

Available online at : <http://jurnal.utu.ac.id/lokseva>

LokSeva: Journal of Contemporary Community Service

|e-ISSN xxxx-xxxx |



## Strategi Komunikasi dalam Pengembangan Wisata Edukasi Laut Bagi Wisatawan Remaja di Pulau Malahing Kota Bontang

Nurfadilah<sup>1\*</sup>, Moh. Mustakim<sup>2</sup>, Auliansyah<sup>3</sup>, Paulus Taru<sup>2</sup>, Aminullah Amirul Amin<sup>4</sup>

<sup>1-4)</sup>Universitas Mulawarman, Indonesia

\*Corresponding author: [nurfadilah@fpik.unmul.ac.id](mailto:nurfadilah@fpik.unmul.ac.id)

### INFORMASI ARTIKEL

Submitted: 28-03-2023

Revised: 01-06-2023

Accepted: 06-06-2023

Available online: 17-06-2023

### A B S T R A K

Berwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan atau aktifitas yang dapat menghibur dan menenangkan hati dan pikiran sehingga kegiatan berwisata sangat di butuhkan. Indonesia sangat dikenal sebagai tempat wisata salah satunya lokasi wisata yang menjadi andalan wisata di Kota Bontang yaitu Pulau Malahing. Pulau Malahing merupakan satu diantara lokasi wisata yang ada di Kalimantan Timur dan memiliki banyak objek wisata. Namun demikian pengelolaan paket wisata masih berbasis hiburan bagi wisatawan. Oleh karena itu pengabdian ini dilakukan sebagai bentuk sosialisasi edukasi wisata laut yang ada di Pulau Malahing sehingga wisatawan dapat menambah wawasan mengenai laut melalui edukasi wisata. Kegiatan yang dilakukan meliputi sosialisasi kepada wisatawan remaja mengenai edukasi wisata biota laut dan memperkenalkan daya tarik wisata yang ada di Pulau Malahing. Hasil sosialisasi mengenai wisata edukasi didapatkan katagori paham sebanyak 77% wisatawan remaja memahami isi sosialisasi dan 23% dalam katagori sangat paham hasil sosialisasi, sedangkan hasil survey ketertarikan wisata edukasi didapatkan sebanyak 69% tertarik untuk berwisata dengan menggunakan metode edukasi dan sebanyak 31% wisatawan sangat tertarik. Ketertarikan wisatawan remaja dalam berwisata karena melalui wisata edukasi dapat menambah wawasan wisatawan secara tidak langsung karena hiburan yang diberikan dapat memiliki nilai manfaat sebagai informasi wawasan mengenai edukasi wisata laut.

**Kata Kunci:** Wisata, Edukasi, Pulau Malahing

---

## ABSTRACT

Traveling is an activity that can entertain and calm the heart and mind, so tourism activities are needed. Indonesia is very well known as a tourist spot, one of which is a tourist location that is a mainstay of tourism in the City of Bontang, namely Malahing Island. Malahing Island is one of the tourist sites in East Kalimantan and has many tourist objects. However, the management of tour packages is still based on entertainment for tourists. Therefore this service is carried out as a form of socialization of marine tourism education on Malahing Island so that tourists can add insight into the sea through tourism education. The activities include outreach to young tourists regarding maritime biota tourism education and introducing tourist attractions on Malahing Island. The outreach results regarding educational tourism found that in the category of understanding, as much as 77% of teenage tourists understood the content of socialization, and 23% in the type very well understood the socialization results. In contrast, the educational tourism interest survey results found that 69% were interested in traveling using the educational method, and as many as 31% of tourists were very interested. Young tourists are interested in traveling because educational tours can add insight to tourists indirectly. After all, the entertainment provided can be valuable as insightful information about marine tourism education.

**Keywords:** *Tourism; Education; Malahing Island.*

---

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki objek wisata yang beranekaragam dengan keindahan laut yang menjadi salah satu yang sering dikunjungi oleh wisatawan, tidak hanya wisatawan lokal maupun nasional akan tetapi hingga internasional. Menurut Arida (2017) seluruh dunia setuju dan mengakui bahwa Indonesia adalah negara yang memiliki megabiodiversity karena keragaman suku, adat istiadat, tradisi, budaya, bahasa, skosistem, spesies tanaman dan hewan. Keberagaman yang dimiliki Indonesia merupakan pesona yang dapat dinikmati oleh wisatawan dari seluruh dunia penjurus dunia (Arida, 2017). Berdasarkan Undang-undang Kepariwisatawan (2009), lokasi wisata yang ada harus memiliki suatu objek wisata yang menjadi ciri khas lokasi wisata tersebut. Salah satu wisata laut yang ada di Kalimantan Timur yaitu Pulau Malahing, memiliki daya tarik wisata laut yang sudah mulai di kenal.

