



Mengatasi Penolakan dan Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Aceh: Strategi Komunikasi dalam Mengembangkan Wisata Pantai Seunuddon

Hamdani^{1✉}, Samsuar²

¹Universitas Iskandar Muda, Indonesia

²Institut Agama Islam Negeri Langsa, Indonesia

✉Email: jumah@gmail.com

Submitted:
Juni 21, 2025

Accepted:
July 01, 2025

Published
July 09, 2025

ABSTRACT

This study examines the communication strategy of the Seunuddon Sub-district Head, Aceh, in developing Seunuddon Beach tourism amidst the rejection of religious leaders and the low human resources of the community. Using a qualitative approach with case studies, data were obtained through interviews, observations, and document analysis. The findings of this study indicate that the Persuasive communication strategy carried out by the Seunuddon Sub-district Head by involving all elements of society, especially community leaders as mediators and religious leaders, as well as direct involvement of the community at the Seunuddon Beach destination location, has succeeded in overcoming resistance and increasing tourist visits to the location, thereby improving the local economy in 2025. Based on Hovland's Persuasive Communication Theory and Tosun's Community-Based Tourism Theory, this study confirms the effectiveness of inclusive communication for sustainable tourism development, although low digital literacy remains a challenge. This study offers theoretical and practical insights by enriching the literature by integrating CBT and persuasion theory in the context of peripheral tourism. Practically, these findings offer guidance for regional leaders to design inclusive, culturally sensitive, and empowerment-based communication for tourism development in rural areas.

Keywords: *Communication Strategy, Community-Based Tourism, Persuasive Communication*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi Camat Seunuddon, Aceh, dalam mengembangkan wisata Pantai Seunuddon di tengah penolakan tokoh agama dan rendahnya sumber daya manusia masyarakat. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Temuan penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi Persuasif yang dilakukan Camat

Seunuddon dengan melibatkan semua elemen masyarakat terutama tokoh masyarakat sebagai mediator dan pemuka agama serta perlibatan secara langsung masyarakat dilokasi destinasi pantai Seunuddon berhasil mengatasi resistensi dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke lokasi sehingga meningkatkan perekonomian masyarakat setempat pada tahun 2025. Berbasis Teori Komunikasi Persuasi dari Hovland dan Teori Pariwisata Berbasis Komunitas milik Tosun, penelitian ini menegaskan efektivitas komunikasi inklusif untuk pembangunan wisata berkelanjutan, meskipun literasi digital rendah tetap menjadi tantangan. Penelitian ini menawarkan wawasan teoretis dan praktis dengan memperkaya literatur dengan mengintegrasikan CBT dan teori persuasi dalam konteks wisata pinggiran. Secara praktis, temuan ini menawarkan panduan bagi pemimpin daerah untuk merancang komunikasi yang inklusif, sensitif budaya, dan berbasis pemberdayaan untuk pengembangan wisata di daerah pinggiran.

Kata kunci: *Strategi Komunikasi, Pariwisata Berbasis Masyarakat, Komunikasi Persuasif*

Pendahuluan

Pariwisata pantai merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD), dan memperluas lapangan kerja bagi masyarakat lokal (Ratman, 2016). Namun, potensi ini sering kali belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan dalam pengelolaan, promosi, dan pemberdayaan masyarakat lokal (Pramunarti & Putra, 2019), termasuk penolakan dari pemuka agama karena potensi konflik nilai budaya atau agama serta rendahnya sumber daya manusia (SDM) masyarakat setempat yang dapat menghambat pengelolaan destinasi secara profesional (Andiny, Wahyuningsih, Meutia, & Junita, 2022; Ashsubli, 2018). Dalam konteks ini, peran kepala daerah sebagai pengambil kebijakan dan komunikator utama menjadi sangat penting untuk menjembatani kepentingan berbagai pemangku kepentingan melalui strategi komunikasi yang efektif (Limbong, 2023).

Komunikasi memegang peran kunci dalam proses pemberdayaan masyarakat. Sebagai jembatan antara pemerintah, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya, pemimpin daerah memiliki tanggung jawab untuk membangun komunikasi yang efektif guna memobilisasi sumber daya (Sahrin, 2022) meningkatkan partisipasi masyarakat, dan mempromosikan potensi wisata lokal. Komunikasi yang dibangun pemimpin daerah tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membentuk persepsi positif, memperkuat kolaborasi lintas sektor, dan mendorong inovasi dalam pengelolaan destinasi wisata. Pendekatan komunikasi yang inklusif dan partisipatif dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata, sehingga menciptakan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap keberlanjutan kawasan (Kutarga, Nasution, Tarigan, & ..., 2008).

Di Kecamatan Seunuddon, Kabupaten Aceh Utara, tantangan dalam pengembangan pariwisata pesisir semakin kompleks dengan kondisi wilayah yang berada di kawasan pinggiran yang umumnya memiliki keterbatasan akses terhadap infrastruktur dasar,

