowerment can be achieved by Papua tourism managers. Tourism managers are able to be empowered socially, culturally, economically, politically, education and the environment if there is self-awareness to progress and be empowered besides being encouraged by the government and the business world. Empowerment in this case is realized through the role of tourism managers, government and the business world through participatory development communication and tourism development. There are many things that must be done, including the development of infrastructure and tourism objects. For tourism development through participatory development communication model. Urgency: as a source of regional foreign exchange, building participatory tourism, innovative, competitive and creative human resources. This research uses a positivistic paradigm with survey methods. The population is all tourism business managers in the City and Regency of Jayapura, selecting samples purposively. Analysis of research data was carried out with descriptive and inflammatory approaches. Objective: analyze the effect of the implementation of participatory development communication on tourism development and community empowerment. Results: The effect of participatory development communication implementation is positive, significant and direct on tourism development and community empowerment.

Keywords: implementation, participatory development communication, development, tourism, community empowerment

PENDAHULUAN

Keberdayaan masyarakat dari sisi sosial, budaya, ekonomi, hukum, politik, ilmu pengetahuan dan teknologi serta lingkungan yang menjadi indikator sukses pembangunan nasional. Masyarakat yang berdaya dari seluruh sektor kehidupan menjadi tuntutan dari Undang Undang Dasar 1945, dan harus diimplementasikan dalam kehidupan nyata bagi seluruh rakyat Indonesia. Untuk mencapai sukses keberdayaan masyarakat diperlukan kompetensi setiap anggota masyarakat diberbagai bidang kehidupan.

Kompetensi dapat dimiliki oleh masyarakat apabila secara berkelanjutan dilakukan pembangunan sumber daya manusia melalui Pendidikan, pelatihan, bimbingan teknis, workshop. Jika masyarakat Indonesia dan daerah khususnya telah memiliki kompetensi yang cukup maka secara langsung dan tidak langsung mampu meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Walaupun saat ini diera globalisasi persaingan hidup cukup ketat dan komprehensif.

Keberdayaan masyarakat pariwisata merupakan faktor penentu yang diperlukan agar masyarakat mampu berperan sebagai pelaku pengembangan pembangunan pariwisata Papua yang modern. Searah dengan Msibi dan Penzhorn (2010), masyarakat yang berdaya diberi tanggung jawab untuk membangun daerahnya. Searah dengan Akter et al. (2017), Rosyidi et al. (2021), Nuraini et al. (2020), Ningsih dan Rizki (2020), Wang dan Han (2022), Keberdayaan masyarakat dapat diwujudkan melalui implementasi pengembangan pariwisata, dengan memanfaatkan komunikasi pembangunan partisipatif. Seperti ditunjukkan dalam temuan Sulaiman dan Ahmadi (2020), bahwa komunikasi pemberdayaan harus dikembangkan melalui ekonomi yang komprehensif dengan menggunakan komunikasi pembangunan partisipatif.

Pemberdayaan masyarakat dimplementasikan oleh masyarakat pengelola pariwisata, pemerintah daerah, dan dunia usaha melalui pengembangan pariwisata, serta menggunakan alat komunikasi berupa komunikasi pembangunan partisipatif. Walaupun kenyataannya harapan akan pengembangan pariwasata modern belum terwujud maksimal di papua dan kota, kabupaten jayapura khususnya.

Papua merupakan daerah yang memiliki objek-objek wisata alam yang indah dan alami bahkan unik dan menarik bagi wisatawan domestik dan mancanegara. Papua memiliki banyak ragam objek wisata baik wisata pantai, pegunungan, danau, situs sejara dan situs budaya sebagai objek wisata yang menarik. Kunjungan para wisatawan menimbulkan dampak positif bagi daerah, diantaranya pertumbuhan ekonomi terus terjadi, transfer budaya, pengetahuan, pengalaman dan keterampilan. Selain itu mengakibatkan inovasi tumbuh dan mendorong kreatifitas terbangun. Sejalan dengan Pemerintah Republik Indonesia (2009), tujuan pariwisata adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan rakyat, menekan angka kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, serta memajukan kebudayaan. Hal ini juga sejalan dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2021).

Data dari Portal Papua (Badan Pusat Statistik [BPS], 2019; BPS, 2023) memperlihatkan bahwa kunjungan wisatawan domestik ke Kota Jayapura pada tahun 2016, 2018, dan 2019 masing-masing tercatat sebanyak 413.019, 342.278, dan 443.200 orang. Sementara itu, untuk Kabupaten Jayapura pada tahun 2016, 2018, dan 2019 tercatat masing-masing 58.898, 123.839, dan 120.125 orang. Laporan terakhir dari Dinas Pariwisata Kota Jayapura menyampaikan bahwa kunjungan wisatawan domestik pada tahun 2022 sebanyak 58.898 orang dan wisatawan mancanegara sebanyak 173 orang. Informasi ini diperoleh dari Kantor Berita ANTARA, Rabu, 26 April 2023 (Antara, 2023).

Memperhatikan data kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara sejak 2016 sampai 2019 ada 443.200 tahun 2019 tapi setelah itu memasuki *pandemic covid-19* sehingga kunjungan wisatawan *domestic* dan mancanegara tidak ada. Pada tahun 2022 ada kunjungan wisatawan *domestic* 58.898 dan wisatawan mancanegara ada 173 orang ini memberi kode peningkatan kunjungan bagi objek wisata di kota jayapura dan kabupaten jayapura. Jadi yang perlu dibenahi diantaranya meningkatkan keberadaan dan kualitas sarana prasarana dan fasilitas objek wisata alam, budaya di Kota dan Kabupaten Jayapura.

Sarana pokok dan utama bagi para wisatawan domestik dan mancanegara berupa hotel, restoran dan biro travel sudah cukup memadai dan berkualitas berdasarkan data dari Badan pusat Statistik Provinsi Papua untuk melayani para wisatawan. Walaupun sarana pokok dan utama tersebut sudah tersedia dan ada berkualitas hanya posisinya ada diluar objek wisata. Hal lain yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan adalah fasilitas fisilitas di objek wisata alam, buatan dan budaya serta situs situs sejarah. Selain fasilitas fisik yang penting dilakukan adalah pengembangan sumber daya manusia pengelola pariwisata dari sisi pengetahuan dan keterampilan dalam melayani wisatawan.

Hal lain yang urgensi dilakukan adalah selalu menyiapkan pemandu wisata yang professional dan berwawasan luas terkait sosial, budaya, ekonomi bahkan teknologi. Juga yang lebih penting lagi adalah senantiasa mempublikasikan aktivitas pariwisata dikota dan kabupaten jayapura di media cetak, elektronik dan terlebih media *online/digital*. Selain informasi dan berita aktivitas wisata maka dibuat pesan tentang aktivitas wisata dalam bentuk promosi atau bentuk iklan.