Pulau Malahing sebagai lokasi wisata yang dikenal di Kota Bontang memiliki konsep wisata sebagai ekowisata. Menurut Hampton dan Clifton (2016) ekowisata adalah bentuk pariwisata yang bekerja dari sudut pandang konservasi alam, pengelolaan alam dan budaya masyarakat yang menjamin keberlanjutan dan kesejahteraan, sedangkan konservasi adalah upaya untuk menjaga kesinambungan. Pemanfaatan sumber daya alam untuk masa kini dan masa depan. Definisi ekowisata pertama kali dikemukakan oleh Ecotourism Society (1990) sebagai berikut ekowisata adalah bentuk perjalanan ke daerah alam dilakukan untuk melindungi lingkungan

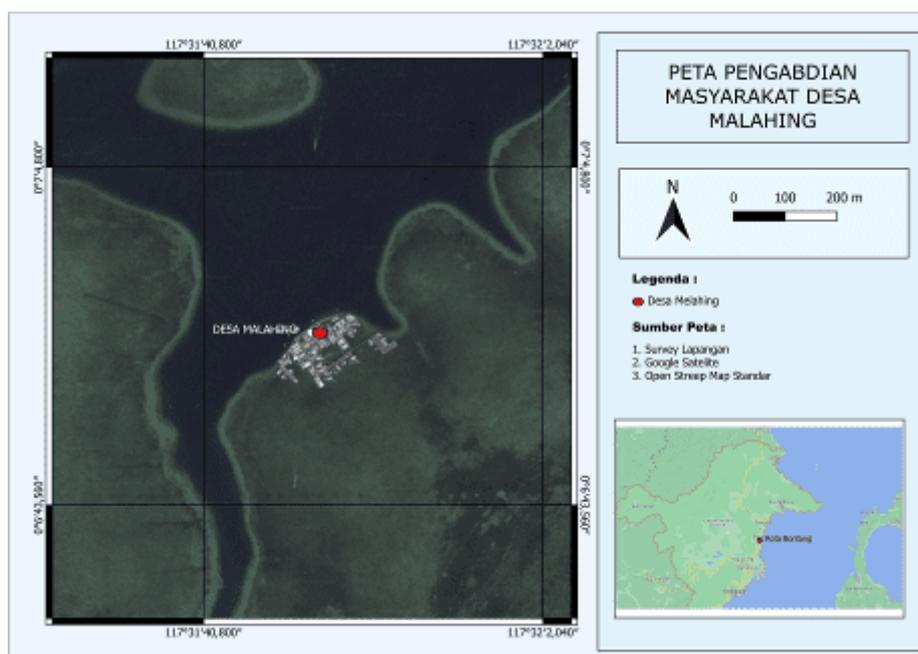
dan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat. Ekowisata memiliki daya tarik wisata, tidak hanya dari ekosistem laut seperti terumbu karang dan lamun akan tetapi juga budaya masyarakat. Menurut Heryati (2019) mengemukakan bahwa suatu lokasi wisata sangat dipengaruhi oleh objek wisata yang dimiliki lokasi tersebut namun lokasi tersebut harus didukung dengan budaya masyarakat dilokasi wisata. Selain didukung oleh ekosistem pulau Malahing juga memiliki fasilitas wisata yang memadai untuk menarik wisatawan berkunjung ke lokasi wisata. Salah satu faktor untuk meningkatkan jumlah wisatwan agar berkunjung yaitu tersedianya fasilitas dan keindahan alam yang menarik (Aryaningtyas dan Maria, 2021). Namun tidak hanya hal tersebut yang menjadi daya tarik wisata, salah satu wisata yang tidak dimiliki pulau Malahing yaitu wisata edukasi.

Menurut Jonathan (2022) saat ini jenis wisata yang sangat dikembangkan adalah jenis wisata edukasi karena dapat memanfaatkan alam dan hiburan dalam bentuk informasi dan wawasan. Ekowisata edukasi sangat membutuhkan sosialisasi dalam pelaksanaan wisata, pengembangan ekowisata terdiri dari kompilasi pelaksanaan komunikasi, penggunaan alat komunikasi atau alat komunikasi untuk berkolaborasi dan pendirian fasilitas pendukung masyarakat ( Firdaus dan Ismandianto, 2018).Hal yang sama juga dikemukakan oleh Kussanti et al., (2020) salah satu yang dapat dilakukan adalah berkomunikasi dengan masyarakat melalui komunitas publikasi yang informatif dan persuasif. Publikasi lingkungan (dalam bentuk poster, leaflet dan stiker) memegang peranan penting berkomunikasi dengan wisatawan melalui peran visualisasi dalam pengembangan edukasi wisata.

Meskipun jenis wisata edukasi mulai dikembangkan namun belum dilakukan di beberapa lokasi wisata diantaranya di Pulau Malahing. Oleh karena itu kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk melakukan strategi komunikasi dalam pengembangan wisata edukasi di Pulau Malahing bagi wisatawan remaja. Melalui media komunikasi dapat dilakukan pemasaran mengenai wisata edukasi sehingga dapat menarik wisatawan (Natanael et al., 2021). Kegiatan komunikasi juga terlaksana dengan baik yaitu mendukung masyarakat sebagai kegiatan yang dapat mendukung perekonomian masyarakat khususnya pengembangan destinasi wisata laut berbasis pendidikan lingkungan (Nizam dan Yasir, 2022). Pemasaran wisata edukasi ini dilakukan kepada wisatawan remaja karena menurut Aryaningtyas & Maria, (2021), kalangan remaja jauh lebih meminati untuk melakukan wisata dibandingkan dengan kalangan dewasa karena memiliki motivasi dalam bereksplorasi suatu lokasi lebih besar dibandingkan kalangan dewasa.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada 5-6 November 2022 di Pulau Malahing Kecamatan Bontang Selatan Kota Bontang. Kegiatan ini dilakukan bersama peserta *Fisheries Youth Tour* (FYT) sebanyak 112 peserta dari kalangan anak remaja.