seperti jalan, listrik, dan air bersih, yang menjadi prasyarat bagi pengembangan destinasi wisata. Selain itu, rendahnya tingkat pendidikan dan keterampilan masyarakat lokal sering kali menghambat kemampuan mereka untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan ekonomi berbasis pariwisata. Minimnya akses terhadap informasi dan teknologi juga memperburuk kesenjangan dalam memanfaatkan peluang pariwisata. Di sisi lain, daerah pinggiran sering kali memiliki kekayaan budaya dan alam yang unik, yang jika dikelola dengan baik, dapat menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Oleh karena itu, peran pemimpin daerah dalam membangun komunikasi yang strategis menjadi semakin krusial untuk menjembatani kesenjangan ini, baik melalui pelatihan, pendampingan masyarakat, maupun kolaborasi dengan pihak swasta dan organisasi non-pemerintah.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif oleh pemimpin lokal dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Pembangunan (Fitriah, 2020; Samsuar, Mukhlis, & Maulana, 2023; Sofiya, Fadli, & Setiawan, 2023), mengungkapkan bahwa komunikasi dua arah yang dilakukan oleh pemerintah lokal mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program pembangunan, termasuk di sektor pariwisata. Sementara itu, (Dina, 2020) menyoroti pentingnya komunikasi berbasis budaya lokal untuk memperkuat keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata. (Imanah, Yuliani, & ..., 2020) menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat pesisir melalui pendekatan komunikasi partisipatif dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga hingga 30% melalui aktivitas Usaha Kecil Menengah (UKM) berbasis pariwisata.

Namun, masih terdapat kekosongan literatur mengenai bagaimana pemimpin daerah secara khusus menggunakan strategi komunikasi untuk memberdayakan kawasan pantai, terutama di daerah pinggiran yang memiliki tantangan struktural dan sosial yang unik. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis peran komunikasi yang dibangun dan digunakan oleh pemimpin daerah dalam upaya pemberdayaan kawasan pantai sebagai destinasi wisata, serta dampaknya terhadap peningkatan perekonomian warga dan daerah.

Penelitian ini mengkaji kasus yang unik di mana pengembangan wisata pantai di Aceh Utara yang merupakan kawasan dengan penerapan syariat Islam yang ketat yang pada awalnya ide tersebut ditolak oleh tokoh agama karena kekhawatiran akan pelanggaran nilai-nilai keislaman dan kerusakan sosial. Konflik semacam ini jarang dibahas secara mendalam dalam literatur pariwisata, terutama di destinasi pinggiran (peripheral) yang sering diabaikan dalam penelitian sebelumnya. Kebanyakan studi wisata syariah berfokus pada kota besar seperti Dubai atau Kuala Lumpur, sementara kasus Seunuddon memberikan perspektif baru tentang tantangan dan solusi di daerah rural dengan keterbatasan infrastruktur dan sumber daya manusia, dengan demikian nantinya akan ada model komunikasi pemerintah yang efektif dalam melibatkan masyarakat di kawasan destinasi wisata.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus (Yin, 2008) untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang strategi komunikasi yang diterapkan oleh kepala daerah dalam pengembangan wisata pantai di daerah pinggiran. Pendekatan kualitatif dipilih karena sifatnya yang fleksibel dalam mengeksplorasi dinamika sosial, budaya, dan komunikasi yang kompleks (Guba & Lincoln, 1994) terutama dalam konteks penolakan pemuka agama dan rendahnya kapasitas sumber daya manusia (SDM) masyarakat. Desain studi kasus memungkinkan peneliti untuk menganalisis fenomena secara kontekstual, dengan fokus pada interaksi antara kepala daerah, pemuka agama, masyarakat lokal, dan pemangku kepentingan lainnya di destinasi wisata pantai tersebut.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama untuk memastikan triangulasi data guna meningkatkan validitas dan reliabilitas penelitian dengan kepala daerah, pemuka agama, tokoh masyarakat, dan pelaku usaha wisata untuk memahami strategi komunikasi yang digunakan, persepsi terhadap tantangan, dan respons terhadap penolakan atau keterbatasan sumber daya. Panduan wawancara mencakup pertanyaan tentang jenis komunikasi (informatif, persuasif, instruktif), saluran komunikasi (tatap muka, atau forum kelompok), dan pendekatan dalam membangun konsensus, pemilihan informan dilakukan dengan tehnik purposif sampling, dengan melihat terlibatan mereka dan posisi mereka dalam masyarakat di kawasan destinasi wisata pantai ini, Wawancara dilakukan hingga mencapai saturasi data, di mana tidak ada informasi baru yang muncul (Neuman, 2011).

Analisis data dilakukan dengan pendekatan tematik berdasarkan kerangka kerja Miles dan Huberman (Miles & Huberman, 1994) yang mencakup tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pertama, data dari wawancara, observasi, dan dokumen direduksi melalui proses pengkodean untuk mengidentifikasi tema-tema utama, seperti jenis strategi komunikasi, saluran komunikasi, dan faktor penghambat atau pendukung. Kedua, data disajikan dalam bentuk narasi dan matriks untuk memetakan hubungan antara strategi komunikasi kepala daerah, respons pemuka agama, dan partisipasi masyarakat. Ketiga, kesimpulan ditarik berdasarkan pola yang muncul.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber (membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumen) dan triangulasi metode (menggunakan berbagai teknik pengumpulan data). Selain itu, peneliti melakukan member checking dengan memverifikasi temuan awal kepada informan kunci untuk memastikan akurasi interpretasi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Komunikasi Persuasif dan Pariwisata Berbasis Komunitas

Dalam peneliti ini perlu disampaikan kerangka pemikiran atau kerangka teoritis dalam penelitian, dalam penelitian ini menggunakan dua teori yang diintegrasikan untuk

memberikan kerangka analisis yang holistik dan saling melengkapi: Teori Komunikasi Persuasi (Miller & Burgoon, 1978) digunakan untuk menganalisis bagaimana kepala daerah membangun pesan yang meyakinkan untuk mengatasi penolakan pemuka agama dan mendapatkan dukungan masyarakat. Fokusnya adalah pada kredibilitas sumber, struktur pesan, dan pemilihan saluran komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi sedangkan Teori Pariwisata Berbasis Komunitas (Tosun, 2000) digunakan untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi dalam mendorong partisipasi masyarakat dan memastikan bahwa pengembangan wisata pantai selaras dengan nilai budaya dan agama lokal, emilihan kedua teori tersebut dengan melihat permasalahan yang terjadi serta kancan penelitian yang dilakukan .