Realitas objek wisata alam dan buatan serta wisata khusus terkait fasilitas penunjang wisata masih kurang lengkap dan berkualitas, juga kurang menarik bagi wisatawan. Walaupun belakangan ini pasca *covid-19* pemerintah, dunia usaha dan pengelola pariwisata senantiasa berupaya untuk memperbaiki dan meningkatkan fasilitas yang ada supaya lebih meningkat pelayanan terhadap para wisatawan domestic dan mancanegara.

Upaya yang dilakukan oleh pengelola, pemerintah dan dunia usaha yaitu melakukan pekerjaan pembangunan, perbaikan fasilitas. melakukan pembinaan kepada para pengelola pariwisata, meningkatkan pengetahuan dalam pengelolaan usaha wisata juga terkait pengelolaan keuangan usaha wisata, serta pendampingan. Upaya yang dilakukan ini tentunya diharapkan menghasilkan luaran berupa meningkatnya kemampuan bersosialisasi, mengambil keputusan, meningkatkan perekonomian bagi keluarga dan masyarakat.

Potensi parawisata wilayah papua baik pantai, pengunungan dan perbukitan serta situs sejarah dan budaya lokal dimaksud adalah: Pantai Hamadi, Base-G , Holtekamp , Teluk Youtefa, Air Terjun Siklop, Pantai Tablanusu, Danau Sentani dan Kali Biru Genyem. Potensi wisata Papua keberadaannya sudah cukup lama hanya saja sarana dan prasarana pariwisata serta objek-objek wisata belum dikembangkan dengan baik. Objek wisata budaya belum dilestarikan secara maksimal setiap ada kunjungan wisata, sehingga wisatawan domistik dan mancanegara kurang berminat untuk datang berwisata di Papua.

Objek wisata Papua cukup indah dan menarik sebagai tempat wisata. potensi keindahan ini perlu dilakukan pembangunan sarana prasarana dan fasilitas fasilitas wisata. Selain hal tersebut diatas yang paling penting adalah bagaimana mempromosikan potensi wisata yang ada. Agar promosi ini berhasil perlu kerjasama seluruh pihak yang terkait dengan proses keparawisataan. Pekerjaan pengembangan pariwisata di kota dan kabupaten jayapura berada dalam sebuah sistem, sehingga pekerjaan yang perlu dilakukan sangat kompleks dan beragam. Untuk menghasilkan pekerjaan yang efektif dan efisien maka setiap unsur yang ada dalam sistem bekerja secara kolaborasi dengan memanfaatkan komunikasi pembangunan yang sifatnya dialogis dan partisipatif.

Promosi kawasan wisata Papua dilakukan secara bersama dengan seluruh pihak yang terkait, termasuk masyarakat pengelola usaha wisata. Promosi dilakukan bersama perlu dialog dan musyawarah untuk menghasilkan produk promosi yang baik dan bersaing maka diperlukan komunikasi pembangunan partisipatif. Promosi dikemas sedemikian rupa terkait konten promosinya. Konten promosi direncanakan oleh para kreator media komunikasi sehingga hasil pembautan kontennya serat kemasannya sesuai engan kehendak khalayak dan tepat dalam dalam publikasi di berbagai media.

Komunikasi pembangunan partisipatif adalah aktivitas komunikasi dua arah sehingga pelaku komunikasi berpartisipasi aktif. Sejalan dengan Msibi dan Penzhorn (2010), komite dan masyarakat melakukan komunikasi partisipatif dalam pengambilan keputusan. Sejalan dengan Kheerajit dan Flor (2013), Komunikasi partisipatif pemerintah, swasta dan masyarakat untuk pengelolaan sumber daya alam. Sejalan dengan Jooste dan van der Vyver (2014), keberagaman mendukung komunikasi pembangunan partisipatif antara staff di Universitas Vaal. Sejalan dengan Patil (2019), komunikasi partisipatif dalam mengembangkan pedesaan India dengan radio komunitas. Sejalan dengan Ningsih dan Rizki (2020), komunikasi partisipatif masyarakat desa Panggungharjo adalah heteroglasia, dialog, polifoni, dan karnaval. Sejalan Rosyidi et al. (2021), pelaksanaan komunikasi partisipatif tetap berjalan untuk pemberdayaan dapat memberi energi bagi parawisata mandiri. Sejalan dengan Rakhamdani (2021), program pemberdayaan masyarakat untuk pengembangan desa wisata dilakukan dengan komunikasi partisipatif.

Menghadapi hal tersebut maka dilakukan pengembangan pariwisata melalui komunikasi pembangunan partisipatif kepada seluruh *stakeholder*. Komunikasi pembangunan partisipatif bermakna bahwa *stakeholder* dan masyarakat turut berpartisipasi untuk meningkatkan kunjungan wisata Papua. Komunikasi pembangunan partisipatif menyebabkan adanya partisipasi dan pemberdayaan komunitas lokal yang menjalankan usaha wisata. Budaya lokal tetap terjaga untuk mencapai pariwisata rama lingkungan sejalan Jaya et al. (2017), partisipasi kelompok tani cukup tinggi selama proses musyawarah

pada tahap identifikasi searah (Jooste & van der Vyver, 2014; Rakhmadani, 2021; Ningsih & Rizki, 2020).

Komunikasi pembangunan partisipatif memberikan ruang untuk, berdialog, dan bermusyawarah dengan pemerintah daerah, swasta, dan *stakeholder*. Merencanakan pembangunan pariwisata menuju keberdayaan masyarakat papua, hal ini merupakan bentuk komunikasi dalam pembangunan pariwisata. Sejalan dengan Jaya (2023), komunikasi merupakan faktor penting dalam mensukseskan pembangunan, terlebih pemberdayaan masyarakat. Sejalan dengan Patil (2019), komunikasi partisipatif berhasil menjangkau masyarakat dan pembangunan desa, hal yang sama juga ditegaskan oleh (Kheerajit & Flor, 2013).

Urgensi penelitian adalah sektor pariwisata pada era teknologi informasi dan komunikasi serta golobalisasi sangat menjanjikan untuk kedepannya terkhusus bidang pendapatan negara dan daerah. Sektor pariwisata salah satu sektor pendapat negara dan derah yang tergolong menengah sampai besar, apabila dikelolah secara profesional dan manajemen modern. Olehnya itu khususnya di Papua penting untuk dilakukan penelitian untuk memperoleh cara mengembangkan pariwisata modern setara internasional.

Urgensi selanjutnya adalah pengembangan pembangunan di semua sektor hampir dilaksanakan secara *top down* tanpa partisipasi masyarakat olehnya itu peneliti mengajukan model komunikasi pembangunan partisipatif agar masyarakat akar rumput turut serta berpartisipasi aktif dalam pembangunan daerah. Model komunikasi partisipatif mampu mendorong para *stakeholder* untuk berpartisipasi aktif secara kolaborasi dalam menangai pengembangan pariwisata. Lebih urgen lagi adalah pihak pihak pemegang kekuasaan dan pemegang dana pembangunan dapat mengeluarkan kebijakan untuk pelaksanaan pembangunan secara partisipatif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh implementasi komunikasi pembangunan partisipatif terhadap pengembangan pariwisata Papua dan keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata Papua. Serta menganalisis pengaruh pengembangan pariwisata terhadap keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata Papua.

METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan metode *survey* dilanjutkan analisis data melalui pendekatan deskriptif dan infrensial. Analisis deskriptif untuk menggambarkan sebaran sampel pada setiap variabel penelitian. Analisis infrensial digunakan untuk melakukan estimasi atau pendugaan terhadap populasi untuk melihat sejauh mana variabel bebas memengaruhi variabel terikat.

Sesuai analisis infrensial serta tujuan penelitian maka terlihat bahwa dalam penelitian ini akan mencari faktor-faktor yang memengaruhi komunikasi pembangunan partisipatif. Mencari pengaruh variabel komunikasi pembangunan partisipatif terhadap pengembangan pariwisata dan keberdayaan masyarakat. Pada penelitian ini faktor-faktor yang direncanakan memengaruhi keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata adalah variabel komunikasi pembangunan partisipatif dan varibel pengembangan pariwisata. Penelitian ini dilaksanakan di kawasan wisata Kota dan Kabupaten Jayapura. Unit analisis adalah para pengelola usaha wisata sehingga populasinya adalah seluruh pengelola pariwisata di kawasan wisata Kota dan Kabupaten Jayapura. Sampel dapat ditentukan besarnya dengan menggunakan rumus Slovin (Kriyantono, 2006) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (1)$$

dimana e = 1 % sampai 10 % N = jumlah populasi n = jumlah sampel.

Pengambilan sampel dengan menggunakan pruposif sampling. Penentuan sampel berdasarkan kriteria yang dimiliki oleh responden yang terpilih. Peneliti menentukan kriteria sampel adalah responden yang berperan sebagai pengelola usaha pariwisata (manajer) di Kota Jayapura dan Kabupaten Jayapura. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui peran komunikasi partisipatif oleh pengelola usaha dalam upaya mengembangkan pariwisata di Papua, di Kota Jayapura dan Kabupaten Jayapura.

Penelitian ini mengumpulkan dua bentuk data yaitu data primer dan data sekunder. Untuk mendapatkan data primer menggunakan instrument penelitian dalam bentuk kuesioner, wawancara terstruktur dan dokumentasi. Instrumen penelitian dalam bentuk kuesioner dibagi sesuai banyaknya *variable independent*, *variable dependent* dan *variable antara* serta indikator yang menyertai setiap variable. Bentuk pertanyaan kuesioner didasarkan atas rumusan masalah, serta nama variabel yang berpatokan

pada definisi operasional setiap indikator dari variabel-variabel. Penelitian ini menggunakan pengukuran dengan skala liker.

Pengumpulan data melalui instrumen penelitian (kuesioner), sehingga instrumen penelitian sangat penting dalam mencapai hasil penelitian yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Untuk mencapai hal tersebut, maka instrumen penelitian harus diuji validitasnya dan reliabilitasnya untuk memperoleh data yang *valid* (sah), serta memiliki konsistensi yang tinggi.

Pengumpulan data melalui instrumen penelitian (kuesioner), sehingga instrumen penelitian sangat penting dalam mencapai hasil penelitian yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Untuk mencapai hal tersebut, maka instrumen penelitian harus diuji validitasnya dan reliabilitasnya untuk memperoleh data yang valid (sah), serta memiliki konsistensi yang tinggi. Tabel 1 menunjukkan uji validitas dan reliabilitas.

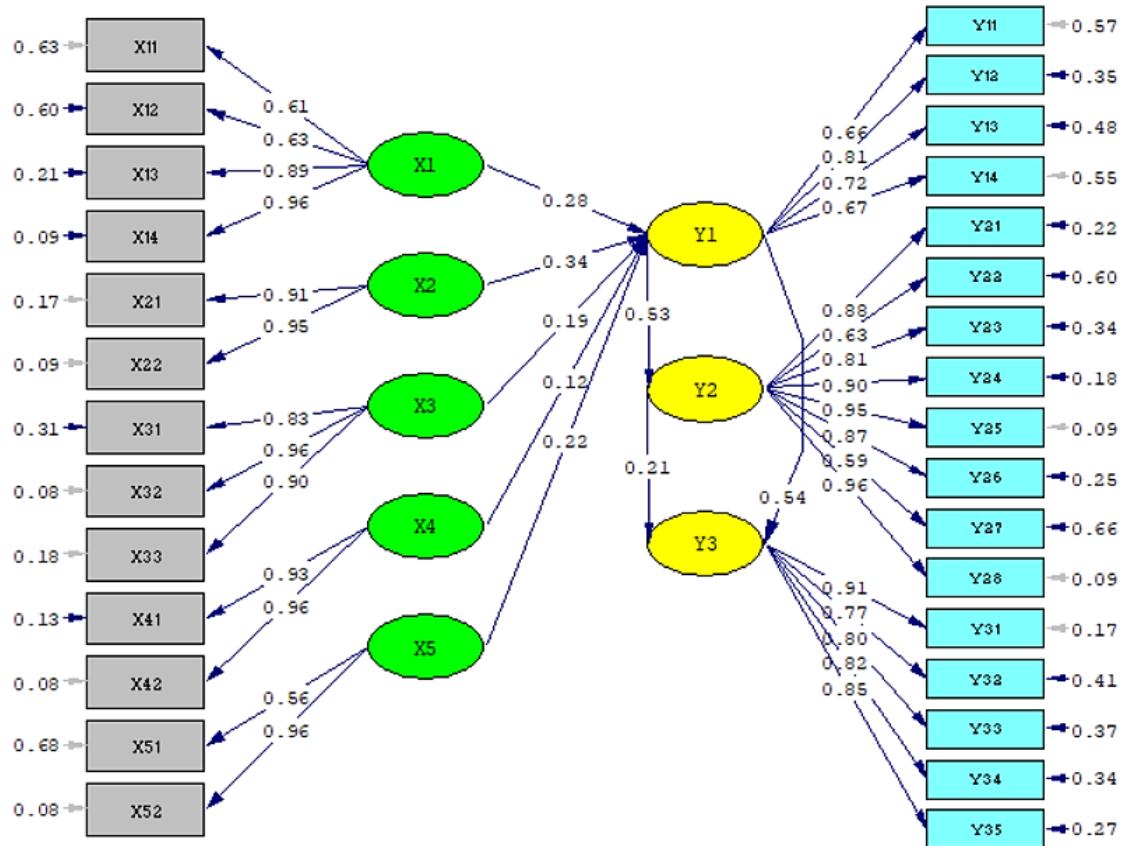
Tabel 1. Uji Validitas Reliabilitas Model SEM (CFA)