**Gambar 1.** Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat

Metode yang digunakan dalam Pengabdian Pada Masyarakat Desa Wisata Malahing Kota Bontang. Kegiatan dilakukan dengan 3 (tiga) tahap yaitu: Tahap awal, Tahap Pelaksanaan dengan menggunakan metode Metode Sosialisasi dan Tahap evaluasi.

#### **Tahap Awal**

Tahap awal yang dilakukan yaitu pengenalan kegiatan kepada pemerintah setempat dalam hal ini ketua RT Malahing dan ketua masyakat, tujuan pengenalan kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan dukungan dan memberikan informasi mengenai dampak dan tujuan dari kegiatan pengabdian. Menurut Sulistianto (2010) dan Kurniawan (2016) Komunikasi interpersonal digunakan dengan sangat efektif mengambil pendekatan informatif dan persuasif untuk kedua belah pihak. Komunikasi adalah proses Tindakan menyampaikan/menyampaikan pesan/berita/informasi yang mengandung makna pihak (orang atau tempat) ke pihak lain (orang atau tempat) mencoba untuk mencapai saling pengertian (Wursanto, 2001).

#### **Tahap Pelaksanaan**

##### **Metode sosialisasi**

Sosialisasi dilakukan dengan metode persuasi, komunikasi persuasi adalah proses komunikasi yang kompleks dengan individu atau kelompok mengekspresikan pesan (sengaja atau tidak sengaja) secara lisan atau non-verbal, untuk memperoleh tanggapan tertentu dari individu atau kelompok lain (Zaenuri, 2017). Metode ini membuka wawasan dan gambaran wisatawan mengenai pengembangan objek dan daya tarik wisata laut di Pulau Malahing dalam perwujudan Industri Pariwisata 4.0. Materi sosialisasi yang diberikan yaitu **“Pengembangan Daya Tarik Wisata Pulau Malahing dengan Metode Edukasi”**.

Selain itu, sosialisasi juga memberikan gambaran tentang potensi wisata laut yang terdapat di Pulau Malahing. Sosialisasi kegiatan ini dilkakukan agar setiap anggota masyarakat dan para wisatawan menjaga lingkungan laut, selain itu dengan menginfokan kepada wisatawan remaja dapat mendukung program kegiatan ini (Setyaningrum et al., 2022).

#### **Tahap Evaluasi**

Tahap akhir ini dilakukan untuk mengevaluasi hasil sosialisasi dengan menggunakan kuisioner. Hasil berupa persentasi wisatawan remaja dapat menikmati wisata laut dan para pengelola usaha daya tarik wisata semakin memahami tentang standar usaha daya tarik wisata, sehingga mereka memiliki kemampuan yang baik mengelola usaha daya tarik wisata sesuai dengan standar yang ditentukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tahap Persiapan

Hasil persiapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan di rumah ketua RT Malahing yaitu bapak Nasir dengan beberapa ketua masyarakat Malahing. Tahap ini bertujuan untuk membuka sosialisasi dan sebagai bentuk informasi kepada masyarakat Malahing dengan hadirnya wisatawan dari kalangan remaja yang sedang melakukan wisata laut di Pulau Malahing. Menurut Huda et al., (2021) dengan melakukan komunikasi dapat menjadi jembatan wisatawan dan juga pemerintah dalam peningkatan kerjasama dalam memperkenalkan daerah atau budaya dalam zona internasional. Kegiatan pengabdian ini disambut baik oleh ketua RT, ketua masyarakat dan masyarakat Pulau Malahing.

Pada tahap persiapan ketua RT memberikan sedikit informasi dan sejarah terbentuknya pulau Malahing, kegiatan aktivitas masyarakat Malahing, demografi Pulau Malahing, dan potensi yang dimiliki desa Malahing (Gambar 2).



**Gambar 2.** Pengenalan wisatawan remaja dengan Masyarakat Malahing

### Tahap Pelaksanaan

Tahap selanjutnya dilakukan pengenalan secara langsung mengenai objek wisata laut yang ada di Malahing dengan menggunakan metode sosialisasi. Wisatawan diperkenalkan beberapa objek wisata diantaranya *snorkeling*, *diving*, dan beberapa spot foto (Gambar 3). Pulau Malahing memiliki ekosistem alam yang indah dan dikenal diantaranya terumbu karang, lamun, rumput laut dan teripang. Menurut Sulistianto (2010) kondisi karang di Pulau Malahing tergolong baik dengan keanekaragaman yang baik diantaranya karang jenis *porites cylidrica* atau *karang foliose (montipora foliose)*, sedangkan untuk kondisi lamun tergolong jarang hingga sangat padat dengan keanekaragaman jenis yang tinggi (Ariyanty et al., 2021). Beberapa jenis lamun yang dapat ditemukan di Pulau Malahing yaitu *Enhalus Acoroides*, *Thalassia hemprichii*, *Cymodocea serrulate* dan *Halophila ovalis* (Jailani, 2006).