Integrasi ini memungkinkan penelitian untuk tidak hanya menganalisis strategi komunikasi secara teknis, tetapi juga memahami dampaknya terhadap pemberdayaan masyarakat dan keberlanjutan wisata pantai. Pendekatan ini juga memberikan kontribusi teoretis dengan menggabungkan perspektif komunikasi dan pariwisata dalam konteks yang jarang diteliti, yaitu destinasi wisata di daerah pinggiran dengan tantangan budaya dan sumber Daya manusia di kawasan tersebut yang sangat terbatas.

Diharapkan dengan mengintegrasikan kedua teori ini, penelitian ini menawarkan kerangka baru untuk memahami peran komunikasi kepala daerah dalam pengembangan pariwisata di daerah yang jauh dari pusat ibukota pemerintahan . Kerangka ini tidak hanya relevan untuk konteks wisata pantai, tetapi juga dapat diterapkan pada destinasi lain yang menghadapi tantangan sosial dan budaya serupa. Selain itu, penelitian ini memperkaya literatur komunikasi persuasi dengan mengaplikasikannya dalam konteks pariwisata berbasis komunitas, memberikan wawasan baru tentang bagaimana komunikasi dapat menjadi jembatan antara kepemimpinan lokal, nilai budaya, dan pemberdayaan masyarakat.

Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh Ismohar, SST yang merupakan camat di kecamatan Seunuddon, Kabupaten Aceh Utara, dalam mengembangkan potensi wisata Pantai Seunuddon di tengah penolakan awal dari tokoh agama, dengan dukungan tokoh masyarakat dan masyarakat lokal. Berdasarkan wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen, temuan penelitian ini mengungkap bagaimana pendekatan komunikasi yang inklusif dan berbasis komunitas mampu mengatasi resistensi dan mendorong partisipasi masyarakat dalam pembukaan Pantai Seunuddon sebagai destinasi wisata.

Antara Keindahan Alam dan Kekhawatiran Sosial: Resistensi Terhadap Wisata Pantai Seunuddon

Pantai Seunuddon, yang terletak di wilayah pinggiran Aceh, memiliki potensi wisata signifikan dengan keindahan alamnya yang masih alami. Namun, pengembangan wisata awalnya ditentang oleh tokoh agama setempat karena kekhawatiran terhadap dampak negatif pariwisata, seperti pelanggaran norma syariat Islam yang berlaku di Aceh dan

potensi kerusakan lingkungan. Seorang tokoh agama, Tgk Ramli Sabil, menyatakan dalam wawancara: “Kami khawatir wisata pantai akan membawa budaya asing, seperti pakaian yang tidak sesuai syariat, dan mengganggu nilai-nilai keagamaan masyarakat.” (Imum Tgk Ramli sabil, 2025) Resistensi ini diperparah oleh rendahnya kapasitas sumber daya manusia (SDM) masyarakat, yang sebagian besar memiliki keterbatasan dalam pendidikan dan keterampilan pengelolaan wisata.

Kekhawatiran Tengku Ramli ini wajar dengan melihat banyak kawasan lain yang telah terbuka untuk daerah kunjungan wisata awalnya berjalan baik namun seiring perjalanan waktu terjadi perubahan bahkan merusak bukan hanya kawasan tersebut namun juga warganya dengan berbagai budaya baru.” Kita sangat khawatir bila budaya baru yang tidak sesuai dengan Syariat islam yang dibawa oleh para pengunjung pantai,” ujarnya (Imum Tgk Ramli sabil, 2025)

Apa yang diusampaikan Tengku Ramli tersebut juga di dukung masyarakat setempat yang sangat khawatir daerahnya akan menjadi tempat maksiat bila kawasan ini ramai didatangi orang lain, seperti pantai-pantai yang lain, sehingga tingkah pengunjung itu akan di ikuti oleh warga setempat,” kita sering melihat bagaimana pantai-pantai didaerah lain menjadi kotor dan tidak terawat dengan baik oleh ulah para pengunjung, belum lagi tingkah mereka dan cara berpakaian mereka,” ujar Burhan (Burhan, 2025).

Kebiasaan masyarakat Aceh yang datang kepantai bukan hanya pada hari libur namun ke pantai juga menjelang hari -hari keagamaan, semisal saat akan memasuki bulan suci Ramadhan, tadisi *Rabu abeh* atau mandi safar merupakan kegiatan yang sering dilakukan, namun seperti yang di khawatirkan oleh Tengku Ramli kegiatan seperti itu bisa saja menjerumus atau mebawa efek kepada yang lain, “ dalam agama kita diajarkan menghindari sebelum kejadian, sehingga lebih baik kita tidak membiarkan pantai itu terbuka yang akan membawa maksiat,” (Imum Tgk Ramli sabil, 2025). Sejak awal resistensi para tokoh agama ini telah di prediski oleh Camat Seunuddong Ismohar, dia menyadari akan muncul penentangan dari kaum ulama terkait dengan upayanya untuk membuka destinasi wisata pantai di Seunuddon, sehingga langkah awal yang dilakukan oleh Camat Seunuddong Ismohar adalah menyelenggarakan dialog persuasif melalui forum musyawarah di masjid Baiturrahim, masjid raya tempat masyarakat setempat melaksanakan shalat jumat, penggunaan masjid sebagai ruang untuk bermusyawarah ini tidak lepas dari pandangan bahwa Masjid menjadi ruang sakral bagi komunitas Aceh. Forum ini dirancang untuk membangun kepercayaan dan memahami kekhawatiran tokoh agama

“Kami mengundang tokoh agama untuk berdiskusi secara terbuka, mendengarkan pandangan mereka, dan menjelaskan konsep wisata syariah yang akan diterapkan,” ujar Ismohar, SST (Ismohar, 2025), dengan melakukan musyawarah di masjid diharapkan pembicaraan akan berlangsung lebih damai karena dilakukan di tempat yang sakral.