Variabel Laten	Indikator	Loading Factor	T _{hitung}	Uji Validitas		Uji Reliabilitas	
				VE > 0.5	Ket.	CR > 0.70	Ket.
X1 Karakteristik Individu	X11 Penguasaan usaha wisata	0.61	11.34	0.62	Valid	0.86	Reliabel
	X12 Pengalaman	0.63	17.27				
	X13 Kosmopolitan	0.89	19.73				
	X14 Kepemimpinan	0.96	23.64				
X2 Kualitas Informasi & Promosi	X21 Kelengkapan informasi	0.91	25.42	0.87	Valid	0.93	Reliabel
	X22 Kebaruan informasi	0.95	24.62				
X3 Media komunikasi	X31 Media cetak	0.83	21.67	0.81	Valid	0.93	Reliabel
	X32 Media elektronik	0.96	29.09				
	X33 Media digital	0.90	24.08				
X4 Dukungan Pemerintah	X41 Anggaran	0.93	22.55	0.89	Valid	0.94	Reliabel
	X42 Peraturan pemerintah	0.96	30.37				
X5 Faktor Lingkungan	X51 Budaya	0.56	9.10	0.62	Valid	0.75	Reliabel
	X52 Investor	0.96	25.98				
Y1 Komunikasi Pembangunan Partisipatif	Y11 Identifikasi dan solusi perencanaan	0.66	5.67	0.51	Valid	0.81	Reliabel
	Y12 Identifikasi dan solusi pelaksanaan	0.81	6.51				
	Y13 Identifikasi dan solusi monitoring dan evaluasi	0.72	6.95				
	Y14 Kesetaraan	0.67	6.52				
Y2 Pengembangan Wisata	Y21 Sarana pokok	0.88	26.70	0.70	Valid	0.95	Reliabel
	Y22 Sarana pelengkap dan penunjang	0.63	18.98				
	Y23 Prasarana umum	0.81	24.21				
	Y24 Prasarana penunjang dan wisata	0.90	26.94				
	Y25 Kelestarian budaya	0.95	30.62				
	Y26 Kelestarian alam	0.87	26.42				
	Y27 Kesehatan dan keselamatan	0.59	18.34				
	Y28 Pemasaran wisata	0.96	33.60				
Y3 Keberdayaan Masyarakat	Y31 Kemampuan mengambil keputusan	0.91	22.32	0.69	Valid	0.92	Reliabel
	Y32 Kemampuan manajerial	0.77	16.71				
	Y33 Kemampuan akses dan mengelola informasi	0.80	16.86				
	Y34 Kemampuan ekonomi	0.82	17.31				
	Y35 Kemampuan melestarikan budaya	0.85	18.31				

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas bahwa model telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas model yaitu ditunjukkan dengan nilai VE > 0.5 artinya model telah valid, dan nilai CR > 0.7 artinya setiap variabel laten telah valid dan reliabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil model SEM akhir seluruh indikator telah memiliki nilai loading factor > 0.5 sehingga dianggap seluruh indikator tersebut telah mampu mengukur variabel laten. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas bahwa model telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas model yaitu ditunjukkan dengan nilai VE > 0.5 artinya model telah valid, dan nilai CR > 0.7 artinya setiap variabel laten telah valid dan reliabel.



Gambar 1. Loading faktor model SEM

Hasil pengolahan untuk pengujian *goodness of fit* menunjukkan kriteria RMSEA menghasilkan nilai $0.078 \leq 0.08$ yang artinya model yang dihasilkan sudah *good fit*. Penggunaan kriteria *goodness of fit* yang lain yaitu GFI, AGFI, IFI, NFI dan CFI menghasilkan nilai > 0.90 yang artinya model yang dihasilkan sudah memenuhi kriteria *goodness of fit*. Karena hasil kesimpulan beberapa indikator menghasilkan kesimpulan model *goodness of fit* maka pengujian hipotesis teori dapat dilakukan.

Tabel 2. Uji *Goodness of fit*

Goodness-of-Fit	Cutt-off-Value	Hasil	Kesimpulan
RMSEA	≤ 0.08	0.078	<i>Good fit</i>
GFI	> 0.90	0.96	<i>Good fit</i>
AGFI	> 0.90	0.94	<i>Good fit</i>
IFI	> 0.90	1.00	<i>Good fit</i>
NFI	> 0.90	1.00	<i>Good fit</i>
CFI	> 0.90	1.00	<i>Good fit</i>

Tabel 3. Hasil Estimasi Pengaruh Langsung Model SEM

Variabel	Standardized loading faktor	t-hitung	Kesimpulan
$X1 \rightarrow Y1$	0.28	3.14*	Signifikan
$X2 \rightarrow Y1$	0.34	3.77*	Signifikan
$X3 \rightarrow Y1$	0.19	3.24*	Signifikan
$X4 \rightarrow Y1$	0.12	2.08*	Signifikan
$X5 \rightarrow Y1$	0.22	2.85*	Signifikan
$Y1 \rightarrow Y2$	0.53	6.12*	Signifikan
$Y1 \rightarrow Y3$	0.54	5.34*	Signifikan
$Y2 \rightarrow Y3$	0.21	5.57*	Signifikan

Keterangan: *) nilai t-hitung > t-tabel 1.96 (taraf nyata 5%) artinya pengaruh signifikan

Hasil Uji Hipotesis

Faktor Y1 (Komunikasi Pembangunan Partisipatif) juga berpengaruh terhadap Y2 (Pengembangan Wisata) sebesar 0.53 artinya semakin meningkat Y1 (Komunikasi Pembangunan Partisipatif) maka akan semakin meningkatkan Y2 (Pengembangan Wisata). Faktor Y1 (Komunikasi Pembangunan Partisipatif) juga berpengaruh terhadap Y3 (Keberdayaan Masyarakat) sebesar 0.54 artinya semakin meningkat Y1 (Komunikasi Pembangunan Partisipatif) maka akan semakin meningkatkan Y3 (Keberdayaan Masyarakat).

Tabel 4. Nilai R square model SEM

Variabel endogen	R Square
Y1 (Komunikasi Pembangunan Partisipatif)	80%
Y2 (Pengembangan Wisata)	28%
Y3 (Keberdayaan Masyarakat)	46%

Variabel Y1 (Komunikasi Pembangunan Partisipatif) menghasilkan R-square sebesar 80% artinya keragaman Y1 (Komunikasi Pembangunan Partisipatif) yang dapat dijelaskan oleh model sebesar 80%, sedangkan sisanya 20% dijelaskan oleh faktor lain diluar model.

Variabel Y2 (Pengembangan Wisata) menghasilkan R-square sebesar 28% artinya keragaman Y2 (Pengembangan Wisata) yang dapat dijelaskan oleh model sebesar 28%, sedangkan sisanya 72% dijelaskan oleh faktor lain diluar model.

Variabel Y3 (Keberdayaan Masyarakat) menghasilkan R-square sebesar 46% artinya keragaman Y3 (Keberdayaan Masyarakat) yang dapat dijelaskan oleh model sebesar 46%, sedangkan sisanya 54% dijelaskan oleh faktor lain diluar model.