Selain Pulau Malahing memiliki ekosistem yang dapat dinikmati melalui wisata selam atau *snorkeling* juga kondisi perairan di Pulau Malahing cukup baik untuk dijadikan sebagai wisata berenang karena kondisi perairan disekitar kota Botang masih tergolong baik dan memenuhi

standar baku mutu dalam wisata renang (Wahyuningsih et al., 2021). Pulau Malahing juga sangat dikenal penghasil budidaya rumput laut dan teripang yang dijual hingga di ekspor ke luar negeri. Menurut Sari (2019) Pulau Malahing memiliki potensi untuk menjadi lokasi ekspor teripang di Kota Bontang karena memiliki peluang dengan adanya kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan masyarakat pesisir melalui program CSR yang melibatkan perusahaan seperti PT.Pupuk Kaltim. Ditemukan enam jenis teripang yang ada di Pulau Malahing diantaranya *Holothuria whitmae*, *Holothuria leucospilota*, *Actinopyga mauritiana*, *Stichopus chloronotus*, *Bohadschia argus*, dan *Holothruia edulis* (Ramadhan, 2010). Potensi teripang yang dimiliki oleh Pulau Malahing dapat menjadi salah satu potensi dalam edukasi wisata.

Selain potensi edukasi wisata teripang juga Pulau Malahing sangat dikenal sebagai budidaya rumput laut. Hampir sebagian besar nelayan yang ada di Pulau Malahing melakukan budidaya rumput laut, karena potensi hasil budidaya yang besar dan memberikan nilai tambah penghasilan masyarakat, meskipun hasil panen rumput laut besar namun harga jual rumput laut kian hari semakin menurun. Menurut BAPPEBTI (2020) harga rumput laut semakin menurun akibat proses ekspor yang sulit, harga rumput laut biasanya berkisar antara Rp 22.000 - Rp 23.000 namun mengalami penurunan hingga harga Rp 13.500. rendahnya harga jual rumput laut membuat nelayan Malahing mengolah rumput laut menjadi kerupuk, sirup dan sebum sebagai produk wisata dari Pulau Malahing. CSR PT Pupuk Kaltim telah melakukan pembinaan kepada masyarakat Pulau Malahing untuk membuat suatu produk dengan bahan baku utama yaitu rumput laut (Safni, 2019).

Selain kegiatan CSR juga adanya bantuan dari DKP3 berupa program peningkatan dan pengembangan produksi budidaya rumput laut yang dibentuk oleh Walikota Bontang dan bantuan pelatihan sosialisasi pengelolaan penghasilan menjadi modal dan pengolahan rumput laut menjadi makanan atau bahan baku lainnya. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh nelayan di Malahing sudah sesuai dengan arahan DKP3 dan memproduksi banyak rumput laut (Wardani, 2018). Potensi rumput laut yang dimiliki dapat menjadi potensi dalam ekowisata edukasi, pengembangan edukasi rumput laut membutuhkan kerjasama antar masyarakat pembudidaya rumput laut dengan pemerintah setempat. Menurut Oka et al., (2021) potensi edukasi wisata rumput laut dapat digunakan sebagai penguatan yang kuat akan diterapkan sebagai destinasi wisata baru yaitu wisata edukasi agar rumput laut lestari dan terjaga kualitasnya dengan bekerjasama dengan pihak pengelola, pendampingan dan pemantauan pengelola lingkungan atau wilayah pesisir. Potensi rumput laut tidak hanya dijadikan sebagai edukasi namun dapat menjadi bahan olahan makanan dan produk khas Pulau Malahing. Penelitian mengenai olahan rumput laut telah dilakukan di Pantai Pandawa dengan membutuhkan beberapa strategi pengembangan yaitu strategi produksi rumput laut menjadi branding kuliner dimungkinkan di Pantai Pandawa melalui 4 langkah yaitu (1) riset pasar, Analisis dan rekomendasi strategis, (2) Pengembangan identitas merek, (3) Peluncuran merek dan Pengenalan, (4) Pengenalan Merek (Sri & Tri, 2016). Menurut Nafed (2011) pemanfaatan rumput laut dapat memberikan peluang usaha kecil karena biaya dalam pengolahan relatif murah dan mudah.

Besarnya potensi Pulau Malahing sebagai lokasi wisata sehingga memiliki potensi besar sebagai lokasi wisata. Menurut Andi et al., (2002) hasil pengembangan potensi wisata Pulau Malahing diperoleh skor aktual 20,2 dari interval kelas 16,36 - 21,00 dengan rating tinggi yang sehingga masyarakat Pulau Malahing sangat mendukung pengembangan potensi wisata Pulau Malahing. Pulau, Desa Tanjung Laut Indah, Kecamatan Bontang Selatan, Kota Bontang, Provinsi Kalimantan Timur. Menurut Putri (2022) kota Bontang memiliki lokasi wisata diatas

air yang layak menjadi lokasi wisata utama di Pulau Malahing dengan keanekaragaman masyarakat dan ekosistem yang menjadi daya tarik wisatawan.