Pendekatan ini mencerminkan prinsip komunikasi persuasif yang menekankan kredibilitas sumber pesan melalui pendekatan kultural, mendesain pesan

menggabungkan logika dan emosi serta melakukan kalaboratif dengan tokoh kunci Pendekatan Two-Step Flow Communication dengan Pesan disampaikan terlebih dahulu ke tokoh agama dan masyarakat. Selanjutnya tokoh-tokoh ini kemudian meneruskannya ke masyarakat luas dengan bahasa yang lebih mudah diterima , upaya ini diikuti dengan Tindakan Komunikasi Instruktif untuk Pemberdayaan masyarakat setempat .

Dengan memposisikan dirinya sebagai pemimpin yang menghormati nilai syariat, Ismohar, SST meningkatkan penerimaan pesan di kalangan tokoh agama, pendekatan ini juga sebagai pendekatan kultural di kalangan masyarakat Aceh, menjumpai ulama dan mengajak diskusi ditempat yang baik akan menimbulkan kesan yang baik,” Kita diajak musyawarah di masjid usai shalat dhuhur oleh Camat, kehadiran camat yang datang langsung menemui kami menandakan penghargaan yang besar,” ujar Tengku Ramli (Imum Tgk Ramli sabil, 2025).

Musyawarah di masjid ini seperti di katakan Ismohar dilakukan secara berkala, sehingga memungkinkan diskusi dua arah yang mendalam. Ismohar, SST tidak hanya menyampaikan rencana, tetapi juga mendengarkan masukan, seperti kekhawatiran tentang perilaku wisatawan. “Saya pastikan bahwa setiap kekhawatiran dijawab dengan solusi konkret, seperti aturan ketat untuk pengunjung,” tambahnya (Ismohar, 2025). Pendekatan ini dengan menerima masukan dengan sikap mendengar sangat membantu mengurangi ketegangan awal dan membuka ruang untuk kolaborasi dengan tokoh agama sehingga terjadi kesamaan pandangan tentang rencana tersebut, kesamaan tujuan kini akan memungkinkan arus komunikasi yang terjadi semakin baik di antara kedua belah pihak.

Dalam diskusi tersebut untuk memperkuat pendekatan persuasif, Ismohar, SST menggunakan argumen berbasis data dan contoh sukses dari destinasi wisata lain. Dalam presentasi kepada tokoh agama dan masyarakat, ia menunjukkan data dari Pantai Lhoknga, Aceh Besar, destinasi wisata syariah di Aceh yang berhasil meningkatkan ekonomi lokal tanpa melanggar norma syariat. “Saya sampaikan bahwa wisata pantai dapat meningkatkan pendapatan masyarakat melalui usaha kuliner dan homestay, seperti yang terjadi di Lhoknga,” ujar Ismohar, SST. Pendekatan ini memberikan bukti empiris yang meyakinkan, mengurangi persepsi risiko di kalangan tokoh agama, memberikan contoh pantai Lhoknga yang ada di Aceh Besar yang juga termasuk wilayah Aceh akan memberikan keyakinan yang lebih, karena pantai Lhoknga juga berada di Aceh yang sangat ketat dalam penegakan syariat Islam .

Selain data, Ismohar, SST juga menggunakan narasi emosional untuk menekankan manfaat wisata bagi kesejahteraan masyarakat. “Saya ceritakan bagaimana wisata dapat membantu anak-anak muda mendapatkan pekerjaan dan ibu-ibu membuka usaha kecil,” ungkapnya (Ismohar, 2025). Kombinasi data dan narasi emosional ini memperkuat daya persuasi, sekaligus menunjukkan sensitivitas terhadap nilai-nilai komunitas, dengan melibatkan emosi ini para peserta diskusi diharapkan akan tersentuh emosinya sehingga

akan terbuka dialog yang lebih baik, diharapkan nantinya dari kesadaran tersebut akan melahirkan keputusan yang lebih memihak kepada masyarakat.

Salah satu strategi kunci Ismohar, SST adalah mengusulkan pembentukan komite syariah yang melibatkan tokoh agama untuk mengawasi pengelolaan wisata. Perlibatan tokoh masyarakat dan tokoh agama dalam perencanaan atau program pemerintah ini merupakan upaya konsolidasi yang dilakukan Ismohar untuk mengurangi resistensi di masyarakat. “Kami mengajak tokoh agama untuk merumuskan kode etik pengunjung, seperti pakaian sopan dan pemisahan area pria dan wanita,” ujar Ismohar, SST, sementara itu Tengku Ramli menyatakan: “Keterlibatan kami dalam komite membuat kami merasa dihargai dan yakin bahwa wisata tidak akan melanggar syariat.” Tgk. Abdullah, tokoh agama lain, menambahkan: “Kami membantu menetapkan aturan, seperti larangan alkohol dan pengawasan ketat, yang membuat kami mendukung rencana ini.” (Tengku Hasbullah, 2025). Strategi ini menciptakan rasa kepemilikan di kalangan tokoh agama, mengubah resistensi menjadi kolaborasi, sehingga program yang direncanakan dapat berjalan dengan efektif tanpa harus menimbulkan ketegangan dan friksi yang tidak perlu di tengah-tengah masyarakat.