Faktor yang Memengaruhi Pengembangan Pariwisata

Berdasarkan krangka pikir penelitian terlihat bahwa variabel pengembangan pariwisata dipengaruhi oleh variabel komunikasi pembangunan partisipatif. Selanjutnya dilakukan analisis data hasil penelitian melalui metode *Structural Equation Modeling* (SEM), hasil analisisnya terlihat pada gambar 1 diatas. Ada variabel komunikasi pembangunan partisipatif yang memengaruhi pengembangan pariwisata. Searah temuan Rakhamdani (2021), Pelaksanaan program ini menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal* (RPA). Komunikasi pembangunan partipatisif sebagai salah satu pendekatan dalam proses pelaksanaan. Hasil yang tercapai berupa berdirinya pembangunan fisik wisata mulai dari gerbang pintu masuk hingga spot foto kemudian terlaksananya pelatihan dan pendampingan terkait manajemen kepariwisataan. Searah dengan temuan Yasir (2021), komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata Pulau Belimbing Kecamatan Kuok di Kabupaten Kampar dilakukan dengan cara membina dan memberdayakan kelompok sadar wisata (Pokdarwis), melibatkan partisipasi masyarakat sekitar destinasi wisata, dan kampanye wisata yang mengusung tema Wisata *AgroCultural*.

Pengaruh komunikasi pembangunan partisipatif terhadap pengembangan pariwisata sebesar 0,53 bermakna bahwa keragaman data yang bisa dijelaskan oleh model tersebut sebesar 28 persen sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang belum terdapat dalam model. Model persamaan structural dengan faktor yang memengaruhi pengembangan pariwisata adalah:

$$Y_2 = 0.53 * Y_1, R^2 = 0.28 \quad (2)$$

Untuk menguji hipotesis dilakukan dengan membadingkan nilai t hitung t tabel untuk variabel. Apabila nilai t hitung masing masing variabel lebih besar dari t tabel (1,96) t hitung masing masing y1 ke Y2 adalah 6,12, pada taraf nyata maka hipotesis diterima. Mengacu pada persamaan 2, gambar 4 dan Tabel 2, maka secara *statistic*: Komunikasi pembangunan partisipatif, berpengaruh nyata dan positif terhadap pengembangan pariwisata. Maka hipotesis penelitian yang berbunyi: Komunikasi pembangunan partisipatif memengaruhi pengembangan pariwisata. Hipotesis tersebut diterima karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,96) dari faktor yang memengaruhi. Persamaan 2 memperlihatkan bahwa: koefisien lintas komunikasi pembangunan partisipatif (y_1) adalah 0,53 bermakna besarnya pengaruh (y_1) terhadap pengembangan pariwisata (y_2) adalah $0,53^2 = 28$ persen. Pengaruh komunikasi pembangunan partisipatif terhadap pengembangan pariwisata diuraikan berikut:

Komunikasi Pembangunan partisipatif

Komunikasi pembangunan partisipatif merupakan variabel sentral pada penelitian. Variabel ini menghubungkan variabel *independent* dengan variabel *dependent* setelah melewati variabel sentral menuju variabel pengembangan pariwisata. Variabel pendukung (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5), sebagai energi untuk memasuki sistem dalam model komunikasi pembangunan partisipatif. Energi dari luar memasuki sistem sosial aktivitas wisata, didalam sistem terjadi proses berupa pelaksanaan komunikasi pembangunan partisipatif.

Proses yang terjadi ini adalah komunikasi antara para pengelola pariwisata, pemerintah dan dunia usaha. Proses komunikasi yang terjadi berada pada dua model komunikasi yaitu komunikasi *top down* dan *bottom up*. Komunikasi *top down* dan *bottom up* merupakan suatu strategi komunikasi untuk menggabungkan dua model komunikasi dalam pengembangan pariwisata Papua. Searah dengan temuan Nurcandrani dan Andhriany (2020), Strategi komunikasi yang dilakukan Puskesmas II Purwokerto Utara melalui penyuluhan, penjelasan, dan penggunaan media. Sosialisasi ACT untuk pencegahan stunting di Banyumas.

Proses ini terjadi dalam konteks musyawarah antara para *stockholder* dalam mengupayakan untuk pengembangan pariwisata Papua menuju keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata Papua. Sejalan dengan temuan Firdausi et al. (2024), ada empat indikator komunikasi partisipatif, Indikator Heteroglasia terlihat pada upaya pokdarwis untuk merangkul berbagai pihak dalam pelaksanaan ekowisata, baik dari sisi pemerintah, kemitraan. Terlibat dari latar belakang agama, suku, ekonomi, kebudayaan, dan pendidikan yang berbeda. Adapun indikator dialogis ditunjukkan dengan adanya kewajiban untuk mengusulkan program kerja. Sedangkan dialogis ke masyarakat ditunjukkan dengan adanya sosialisasi kepada masyarakat terkait dampak wisata pada perekonomian.

Komunikasi pembangunan partisipatif berperan untuk meningkatkan pengembangan pariwisata melalui proses komunikasi *multi track*. Komunikasi pembangunan partisipatif dalam pelaksanaannya didukung oleh 4 indikator sebagai energi dalam upaya pelaksanaan pengembangan pariwisata. Keempat indikator adalah identifikasi dan solusi perencanaan pengembangan pariwisata, identifikasi dan solusi pelaksanaan pengembangan pariwisata, identifikasi dan solusi monitoring dan evaluasi pengembangan pariwisata dan kesetaraan antara para *stakeholder* didukung peneliti Susanti et al. (2020), partisipatif komunikasi dari komunitas mata air sebagai penggeraknya agar pasar Papringan dan warga dapat mengembangkannya Pasar Papringan sebagai destinasi yang mengusung konsep pariwisata pedesaan.

Komunikasi pembangunan partisipatif memiliki dua peran dalam penelitian ini yaitu peran untuk mengembangkan pariwisata dan peran untuk meningkatkan keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata Papua. Pada kajian sub bab ini penulis/peneliti mengarahkan pada peran komunikasi pembangunan partisipatif dalam meningkatkan pengembangan pariwisata Papua. Komunikasi pembangunan partisipatif mempunyai pengaruh positif dan langsung terhadap pengembangan pariwisata sebesar 0,53 atau 28,09 persen. Maknanya adalah semakin meningkat partisipasi pengelola pariwisata dalam proses komunikasi *multi track*, maka akan meningkat pengembangan pariwisata.

Kurang sejalan dengan temuan Idawati (2022), Komunikasi pembangunan partisipasi masyarakat dalam membangun objek wisata alam untuk meningkatkan ekonomi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan masih rendahnya tingkat keinginan masyarakat Kelurahan Mundam untuk ikut berpartisipasi dalam pembangunan wisata di Kelurahan tersebut, dikarenakan masyarakat menganggap bahwa pembangunan adalah tanggung jawab Pemerintah.