**Gambar 3.** Kegiatan Wisatawan remaja

Pengenalan wisata laut yang ada di Pulau Malahing ini akan memberikan daya tarik wisatawan di kalangan remaja untuk melakukan wisata laut karena Malahing memiliki daya tarik yang berbeda dibandingkan dengan lokasi lainnya. Selain itu potensi yang dimiliki dapat mendukung wisatawan untuk dapat berkunjung dan menghibur wisatawan. Selain itu Malahing memiliki beberapa fasilitas yang menarik diantaranya penginapan diatas laut yang telah memenuhi standar, café laut yang telah menyediakan makanan khas pulau Malahing dan beberapa paket liburan. Menurut Aryaningtyas dan Maria,(2021) besarnya jumlah wisatawan sangat dipengaruhi oleh jenis wisata dan fasilitas yang dimiliki oleh objek wisata. Paket wisata yang ditawarkan tidak hanya sebagai fasilitas yang menghibur akan tetapi juga berupa snorkeling, diving, menjaring ikan dan memancing (Gambar 4). Beberapa paket tersebut tentunya dapat menarik banyak wisatawan utamanya dikalangan remaja.



**Gambar 4.** Paket wisata dan penginapan

Kegiatan selanjutnya, sosialisasi mengenai **“Pengembangan Daya Tarik Wisata Pulau Malahing dengan Metode Edukasi”** hal ini dapat menambah wawasan kepada wisatawan remaja yang tidak hanya berwisata namun wisatawan juga dapat menambah pengetahuan mengenai edukasi wisata laut seperti pengenalan hewan laut yang ada di Pulau Malahing (Gambar 5). Adapun beberapa materi yang disampaikan dalam sosialisasi yaitu :

- a. Perencanaan pengembangan desa wisata edukasi laut berupa : pembangunan; peningkatan penyediaan fasilitas umum dasar; peningkatan kemudahan dan ketersediaan informasi; pembangunan infrastruktur pendukung; perbaikan dan peningkatan aksesibilitas di dalam Desa Wisata; peningkatan aksesibilitas ke destinasi lain dalam area kawasan yang lebih luas; peningkatan peran serta masyarakat dalam proses pembangunan Desa Wisata.
- b. Pembentukan kelembagaan : mendorong peran aktif kelembagaan local (pemda dan desa); mendorong penguatan kelembagaan swadaya masyarakat; mendorong terbentuknya Forum Komunikasi Pariwisata; peningkatan sumber daya manusia pengelola dan pelaku usaha (masyarakat desa); penetapan peraturan terkait insentif dan disinsentif; penyediaan fasilitas kemudahan pinjaman modal; penyediaan fasilitas pariwisata berbasis usaha rakyat melalui koperasi.
- c. Pengembangan industri wisata : pengembangan dan penguatan usaha pariwisata dalam bentuk koperasi; peningkatan kualitas produk dan daya saing industri pariwisata; penetapan peraturan daerah dalam pengembangan usaha berbasis ekonomi hijau; penguatan jejaring antar usaha pariwisata dan antara usaha pariwisata dengan usaha terkait lainnya; peningkatan kualitas sumber daya manusia.
- d. Promosi/Pemasaran : promosi destinasi Desa Wisata sebagai daya tarik wisata dan produk pariwisata; promosi produk industri pariwisata berbasis lokal; penyelenggaraan even promosi; peningkatan kerjasama promosi dengan pelaku lainnya baik dalam Desa wisata maupun dengan destinasi pariwisata lainnya.
- e. Pengembangan wisata edukasi laut : potensi yang dimiliki Pulau Malahing dapat menjadikan sebagai wisata edukasi mengenai biota laut dan beberapa informasi dan wawasan mengenai laut melalui wisata.

Wisata edukasi ini diharapkan dapat menarik wisatawan remaja agar tujuan wisatawan tidak hanya untuk menjadi hiburan akan tetapi juga secara tidak langsung dapat menjaga lingkungan laut melalui edukasi pengenalan biota laut, dengan adanya sosialisasi ini akan melihat seberapa besar minat wisatawan remaja tertarik untuk melakukan wisata karena adanya edukasi yang diberikan. Metode edukasi merupakan suatu proses untuk mengubah sikap dan perilaku individu maupun kelompok dalam usaha mendewasakan diri yang dilakukan dengan mengikuti pelatihan, pengajaran, proses, dan cara mendidik. Menurut Yuniarti et al., (2022) proses pengembangan suatu lokasi wisata melalui Edu-Ekowisata sangat memiliki peranan penting dalam meningkatkan motivasi dan antusiasme masyarakat dalam pengembangan destinasi wisata.

Adapun beberapa isi sosialisasi mengenai metode-metode edukasi yang dapat diberikan oleh wisatawan diantaranya 1) Edukasi jenis tanaman laut; 2) Edukasi jenis biota laut (Ikan, Krustasea dan Molusca); dan 3) Edukasi perlindungan lingkungan laut. Kebijakan pembangunan kawasan pariwisata untuk memperkuat potensi wisata, program yang bisa dilakukan yaitu dengan peningkatan sarana dan prasarana serta penambahan kegiatan wisatawan dalam bentuk penambahan wawasan yang menghibur (Khifnatul, 2020).