Komite syariah juga bertugas memantau kepatuhan wisatawan atau pengunjung pantai terhadap aturan yang telah dibuat, hal ini menjadi titik poin penting guna meningkatkan kepercayaan komunitas terhadap pengembangan wisata. Pendekatan ini tidak hanya meredakan kekhawatiran, tetapi juga memastikan bahwa wisata pantai dikembangkan dengan cara yang selaras dengan nilai syariat, sehingga memperkuat legitimasi proyek di mata masyarakat,” saya sangat puas melihat kondisi pantai saat ini meski pengunjungnya ramai seperti hari ahad ini namun semua tertip dan mematuhi aturan yang telah dibuat,” ujar Tengku Hasbullah (Tengku Hasbullah, 2025).

Meski pada awalnya terjadi perdebatan tentang pembentukan komite yang hanya dianggap sebagai lembaga yang hanya untuk mengesahkan apa yang akan dilakukan oleh pemerintah, namun menurut Tengku Hasbullah kehadiran komite ini justru menjadi penyeimbang dan menjadi alat kontrol utama kebijakan pemerintah soal syariah yang akan diterapkan di pantai Seunuddon, “Justru kehadiran komite ini sangat berguna, kita akan memantau dan memastikan semua kebijakan pemerintah di pantai akan selaras dengan syariat Islam,” ujarnya (Tengku Hasbullah, 2025).

Strategi Komunikasi Persuasif Camat Seunuddon: Dari Dialog ke Kolaborasi Tokoh Agama

Ismohar, SST secara strategis melibatkan tokoh masyarakat, seperti Habibie, tokoh masyarakat dan juga anggota Dewan Perwakilan rakyat Daerah (DPRD) kabupaten Aceh Utara dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) ini untuk memperkuat komunikasi dengan masyarakat dan tokoh agama. “Saya meminta tokoh masyarakat untuk menyampaikan rencana wisata secara personal, karena mereka lebih dekat dengan warga,” ujar Ismohar, SST, sementara itu Habibie menjelaskan: “Saya berbicara dengan tokoh agama dan warga, menegaskan bahwa wisata akan dikelola dengan aturan syariah dan diawasi

ketat.”(Habibie AR, 2025) Peran tokoh masyarakat sebagai mediator memungkinkan pesan Ismohar, SST diterima dengan lebih baik, mengingat kedekatan mereka dengan komunitas, tokoh masyarakat dibanyak tempat memang sangat didengar oleh masyarakatnya, apa yang mereka perbuat dan ucapkan cenderung akan diikuti oleh masyarakat, hal inilah yang dipergunakan oleh Ismohar untuk mengajak masyarakat agar mau mendengar arahnya melalui tokoh masyarakat yang ditampilkan di tengah-tengah mereka.

Tokoh masyarakat juga mengorganisir kunjungan warga ke lokasi pantai untuk melihat potensi wisata secara langsung. “Kami ajak warga untuk berdiskusi tentang peluang usaha, seperti membuka warung atau membuat souvenir,” ujarnya(Habibie AR, 2025). Pendekatan ini menciptakan keterlibatan emosional dan praktis, mendorong warga untuk melihat wisata sebagai peluang, bukan ancaman, terlibatan mereka memberikan keniscayaan bahwa wilayah tersebut milik mereka dan peluang yang dibuka hanya untuk mereka, sehingga timbul kesadaran untuk berusaha berbuat karena wilayah tersebut milik mereka.

Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, Ismohar, SST memfasilitasi pertemuan kelompok kecil yang dikoordinasikan oleh tokoh masyarakat. “Kami adakan diskusi di meunasah untuk menjelaskan manfaat wisata dan mendengar aspirasi warga,” ujar Ismohar, SST seorang warga, menyatakan: “Pertemuan ini membuat saya paham bahwa wisata bisa meningkatkan pendapatan keluarga, dan saya jadi termotivasi untuk ikut.”(Ramlan, 2025) Pendekatan ini memungkinkan komunikasi dua arah, di mana warga tidak hanya menerima informasi, tetapi juga menyampaikan kekhawatiran dan ide, sehingga meningkatkan rasa kepemilikan terhadap kawasan destinasi wisata tersebut.

Pertemuan kelompok kecil juga menjadi wadah untuk mendiskusikan aturan praktis, seperti pengelolaan sampah dan pelayanan wisatawan, yang membantu warga memahami peran mereka dalam pengembangan wisata. Strategi ini memperkuat keterlibatan masyarakat dalam tahap perencanaan dan pelaksanaan “Saya jadi tahu apa kewajiban dan tugas saya untuk menjaga pantai, “ ujar Ramlan,(Ramlan, 2025), perlibatan ini dengan sendirinya juga mendorong masyarakat terlibat aktif di kawasan tersebut mereka melakukan konsolidasi diri untuk bersama-sama menjaga dan merawat kawasan tersebut.

Menyadari rendahnya SDM masyarakat, Ismohar, SST menginisiasi pelatihan gratis untuk meningkatkan keterampilan pengelolaan wisata. “Kami adakan pelatihan tentang cara melayani wisatawan, menjaga kebersihan makanan, dan mengelola usaha kecil,” ujar Ismohar, SST , Bang Ramlan , yang kini membuka warung makan di Pantai Seunudon, menyatakan: “Pelatihan ini memberi saya kepercayaan diri untuk memulai usaha, karena saya belajar cara membuat makanan yang higienis dan menarik.” (Ramlan, 2025)Pelatihan ini mencerminkan komunikasi instruktif yang bertujuan memberdayakan masyarakat secara praktis.