Komunikasi pembangunan partisipatif bekerja didalam sistem dengan dukungan energi/pengaruh dari 4 indikator berupa: Identifikasi dan solusi perencanaan pengembangan pariwisata, identifikasi dan solusi pelaksanaan, identifikasi dan solusi monitoring dan evaluasi dan kesetaraan antar para *stakeholder*. Nilai koefisien dukungan masing masing indikator adalah ,0,66; 0,81;0,72; 0,67, dari nilai koefisien tersebut yang paling besar pengaruhnya adalah identifikasi dan solusi pelaksanaan menyusul identifikasi dan solusi *monitoring* dan evaluasi, kemudian identifikasi dan solusi perencanaan dan terakhir kesetaraan.

Makna nilai koefisien menunjukkan bahwa dukungan pengaruh ke empat indikator terhadap komunikasi pembangunan partisipatif hampir sama besar dukungannya 50 persen. Paling besar dukungan adalah indikator indentifikasi dan solusi pelaksanaan pengembangan pariwisata, proses dialog antara para pihak cukup partisipatif pada proses pelaksanaan dan *monitoring* evaluasi.

Temuan dilapangan menunjukkan bahwa para pengelola pariwisata dalam proses komunikasi dengan model *multi track* adalah dalam posisi kurang partisipatif sampai tidak partisipatif dengan kategori lebih 50 persen sisanya partisipatif. 4 indikator dari komunikasi pembangunan partisipatif berada pada kategori kurang partisipatif bahkan tidak partisipatif dalam mengidentifikasi dan solusi perencanaan, pelaksanaan, *monitoring* dan evaluasi pelaksanaan pengembangan pariwisata. Keempat Indikator diatas kinerjanya dalam hal proses komunikasi partisipatif kurang maksimal berdasarkan data lapangan. Pengelola kurang partisipatif diatas 50 persen atas kenerja sebagai Upaya meningkatkan pengembangan pariwisata.

Fakta lainnya adalah masih sedikit proyek pengembangan pariwisata baik berupa pengembangan fasilitas di objek-objek wisata alam dan buatan bahkan proyeknya masih jauh dari cukup untuk melengkapi fasilitas di objek-objek wisata. Contohnya yang diberikan adalah pembangunan MCK ditambah ada panggilan untuk mengikuti pelatihan manajemen pariwisata, tapi yang dipanggil sangat terbatas serta volume kegitannya kurang dan kurang berkesinambungan. Selain itu bantuan pembangunan fasilitas tidak partisipatif.

Faktor Faktor yang Memengaruhi Keberdayaan Masyarakat Pengelola Pariwisata Papua

Berdasarkan krangka pikir penelitian terlihat bahwa Variabel keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata Papua dipengaruhi oleh dua variabel yaitu variabel komunikasi pembangunan partisipatif dan variabel pengembangan pariwisata. Selanjutnya dilakukan analisis data hasil penelitian melalui metode structural equation modeling (SEM), hasil analisisnya terlihat pada Gambar 1. Ada dua variabel yang memengaruhi secara linier maupun simultan variabel keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata yaitu variabel komunikasi pembangunan partisipatif dan variabel pengembangan pariwisata.

Pengaruh secara bersamaan terhadap keberdayaan pengelola pariwisata sebesar 0,46, bermakna bahwa keragaman data yang bisa dijelaskan oleh model tersebut sebesar 46 persen sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang belum terdapat dalam model Model persamaan structural dengan faktor faktor yang memengaruhi keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata adalah:

$$Y3 = 0.54*Y1 + 0.21*Y2, R^2 = 0.46 \quad (3)$$

Untuk menguji hipotesis dilakukan dengan membadingkan nilai t hitung t tabel untuk masing masing variabel. Apabilah nilai t hitung masing masing variabel lebih besar dari t tabel (1,96) t hitung masing masing y1 ke Y3 adalah 5,34, Y2 ke Y3 adalah 5,57, pada taraf nyata maka hipotesis diterima. Mengacu pada persamaan 3, gambar 1 dan tabel 3, maka secara *statistic*: komunikasi pembangunan partisipatif dan pengembangan pariwisata, berpengaruh nyata dan positif terhadap keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata. Tiap tiap faktor memiliki pengaruh masing masing: 0,54 dan 0,21, maka hipotesis penelitian yang berbunyi; komunikasi pembangunan partisipatif dan pengembangan pariwisata memengaruhi keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata. Hipotesis tersebut diterima karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,96) dari kedua faktor yang memengaruhi. Persamaan 3 memperlihatkan bahwa (1) Koefisien lintas komunikasi pembangunan partisipatif (y1) adalah 0,54 bermakna besarnya pengaruh (y1) terhadap keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata (y3) adalah $0,54^2 = 29,16$

persen. (2) Koefisien lintas pengembangan pariwisata (y_2) adalah 0,21 bermakna besarnya pengaruh (y_2) terhadap keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata (y_3) adalah $0,21^2 = 4,41$ persen. Faktor dominan secara nyata memberikan pengaruh terhadap keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata adalah komunikasi pembangunan partisipatif disusul pengembangan pariwisata. Pengaruh kedua faktor terhadap keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata diuraikan sebagai berikut:

Komunikasi Pembangunan Partisipatif

Komunikasi pembangunan partisipatif merupakan variabel sentral atau utama dalam penelitian. Variabel ini menghubungkan variabel *independent* dengan variabel *dependent* setelah melewati variabel utama/moderator/sentral menuju variabel pengembangan pariwisata dan keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata Papua.

Komunikasi pembangunan partisipatif memiliki peran utama dan sentral antara variabel pendukung sebagai energi untuk memasuki sistem dalam model komunikasi pembangunan partisipatif dalam pengembangan pariwisata menuju keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata. Energi dari luar memasuki sistem sosial aktivitas wisata, didalam sistem terjadi proses berupa pelaksanaan komunikasi pembangunan partisipatif.

Proses yang terjadi ini adalah komunikasi antara para pengelola pariwisata, pemerintah dan dunia usaha. pada penelitian proses komunikasi yang terjadi berada pada dua model komunikasi yaitu komunikasi *top down* atau komunikasi dari atas ke akar rumput dan komunikasi *bottom up* atau dari akar rumput ke atas. Proses ini terjadi dalam konteks musyawarah antara para stockholder dalam mengupayakan untuk pengembangan pariwisata Papua menuju keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata Papua.

Komunikasi pembangunan partisipatif berperan untuk meningkatkan keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata Papua melalui proses komunikasi *multi track*. Searah dengan Rosyidi et al. (2021) partisipasi masyarakat merupakan kunci keberhasilan dalam pengembangan atau pemberdayaan masyarakat. Komunikasi pembangunan partisipatif dalam pelaksanaannya didukung oleh 4 indikator sebagai energi dalam upaya pelaksanaan pengembangan pariwisata. Keempat indikator adalah identifikasi dan solusi perencanaan pengembangan pariwisata, identifikasi dan solusi pelaksanaan pengembangan pariwisata, identifikasi dan solusi monitoring dan evaluasi pengembangan pariwisata dan kesetaraan antara para *stakeholder*.