**Gambar 5.** Sosialisasi Kepada Wisatawan Remaja

### Tahap Evaluasi

Hasil evaluasi dari sosialisasi kepada wisatawan remaja, berdasarkan hasil kuisioner menunjukkan bahwa semuanya wisatawan memahami hasil sosialisasi. Didapatkan katagori paham sebanyak 77% wisatawan remaja memahami isi sosialisasi dan 23% dalam katagori sangat paham hasil sosialisasi sedangkan yang tidak paham hasil sosialisasi tidak ditemukan (Tabel 1). Hal ini menunjukkan bahwa materi sosialisasi edukasi wisata laut untuk wisatawan remaja dapat dipahami dengan baik, sehingga dapat mendukung pengembangan edukasi wisata laut di Malahing. Peranan remaja sebagai wisatawan sangat memiliki peran dalam pengembangan lokasi wisata karena remaja dapat berperan secara asosiatif di mana remaja dapat saling berinteraksi sesama remaja khususnya dalam hal promosi lokasi suatu objek wisata, selain itu dengan perilaku wisatawan remaja yang bersifat positif dapat menjaga citra dan nama baik suatu lokasi wisata, yaitu tidak melakukan keributan yang dapat mengganggu pengunjung lain, dan hanya melakukan hal-hal yang positif saja seperti hanya datang untuk sekedar berkumpul baik itu bersama teman-teman, keluarga (Zulfiar, 2019).

Remaja tidak hanya menjadi pengunjung wisatawan namun dapat menjadi penggerak dalam pengembangan suatu wisata. Kegiatan pemberdayaan remaja dalam pengembangan wisata yang dilakukan di Wondosari memberikan pengaruh yang besar, kegiatan pengembangan yang dilakukan yaitu pemahaman peserta pelatihan tentang kepemanduwisataan meningkat. Dari kegiatan pelatihan Bahasa Inggris bagi pemandu wisata, kemampuan bahasa Inggris sederhana telah mereka kuasai dengan baik (Egar et al., 2019). Wisatawan remaja bepergian karena motivasi adalah "trigger" dari proses perjalanan. Menurut Sari et al., (2018), perjalanan wisata melibatkan beberapa faktor pendorong (push factor), faktor tersebut adalah :

1. Escape, ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasa menjemukan, atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari
2. Relaxation, keinginan untuk mendapatkan penyegaran yang juga berhubungan dengan motivasi untuk escape di atas
3. Play, ingin menikmati kegembiraan melalui berbagai permainan yang merupakan pemunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan, dan melepaskan diri dari berbagai urusan yang serius
4. Strengthening family bonds, ingin mempererat hubungan kekerabatan. Hubungan kekerabatan ini terjadi diantara anggota keluarga yang melakukan perjalanan bersama-sama, karena kebersamaan sangat sulit diperoleh dalam suasana kerja sehari-hari di negara industri.

5. Prestige, untuk menunjukkan gengsi dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status dan derajat sosial
6. Social interaction, untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat dan masyarakat lokal yang dikunjungi
7. Educational opportunity, atau keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain atau daerah lain atau untuk mengetahui kebudayaan etnis lain.
8. Self-fulfillment, keinginan untuk menemukan diri sendiri karena diri sendiri biasanya ditemukan pada saat kita menemukan daerah lain yang baru
9. Romance, keinginan untuk bertemu seseorang yang bisa memberikan suasana romantic, atau untuk memenuhi kebutuhan seksual.
10. Wish fulfillment, keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi yang lama dicita-citakannya sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat agar bisa melakukan perjalanan.
11. Financial Security, kemampuan financial masyarakat.
12. Leisure Time, menggunakan waktu senggang yang dimiliki

**Tabel 1.** Persentasi Wisatawan Remaja terhadap Tingkat Pemahaman Materi yang Diberikan

Tingkat Pemahaman	Jumlah	Persentase
Sangat Paham	26	23%
Paham	86	77%
Tidak paham	0	0%

Hasil persentasi ketertarikan wisatawan remaja terhadap metode edukasi yang diberikan di Pulau Malahing didapatkan sebanyak 69% tertarik untuk berwisata dengan menggunakan metode edukasi dan sebanyak 31% wisatawan sangat tertarik sedang untuk remaja yang tidak tertarik tidak ditemukan sama sekali (Tabel 2). Beberapa wisatawan menyatakan tertarik untuk wisata edukasi laut karena mendapat wawasan yang tidak mereka dapatkan dari materi pelajaran sekolah selain itu, pemahaman tersebut tidak hanya didapatkan dari teori saja tapi secara langsung dapat mengenal biota laut. Menurut Wiharjokusumo dan Dameria (2009) wisatawan remaja memiliki minat yang besar dalam melakukan pengembangan wisata karena ketertarikan dalam berwisata sangat tinggi. Beberapa faktor yang mempengaruhi minat remaja untuk berwisata yaitu faktor *Novelty*, Faktor Ego and *family Enhancement*, Faktor *Leisure time*, Faktor aktualisasi diri, Faktor *Wish-Fulfillment* dan Faktor Interaksi Sosial, dari faktor-faktor tersebut, faktor motivasi yang paling mendominasi adalah faktor pendukung untuk berwisata (Sari et al., 2018).