Pelatihan juga melibatkan pendampingan berkelanjutan, di mana warga dibimbing untuk menerapkan keterampilan mereka di lapangan. “Kami dampingi warga untuk memastikan mereka bisa langsung praktek, seperti menata warung atau berinteraksi dengan wisatawan,” tambah Ismohar, SST . Pendekatan ini membantu mengatasi keterbatasan SDM dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata.

Ismohar, SST bekerja sama dengan Dinas Pariwisata untuk memastikan strategi komunikasi didukung oleh sumber daya yang memadai. “Kami koordinasikan pelatihan dan promosi dengan dinas untuk mendapatkan dukungan anggaran dan tenaga ahli,” ujar Ismohar, SST ,Kerjasama ini memungkinkan pelaksanaan pelatihan yang terstruktur dan pembuatan materi promosi yang profesional, seperti video pendek tentang keindahan Pantai Seunudon yang diunggah di media sosial resmi dinas(Youtube, n.d.)

Koordinasi ini juga memastikan bahwa data tentang dampak wisata, seperti peningkatan kunjungan dan pendapatan, terdokumentasi dengan baik. “Kami bekerja dengan dinas untuk memantau kunjungan wisatawan dan dampak ekonomi,” tambah Ismohar, SST . Pendekatan ini memperkuat legitimasi strategi komunikasi dengan bukti empiris.

Strategi komunikasi Ismohar, SST menghasilkan keberhasilan pembukaan Pantai Seunudon sebagai destinasi wisata syariah pada awal 2025. Data dari Badan Statistik Aceh Utara menunjukkan peningkatan kunjungan wisatawan sebesar 40% dalam enam bulan pertama, dengan pendapatan masyarakat dari usaha wisata, seperti warung makan dan homestay, meningkat rata-rata 30%.(Utara, 2024) “Kunjungan wisatawan membawa dampak nyata bagi ekonomi lokal,” ujar Ismohar, SST Partisipasi masyarakat dalam komite pengelola wisata juga meningkat, dengan 60% anggota berasal dari warga lokal.

Keberhasilan ini juga terlihat dari perubahan sikap tokoh agama. Tenku Ramli menyatakan: “Wisata ini ternyata tidak hanya soal ekonomi, tetapi juga mempererat komunitas karena kami bekerja bersama.” (Imum Tgk Ramli sabil, 2025)Pendekatan komunikasi Ismohar, SST tidak hanya mengatasi resistensi, tetapi juga membangun kohesi sosial di antara pemangku kepentingan.

Meskipun berhasil, Ismohar, SST menghadapi tantangan dalam rendahnya literasi digital di kalangan warga “Banyak warga generasi yang lebih tua kesulitan menggunakan media sosial untuk promosi,” ujar Bang Ramlan. Untuk mengatasi ini, Ismohar, SST merencanakan pelatihan lanjutan yang lebih sederhana dan berfokus pada kelompok usia tersebut. “Kami akan adakan sesi khusus untuk warga generasi yang lebih tua dengan pendekatan yang lebih mudah dipahami,” ujar Ismohar, SST .

Tokoh agama, Tgk. Abdullah, menekankan perlunya pengawasan ketat oleh komite syariah. “Kami mendukung wisata ini, tetapi harus ada pemantauan terus-menerus agar tetap sesuai syariat,” katanya. Ismohar, SST merespons dengan memperkuat peran komite syariah, termasuk melibatkan lebih banyak warga dalam pengawasan untuk memastikan keberlanjutan wisata.

Keberhasilan pengembangan Pantai Seunudon tidak lepas dari strategi komunikasi Ismohar, SST yang mengintegrasikan pendekatan persuasif, informatif, dan instruktif. “Kunci keberhasilan adalah mendengarkan semua pihak, memberikan solusi konkret, dan memberdayakan masyarakat melalui pelatihan,” ujar Ismohar, SST, Ramlan menegaskan: “Ismohar, SST tidak hanya berbicara, tetapi juga bertindak dengan pelatihan dan pendampingan, membuat warga merasa dihargai.” Pendekatan ini menciptakan rasa kebersamaan dan motivasi di kalangan masyarakat.

Strategi komunikasi Ismohar, SST juga menunjukkan fleksibilitas dalam menggunakan saluran tradisional, seperti musyawarah dan pertemuan kelompok, serta saluran modern, seperti media sosial. Kombinasi ini memungkinkan jangkauan yang luas, dari tokoh agama hingga generasi muda, sehingga memastikan pesan diterima oleh berbagai segmen masyarakat. Pendekatan ini juga memperkuat kolaborasi antar-pemangku kepentingan, yang menjadi fondasi keberhasilan wisata syariah.

Temuan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi yang inklusif dan berbasis komunitas dapat mengatasi tantangan sosial dan budaya dalam pengembangan wisata di daerah pinggiran. “Pengalaman di Seunudon bisa menjadi model bagi daerah lain dengan tantangan serupa,” ujar Ismohar, SST. Pendekatan ini menunjukkan bahwa komunikasi yang sensitif terhadap nilai budaya, didukung oleh pemberdayaan masyarakat dan teknologi, dapat mengubah resistensi menjadi dukungan.