Komunikasi pembangunan partisipatif memiliki dua peran dalam penelitian ini yaitu peran untuk mengembangkan pariwisata dan peran untuk meningkatkan keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata Papua. Pada kajian sub bab ini penulis/peneliti mengarahkan pada peran komunikasi pembangunan partisipatif dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata Papua. Searah dengan Susanti et al. (2020), penerapan strategi komunikasi partisipatif akan memperkuat kapasitas masyarakat. Dengan memperkuat kapasitas mereka, masyarakat menjadi lebih berdaya dan siap untuk memobilisasi dan melaksanakan inisiatif pembangunan.

Komunikasi pembangunan partisipatif mempunyai pengaruh positif dan langsung terhadap keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata Papua sebesar 0,54 atau 29,16 persen. Makna pengaruh tersebut adalah semakin meningkat partisipasi pengelola pariwisata dalam proses komunikasi *multi track* terkait pengembangan pariwisata juga terkait dengan peningkatan keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata maka akan meningkat keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata. Hal ini sejalan dengan Millanga (2014), Komunikasi partisipatif memberdayakan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan, dan mengizinkan masyarakat lokal untuk memimpin dan merancang mewujudkan proyek. Searah dengan temuan Jaya et al. (2017), tingkat keberdayaan kelompok tani dalam pengololaan usaha tani padi langsung dan positif oleh pelaksanaan komunikasi pembangunan partisipatif dengan tingkat pengaruh sebesar 0,82 atau 67,24 persen.

Komunikasi pembangunan partisipatif berpengaruh terhadap keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata sebanyak 29,16 persen, yang lainnya berpengaruh pada pengembangan pariwisata, dan selain itu ada pengaruh yang tidak termasuk dalam model komunikasi tersebut. Sejalan dengan temuan Hasan (2018), komunikasi partisipatif oleh perusahaan dalam melaksanakan program CSR untuk pemberdayaan. Komunikasi yang dijalankan adalah komunikasi yang memberdayakan dengan mengakui kemampuan masyarakat untuk pemecahan masalah dan aktualisasi potensi diri.

Komunikasi pembangunan partisipatif bekerja didalam sistem dengan dukungan energi komunikasi dari 4 indikator berupa: Identifikasi dan solusi perencanaan pengembangan pariwisata, identifikasi dan solusi pelaksanaan, identifikasi dan solusi monitoring dan evaluasi dan kesetaraan antar para *stakeholder*. Nilai

kefisien dukungan masing masing indikator adalah 0,66; 0,81; 0,72; 0,67, dari nilai kefisien tersebut yang paling besar pengaruhnya adalah identifikasi dan solusi pelaksanaan menyusul identifikasi dan solusi monitoring dan evaluasi, kemudian identifikasi dan solusi perencanaan dan terakhir kesetaraan.

Makna nilai koefisien menunjukkan bahwa dukungan pengaruh ke empat indikator terhadap komunikasi pembangunan partisipatif hampir sama besar dukungannya 50 persen keatas. Paling besar dukungan adalah indikator indentifikasi dan solusi pelaksanaan pengembangan pariwisata, proses dialog antara para pihak cukup partisipatif pada proses pelaksanaan dan monitoring evaluasi.

Temuan dilapangan menunjukkan bahwa para pengelola pariwisata dalam proses komunikasi dengan model multi track adalah dalam posisi kurang partisipatif sampai tidak partisipatif dengan kategori lebih 50 persen sisanya partisipatif. 4 indikator dari komunikasi pembangunan partisipatif berada pada kategori kurang partisipatif bahkan tidak partisipatif dalam mengidentifikasi dan solusi perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi pelaksanaan pengembangan pariwisata. 4 Indikator diatas kinerjanya dalam hal proses komunikasi partisipatif kurang maksimal berdasarkan data lapangan. Pengelola kurang partisipatif diatas 50 persen atas kenerja sebagai Upaya meningkatkan pengembangan pariwisata.

Fakta lainnya adalah masih sedikit proyek pengembangan pariwisata baik berupa pengembangan fasilitas di objek-objek wisata alam dan buatan bahkan proyeknya masih jauh dari cukup untuk melengkapi fasilitas di objek-objek wisata contoh yang diberikan adalah pembangunan MCK ditambah ada panggilan untuk mengikuti pelatihan manajemen pariwisata, tapi yang dipanggil sangat terbatas serta *volume* kegitannya kurang dan kurang berkesinambungan. Selain itu bantuan pembangunan fasilitas tidak partisipatif.

Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh para pengelola pariwisata, pemerintah dan dunia usaha melalui proses komunikasi pembangunan partisipatif. Hasil temuan dilapangan dan observasi langsung oleh peneliti terlihat banyak kekurangan yang dimiliki khususnya objek-objek wisata alam, wisata buatan dan wisata situs sejarah. Hampir semua tempat tempat objek wisata alam, buatan dan situs sejarah sangat kurang fasilitas, seperti beberapa contoh: Tidak ada fasilitas olah raga baik, olahraga permainan darat dan olahraga air, fasilitas rekreasi dan hiburan, fasilitas kuliner, dan fasilitas akomodasi di tempat objek wisata. Ada hotel, restoran rumah sakit dan biro *travel* tapi tidak berada di tempat objek wisata, namun berada diluar objek wisata walaupun bisa dijangkau tapi memerlukan waktu.

Variabel pengembangan pariwisata memberi pengaruh positif dan langsung terhadap variabel keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata dengan nilai sebesar 0,21 atau 4,4 peren, artinya ada 4,4 persen memengaruhi keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata selebihnya dipengaruhi variabel lain yang tidak terdapat dalam model komunikasi dalam sistem sosial aktivitas pariwisata. Sejalan dengan temuan Perbawasari (2019), Pengembangan wisata halal akan memberikan kontribusi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat (keberdayaan ekonomi) dengan syarat dikelola secara profesional dan didukung oleh seluruh unsur kelompok kepentingan yang terkait dengan kepariwisataan. searah temuan Arizona (2018), Potensi pengembangan pariwisata terhadap pemberdayaan masyarakat objek wisata Pantai Sari Ringgung, jika dilihat dari perspektif ekonomi islam, maka Pariwisata di Pantai Sari Ringgung dapat memperbaiki aspek-aspek mengenai ekonomi islam seperti pengawasan pengunjung yang bisa saja berbuat maksiat dan membawa minuman keras dan lain lain. Sejalan dengan temuan Agustin (2020), pengembangan desa wisata Serang melalui model pemberdayaan masyarakat melalui penyadaran, Pengkapsitasan diri, pemberian modal. Penyadaran dengan sosialisasi dan penyuluhan sadar wisata.