**Tabel 2.** Persentasi Ketertarikan Wisatawan Remaja terhadap Wisata Pulau Malahing dengan Metode Edukasi

Tingkat Ketertarikan	Jumlah	Persentase
Sangat tertarik	35	31%
Tertarik	77	69%
Tidak tertarik	0	0%

Objek wisata sebagai sumber daya pembelajaran kontekstual menjadi keuntungan besar dalam kegiatan pembelajaran remaja dapat memilih nilai-nilai yang termasuk dalam tujuan

wisata yang dapat meningkatkan kinerja dan aktivitas remaja dalam proses pembelajaran, secara kreatif dan memberikan pengalaman belajar secara langsung (Emirta et al., 2006). Oleh karena itu remaja memiliki ketertarikan yang besar dalam pengembangan wisata edukasi laut yang diberikan.

## KESIMPULAN

Hasil sosialisasi mengenai Pengembangan Daya Tarik Wisata Edukasi kepada wisatawan remaja didapatkan hasil kuisioner menunjukkan bahwa semua wisatawan memahami hasil sosialisasi, kategori paham sebanyak 77% wisatawan remaja memahami isi sosialisasi dan 23% dalam kategori sangat paham hasil sosialisasi sedangkan yang tidak paham hasil sosialisasi tidak ditemukan. Sosialisasi daya tarik wisata di Pulau Malahing dengan menggunakan metode Edukasi menarik bagi wisatawan remaja yang berkunjung karena dapat menambah wawasan mengenai laut melalui wisata sebanyak 69% tertarik untuk berwisata dengan menggunakan metode edukasi dan sebanyak 31% wisatawan sangat tertarik sedang untuk remaja yang tidak tertarik tidak ditemukan sama sekali. Selain itu wisatawan remaja sangat menyukai daya tarik wisata di Pulau Malahing karena banyaknya paket wisata dan kondisi laut yang sangat mendukung dalam melakukan wisata laut.

## REFERENSI

- Andi, & Helminuddin, I. S. (2002). Studi Tingkat Persepsi Masyarakat Malahing Terhadap Pengembangan Potensi Wisata Di Kampung Malahing Kelurahan Tanjung Laut Indah Kecamatan Bontang Selatan Kota Bontang Provinsi Kalimantan Timur. *Perikanan, Jurnal Pembangunan, Agribisnis, 9*(1), 24–37.
- Arida, I. N. S. (2017). Ekowisata: Pengembangan, Partisipasi Lokal, dan Tantangan Ekowisata. In *Denpasar, Cakra Press*.
- Ariyanty, L., Sari, L. I., & Kusumaningrum, W. (2021). Karakteristik Kelimpahan Perifiton Pada Daun Lamun *Thalassia hemperichii* Di Perairan Dusun Melahing, Kota Bontang. *Aquarine, Jurnal, 8*(1), 49–55.
- Aryaningtyas, A. T., & Maria Th, A. D. (2021). Pembinaan Pengelola Usaha Daya Tarik Wisata Di Jawa Tengah: Sosialisasi Standar Usaha. *Kancanegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 4*(1), 13. <https://doi.org/10.28989/kancanegara.v4i1.696>
- BAPPEBTI. (2020). *Analisis Harga Rumput Laut Bulan Juni 2020*. 29–30.
- Bob Aron Kurniawan. (2016). Proses Komunikasi Komunitas All Variant 250UP Community (AVC 250 UP) Dalam Pembentukan Identitas Komunitas. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi, 4*(1), 412–432.
- Egar, N., Yulianti, F., Remaja, P., Wisata, D., Plantungan, K., Kendal, K., & Kepemanduwisataan, P. (2019). *Pemberdayaan Remaja Desa Wisata Bendosari Kecamatan Plantungan Kabupaten Kendal Melalui Pelatihan Kepemanduwisataan*. 150–157.
- Emirta Z.A.S.Hanapi, Hariyono, S. U. (2006). *Pemanfaatan Objek Wisata Sebagai Sumber Pembelajaran Kontekstual*. 119–121.
- Hampton, M. P., & Clifton, J. (2016). Tourism in Indonesia. *The Routledge Handbook of Tourism in Asia, 1990*, 181–190. <https://doi.org/10.4324/9781315768250>
- Heryati, Y. (2019). Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan, 1*(1), 56–74. <https://stiemmamuju.ejournal.id/GJIEP/article/view/10>
- Huda, N., Ismail, K., Syahputra, D., & Pitri, A. (2021). Komunikasi Dalam Bidang Pariwisata. *Ilmu Komunikasi, 2*. [https://www.researchgate.net/publication/348445202\\_KOMUNIKASI\\_DALAM\\_BIDANG\\_PARIWISATA](https://www.researchgate.net/publication/348445202_KOMUNIKASI_DALAM_BIDANG_PARIWISATA)
- Jailani, J. (2006). *Telaah Spasio - Temporal Komunitas Ikan Padang Lamun ( Seagrass Beds )*

*Di Perairan Pantai Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin Disertasi Telaah Spasio - Temporal Komunitas Ikan Padang Lamun ( Seagrass Beds ) Di Perairan Pantai.*