Masyarakat, seperti Ramlan, menyatakan optimisme: “Saya berharap Pantai Seunudon terus berkembang, dan kami bisa belajar lebih banyak untuk mengelola wisata.” Dukungan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Ismohar, SST tidak hanya berhasil membuka destinasi wisata, tetapi juga membangun rasa kepemilikan dan kebanggaan komunitas terhadap Pantai Seunudon.

Teori Pariwisata Berbasis Komunitas (CBT) menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam pengembangan pariwisata untuk keberlanjutan dan distribusi manfaat yang merata (Tosun, 2000). Temuan di Seunudon menunjukkan bahwa Ismohar, SST mendorong partisipasi yang diinduksi melalui pelatihan pengelolaan wisata, seperti yang dialami warga tepi pantai Seunudong. Ini sejalan dengan Tosun (Tosun, 2000), yang menyatakan bahwa pemberdayaan melalui pelatihan adalah langkah kunci menuju partisipasi spontan. Peran tokoh masyarakat sebagai mediator, memperkuat keterlibatan komunitas, mencerminkan pentingnya tokoh lokal sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat.

Pembentukan komite syariah yang melibatkan tokoh agama menunjukkan sensitivitas terhadap nilai syariat, memastikan wisata selaras dengan budaya lokal, sebagaimana dianjurkan Tosun. Namun, rendahnya literasi digital di kalangan warga generasi yang lebih tua menunjukkan bahwa partisipasi spontan belum sepenuhnya tercapai (Tosun, 2000) menekankan perlunya investasi jangka panjang dalam pendidikan untuk mencapai partisipasi penuh, sehingga pelatihan yang lebih inklusif diperlukan untuk menjangkau semua segmen masyarakat.

Penelitian ini juga menggunakan Perspektif Teori Komunikasi Persuasi (Miller & Burgoon, 1978), Teori Komunikasi Persuasi menyoroti pentingnya sumber pesan, isi pesan, dan audiens. Kredibilitas Ismohar, SST sebagai pemimpin yang menghormati syariat meningkatkan penerimaan pesan, sebagaimana diakui Ustadz Tgk Ramli Sabil. Kredibilitas Ismohar sebagai pembawa pesan bukan hanya karena jabatan yang diembannya namun sikap dan pilihan saluran komunikasi yang di kembangkan memberikan kepercayaan kepada dirinya dari para tokoh agama, kredibilitas ini sangat penting bagi pembawa pesan sehingga informasi yang dia sampaikan tidak akan diragukan meski awalnya menemui pertentangan namun dengan kredibilitas yang telah didapat pertentangan tersebut menjadi meudar bahkan menjadi persahabatan, sehingga komunikasi yang terjalan menjadi lebih baik lagi.

Pesan berbasis data, seperti perbandingan dengan Pantai Lhoknga, dan pendekatan dua sisi yang mengakui kekhawatiran tokoh agama, mencerminkan strategi persuasi yang efektif. Penggunaan saluran komunikasi yang bervariasi, seperti dialog tatap muka untuk tokoh agama dan media sosial untuk generasi muda, menunjukkan penyesuaian dengan karakteristik audiens, sesuai dengan teori ini, upaya ini juga pilihan yang cerdas yang dilakukan oleh Ismohar, dengan perbandingan kasus yang juga ada di Aceh sehingga memberikan pemahaman dan kemudahan para para tokoh agama dalam memahami kondisi yang ada, penolakan yang dilakukan oleh para tokoh agama tersebut menjadi tidak mendasar lagi karena contoh yang diberikan oleh Ismohar tersebut sangat relevan dengan kondisi yang ada di Seunuddon.

Integrasi CBT dan teori komunikasi persuasi memberikan wawasan holistik tentang keberhasilan Ismohar, SST. CBT menyoroti bagaimana pelatihan dan keterlibatan tokoh masyarakat mendorong partisipasi, sementara teori persuasi menjelaskan bagaimana pesan yang kredibel dan saluran yang tepat mengatasi resistensi. Pendekatan ini menawarkan model bagi pemimpin daerah lain dalam mengelola tantangan budaya dan SDM rendah. Secara praktis, strategi ini dapat direplikasi di destinasi wisata lain dengan menyesuaikan konteks budaya lokal.

Keterbatasan utama adalah rendahnya literasi digital di kalangan warga generasi yang lebih tua, yang membatasi partisipasi penuh. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi pelatihan yang lebih sederhana untuk kelompok ini. Selain itu, efektivitas strategi komunikasi di Seunuddon mungkin bervariasi di daerah dengan dinamika budaya berbeda, sehingga penelitian komparatif diperlukan. Pendekatan longitudinal juga dapat mengevaluasi keberlanjutan dampak ekonomi dan sosial wisata.

Penelitian ini memperkaya literatur dengan mengintegrasikan CBT dan teori persuasi dalam konteks wisata pinggiran. Secara praktis, temuan ini menawarkan panduan bagi pemimpin daerah untuk merancang komunikasi yang inklusif, sensitif budaya, dan berbasis pemberdayaan. Keberhasilan Pantai Seunuddon menunjukkan bahwa komunikasi yang menggabungkan persuasi, pemberdayaan, dan teknologi dapat mengubah tantangan sosial menjadi peluang pembangunan berkelanjutan.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang inklusif dan berbasis komunitas, yang diterapkan Camat Seunuddon oleh Ismohar, SST berhasil mengatasi penolakan awal dari tokoh agama dan rendahnya kapasitas sumber daya manusia (SDM) masyarakat dalam mengembangkan Pantai Seunuddon sebagai destinasi wisata syariah. Melalui pendekatan komunikasi persuasif, informatif, dan instruktif, Ismohar, SST mampu membangun konsensus, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan mempromosikan wisata yang selaras dengan nilai syariat Islam di Aceh. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur dengan mengintegrasikan teori komunikasi persuasi dan pariwisata berbasis komunitas dalam konteks wisata pinggiran. Secara praktis, strategi komunikasi Ismohar, SST menawarkan model bagi pemimpin daerah lain untuk mengelola resistensi budaya dan keterbatasan SDM dalam pengembangan wisata.