Variabel pengembangan pariwisata dalam kinerjanya didukung oleh 8 indikator yaitu: Sarana pokok, sarana pelengkap dan penunjang, prasarana umum, prasarana penunjang dan wisata, kelestarian budaya, kelestarian alam, jaminan kesehatan dan keselamatan dan pemasaran wisata. Kedelapan indikator yang mendukung pengembangan pariwisata mempunyai koefisien masing masing: 0,88; 0,63; 0,81; 0,9; 0,95; 0,87; 0,59; 0,96. Dari koefisien tersebut indikator terbesar pengaruhnya adalah pemasaran wisata, menyusul kelestarian buday, dan prasarana penunjang dan wisata, selanjutnya sarana pokok dan terakhir paling kecil jaminan kesehatan dan keselamatan 0,59.

KESIMPULAN

Pengaruh implementasi komunikasi pembangunan partisipatif sifatnya positif, signifikan, dan langsung terhadap pengembangan pariwisata, serta berpengaruh positif, signifikan dan langsung terhadap keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata Papua. Selain itu, pengaruh pengembangan pariwisata sifatnya positif, signifikan, dan langsung terhadap keberdayaan masyarakat pengelola pariwisata Papua.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang telah membiayai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, I. (2020). *Strategi pengembangan desa wisata melalui model pemberdayaan masyarakat di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga* [Skripsi, IAIN Purwokerto]. Repository UIN Saifuddin Zuhri / repositori institusi.
- Akter, S., Rutsaert, P., Luis, J., Me, N., Su, S., Raharjo, B., & Pustika, A. (2017). Women's empowerment and gender equity in agriculture: A different perspective from Southeast Asia. *Food Policy*, 69, 270–279. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2017.05.003>
- Antara. (2022, April 5). *Jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara di Kota Jayapura*. Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/3506073/dispar-kunjungan-wisatawan-ke-kota-jayapura-selama-2022-capai-58898>
- Arizona, R. (2018). *Analisis dampak pengembangan pariwisata terhadap pemberdayaan masyarakat dalam perspektif ekonomi Islam (Studi pada pariwisata Pantai Sari Ringgung, Desa Sidodadi, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran)* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. Repository UIN Raden Intan Intan Lampung. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/4591>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Indonesia 2023* (Katalog 1101001). Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/publication/2023/07/05/6fc4473e0d35d64b2cda64d6/statistik-indonesia-2023.html>
- Firdausi, H. A. N., Juwita, R., & Boer, K. M. (2024). Komunikasi Partisipatif Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Terkait Program Ekowisata di Kelurahan Bontang Baru Kota Bontang. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 163–182. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.439>
- Hasan, S. (2018). Model Komunikasi Pada Program Csr Pemberdayaan Wirausaha Muda Perusahaan Migas. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 3(1), 59. <https://doi.org/10.18326/inject.v3i1.59-82>
- Idawati. (2022). Komunikasi Pembangunan Partisipasi Membangun Objek Wisata Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Medium*, 10(2), 409–420. [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(2\).9323](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(2).9323)
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Jaya, M. N., Sarwoprasodjo, S., Hubeis, M., & Basita Ginting Sugihen. (2017). Participatory development communication on agricultural resources management in Yogyakarta Indonesia. *International Journal of Research in Social Sciences*, 14(1), 13–24. <https://www.ijsk.org/ijrss/>
- Jaya, M. N. (2023). *Pemberdayaan Kelompok Tani berbasis komunikasi pembangunan partisipatif dan pemanfaatan modal sosial*. Penerbit widiana. <https://www.penerbitwidina.com. www.penerbitwidina.com>
- Jooste, J., & van der Vyver, C. (2014). Participatory communication and perceptions amongst staff

- members at a tertiary education institution. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(7), 631–646. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n7p631>
- Kheerajit, C., & Flor, A. G. (2013). Participatory Development Communication for Natural Resources Management in Ratchaburi Province, Thailand. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 103, 703–709. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.390>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik praktis riset komunikasi*. Kencana. <https://www.pranadamedia.com>
- Millanga, A. K. (2014). Mobile phones and participatory communication for poverty eradication on public service broadcasting: The case of Tanzania Broadcasting Corporation (TBC). *Mobile Media and Communication*, 2(3), 281–297. <https://doi.org/10.1177/2050157914533695>
- Msibi, F., & Penzhorn, C. (2010). Participatory communication for local government in South Africa: A study of the Kungwini Local Municipality. *Information Development*, 26(3). <https://doi.org/10.1177/0266666910376216>
- Ningsih, I. N. D. K., & Rizki, M. (2020). *Participatory Communication of "Kampoeng Mataraman Jogja" Tourism Village*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200325.018>
- Muhammad, N. J., Sarwoprasodjo, S., Hubeis, M., & Sugihen, B. G. (2017). Tingkat keberdayaan kelompok tani pada pengelolaan usahatani padi di Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Tengah. *Jurnal Penyuluhan*, 13(2), 166–180.
- Nuraini, I., Kodrat, D., & Rizki, M. (2020). Participatory Communication o f “ Kampoeng Mataraman Jogja ” Tourism Village. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 423(Imc 2019), 200–218.
- Nurcandrani, P. S., & Andhriany, S. (2020). Communication Strategy for Breastfeeding Mothers in Stunting Prevention in Banyumas. *Komunikator*, 12(2). <https://doi.org/10.18196/jkm.122044>
- Patil, D. A. (2019). Participatory Communication Approach for RD: Evidence from Two Grassroots CR Stations in Rural India. *Asia-Pacific Journal of Rural Development*, 29(1), 98–110. <https://doi.org/10.1177/1018529119860623>
- Perbowasari, S. (2019). Halal tourism communication formation model in West Java, Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 25(2).
- Pemerintah Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan*. Pemerintah Republik Indonesia.
- Rakhmadani, R. (2021). Komunikasi pembangunan partisipatif dalam pengembangan desa wisata Sajen Edu Adventure melalui pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 25(1), 33–44. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v25i1.159>
- Rosyidi, M. I., Purwantini, A. H., Muliawanti, L., Purnomo, B. C., & Widyanto, A. (2021). Communication participation in community empowerment for energy independent tourism villages in the pandemic era. *E3S Web of Conferences*, 232(79), 1–7. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123201036>
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Tamu WNA dan WNI*. Badan Pusat Statistik.
- Sulaiman, A. I., & Ahmadi, D. (2020). Empowerment communication in an islamic boarding school as a medium of harmonization. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(4), 323–338. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2020-3604-20>
- Susanti, D., Magelang, U. M., Dwihantoro, P., Magelang, U. M., Sukmasetya, P., & Magelang, U. M. (2020). Participatory Communication in the Development of Rural Tourism (Case Study : Temanggung Papringan Market). *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Volume 459 Proceedings of the 2nd Jogjakarta Communication Conference (JCC 2020)*, 459(Jcc), 86–88.
- Wang, Y., & Han, W. (2022). The influence of destination promotion videos on residents' sense of

empowerment and support for tourism. *SAGE Open*, 12(3).
<https://doi.org/10.1177/21582440221106730>

Yasir. (2021). Komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1), 108–120.