- Jonathan, N. (2022). Fasilitas Wisata Edukasi Biota Laut di Surabaya. *EDimensi Arsitektur Petra*, VII(1), 345–352. <https://publication.petra.ac.id/index.php/teknik-arsitektur/article/view/12527%0Ahttps://publication.petra.ac.id/index.php/teknik-arsitektur/article/viewFile/12527/10827>
- Khifnatul, R. A. (2020). *Strategi pengembangan pariwisata pantai kelapa di kabupaten tuban jawa timur*. 1–6.
- Kussanti, D. P., Leliana, I., & Yusmawati, Y. (2020). Efektifitas Media Publikasi Dalam Memberikan Informasi dan Edukasi Terhadap Ekowisata Situ Rawakalong. *Communication*, 11(2), 164. <https://doi.org/10.36080/comm.v11i2.1174>
- Muhammad Firdaus, R. A., & Ismandianto. (2018). *Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Ekowisata Taman Nasional Tesso Nilo Di Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau*. 399–413.
- Nafed, K. (2011). Rumput Laut dan Produk Turunannya. *Ministry of Trade*, 1–20.
- Natanael, K., Siang, P., Sanusi, H., Wafa, M. A., Komunikasi, I., Sosial, I., Islam, U., Arsyad, K., & Banjari, A. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Pengembangan Wisata Edukasi Di Taman Agripark Hikun Tanjung*.
- Nizam, R. M., & Yasir, Y. (2022). Perencanaan Komunikasi Corporate Social Responsibility Pertamina RU II Sei Pakning dalam Pengembangan Ekowisata Arboretum Gambut. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.33021/exp.v5i1.1617>
- Oka, W., Pratama, S., Haes, P. E., & Nasional, U. P. (2021). *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat ( JPPM ) Website https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jppm/index Email: jurnal\_pls@fkip.unsri.ac.id Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat ( JPPM ) Pariwisata dijamin kini jadi salah satu sector yang*. 8(1), 78–83.
- Padriadi Wiharjokusumo, Dameria Girsang, J. N. (2009). *Bakti Sosial Pariwisata Pengabdian Pada Masyarakat Desa Pantai Cermin Kanan Kabupaten Serdang Bedagai*. 1–10.
- Putri, M. F. C. (2022). *Analisis Optimalisasi Objek Wisata Kampung Laut Bontang Kuala Oleh Dinas Pariwisata Di Kota Bontang Provinsi Kalimantan Timur*. 1–19.
- Ramadhan, I. R. (2010). Sumberdaya Teripang Di Perairan Desa Melahing Bontang Kuala Kalimantan Timur. *Jurnal Aquarine, September 2010*. [https://www.academia.edu/download/32858182/SUMBERDAYA\\_TERIPANG\\_DI\\_PERAIRAN\\_DESA\\_MELAHING\\_KOTA\\_BONTANG\\_KALIMANTAN\\_TIMUR\\_JURNAL\\_AQUARIN\\_FPIK.pdf](https://www.academia.edu/download/32858182/SUMBERDAYA_TERIPANG_DI_PERAIRAN_DESA_MELAHING_KOTA_BONTANG_KALIMANTAN_TIMUR_JURNAL_AQUARIN_FPIK.pdf)
- Safni, I. (2019). Berdaya Lewat Rumput Laut Melalui Program Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlās*, 4(1), 30–52. <https://doi.org/10.31602/jpai.v4i1.1628>
- Sari, A. D. (2019). *Peluang Dan Tantangan Pemasaran Usaha Teripang Daerah Pesisir Kota Bontang Kalimantan Timur*. 10(2), 71–76.
- Sari, D., Kusumah, A. H. G., & Marhanah, S. (2018). Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Muda Dalam Mengunjungi Destinasi Wisata Minat Khusus. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 11–22. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13762>
- Setyaningrum, L. Z., Rahmanto, A. N., & Suparno, B. A. (2022). Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Di “Nepal Van Java” Dusun Butuh, Kabupaten Magelang. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 94–103. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.21>
- Sri, N., & Tri, I. N. (2016). *Strategi Menjadikan Rumput Laut Sebagai Branding*. 16.
- Sulistiano, E. (2010). Penilaian ekonomi ekosistem terumbu karang di perairan bontang kota bontang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Pembangunan*, 7(1), 20–24.
- Tahun, U.-U. R. I. N. 10. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10.TAHUN 2009*. 27(7), 1–5.
- Wahyuningsih, N., Suharsono, S., & Fitriani, Z. (2021). Kajian Kualitas Air Laut Di Perairan Kota Bontang Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Riset Pembangunan*, 4(1), 56–66. <https://doi.org/10.36087/jrp.v4i1.94>

- Wardani, D. S. (2018). *Implementasi Program Pengembangan Dan Peningkatan Produksi Budidaya Rumput Laut Dalam Mengentas Kemiskinan Masyarakat Pesisir (Studi pada Kampung Melahing Kota Bontang)*. 1(1), 3–131.
- Yuniarti, D., Linarti, U., Rejeki, M. E. S., & Christian, A. R. (2022). Peningkatan Motivasi Pengembangan Padukuhan Edu-ekowisata Padukuhan Ngunan-ngunan, Bantul, Yogyakarta. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(2), 398–405. <https://doi.org/10.33379/icom.v2i2.1597>
- Zaenuri, A. (2017). Teknik Komunikasi Persuasif dalam Pengajaran. *JALIE: Journal of Applied Linguistics and Islamic Education*, 1(1). <https://doi.org/10.33754/jalie.v1i1.83>
- Zulfiar. (2019). *Pola Interaksi Sosial Pengunjung Remaja Di Obyek Wisata Pantai Seruni Kabupaten Bantaeng*. 8(5), 55.