Penelitian ini merekomendasikan pelatihan literasi digital yang lebih inklusif, penguatan pengawasan syariah, dan penelitian lanjutan untuk mengevaluasi keberlanjutan dampak wisata di daerah dengan dinamika budaya serupa.

Referensi

- Andiny, P., Wahyuningsih, P., Meutia, R., & Junita, A. (2022). Perancangan Desatinasi Branding desa Wisata Pusong Kapal Kecamatan Seruway kabupaten Aceh Tamiang. *Buletin Al-Ribaath*. academia.edu. Retrieved from <https://www.academia.edu/download/109235203/pdf.pdf>
- Ashsubli, M. (2018). Ritual Budaya Mandi Safar dan Pendekatan Hukum Islam dalam Perspektif Sejarah Islam di Indonesia: Studi Kasus di Desa Tanjung Punak Pulau Rupert, Kabupaten *Jurnal Bimas Islam*. Retrieved from <https://jurnalbimasislam.kemenag.go.id/jbi/article/view/58>
- Burhan. (2025). Wisata pantai. Seunudong.
- Dina, A. M. (2020). *Komunikasi pariwisata dalam manajemen strategis Wanawisata Air Terjun Dlundung Trawas Mojokerto*. digilib.uinsby.ac.id. Retrieved from <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/44573>
- Fitriah, L. (2020). *POTENSI EKONOMI DAN STRATEGI PENGELOLAAN PARIWISATA SYARIAH (Studi Pada Objek Wisata Religi Makam Ad-Durun Nafis di Kabupaten Tabalong)*. idr.uin-antasari.ac.id. Retrieved from <https://idr.uin-antasari.ac.id/15939/>
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *Handbook of Qualitative Research*, 2(163–194), 105.
- Habibie AR. (2025). Wisata Pantai. Aceh Utara.
- Imanah, A. F., Yuliani, E., & ... (2020). Analisis Kebutuhan Sarana dan Prasarana Pariwisata di Agrowisata Jollong. ... *Unissula (KIMU) Klaster* Retrieved from <http://lppm-unissula.com/jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimueng/article/view/7922>
- Imum Tgk Ramli sabil. (2025). Wisata Pantai. Seunudong.
- Ismohar, S. (2025). Wisata pantai. Seunudong.

- Kutarga, Z. W., Nasution, Z., Tarigan, R., & ... (2008). Kajian penataan ruang kawasan danau laut tawar dalam rangka pengembangan wilayah Kabupaten Aceh Tengah. *WAHANA HIJAU Jurnal ...* academia.edu. Retrieved from https://www.academia.edu/download/36249363/wah-apr2008-3_1.pdf
- Limbong, R. J. (2023). Strategi Komunikasi Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Aceh Tengah dalam Mengembangkan Wisata Danau Laut Tawar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan* Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimsipol/article/view/2635>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. London New Delhi: SAGE Publications. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=U4IU%5C_-wJ5QEC
- Miller, G. R., & Burgoon, M. (1978). Persuasion research: Review and commentary. *Annals of the International Communication Association*, 2(1), 29–47.
- Neuman, W. L. (2011). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Allyn & Bacon. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=kouCPwAACAAJ>
- Pramunarti, A., & Putra, R. (2019). PROSPEK PENGEMBANGAN OBYEK WISATA PANTAI MAPAK INDAH DI KELURAHAN JEMPONG BARU KECAMATAN SEKARBELA KOTA MATARAM. *GEOGRAPHY: Jurnal Kajian* Retrieved from <http://journal.ummat.ac.id/index.php/geography/article/view/1432>
- Ramlan. (2025). Wisata Pantai. Kampung Alu Baru ,Seunudong.
- Ratman, D. R. (2016). *Pembangunan Destinasi Prioritas 2016-2019*. Jakarta.
- Sahrin, A. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Danau Laut Tawar Kota Takengon. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu* pdfs.semanticscholar.org. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/d14b/3ee1d45d2b8ec2dcdb04899c182e8b2e7d8f.pdf>
- Samsuar, Mukhlis, M., & Maulana, S. (2023). Peran Komunikasi Pemerintah Aceh Timur Memperkenalkan Destinasi Wisata Halal. *AT-TANZIR: JURNAL ILMIAH PRODI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM*, 13(2), 193–206. <https://doi.org/10.47498/tanzir.v13i2.1251>
- Sofiya, S., Fadli, S., & Setiawan, H. (2023). Multimedia Center: Strategi Dinas Komunikasi Informasi Pengkodean dan Statistik Provinsi Kalimantan Tengah dalam Pengelolaan Informasi. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 14(2), 127–130. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v14i2.7320>
- Tengku Hasbullah. (2025). Wisata pantai.
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6), 613–633.
- Utara, B. A. (2024). Aceh Utara Dalam Angka. Retrieved from <https://acehutarakab.bps.go.id/id>

Yin, R. K. (2008). Studi kasus: Desain & metode.

Youtube. (n.d.). *Pantai Bantayan Seunuddon | Objek Wisata Baru Aceh Utara*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=DegOBAGaPx8>