

**PERAN DUTA WISATA DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA
DI KOTA MAKASSAR**

M. Aqiel Rifky Afryan, Mauliadi Ramli
Universitas Negeri Makassar
Email:mauliadiramli21@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Persepsi masyarakat Kota Makassar terhadap Duta Wisata (2) Bentuk peran Duta Wisata dalam memperkenalkan potensi pariwisata di Kota Makassar (3) Dampak peran Duta Wisata dalam promosi potensi wisata di Kota Makassar. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, penentuan informan menggunakan Teknik *purposive sampling* dengan kriteria informan yang telah ditentukan yaitu Duta Wisata Kota Makassar, Kepala serta pejabat terkait dalam Dinas Pariwisata Kota Makassar, Masyarakat Kota Makassar yang telah berdomisili minimal 10 tahun, Tokoh budaya dan pecinta budaya Kota Makassar. Dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Serta analisis datanya dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan : (1) Persepsi masyarakat dengan adanya Duta Wisata meliputi persepsi positif dan persepsi negatif (2) Bentuk peran yang dilakukan Duta Wisata yaitu a) *agent of change* b) Promotor wisata sejarah dan kuliner c) Perwakilan ajang kegiatan kepariwisataan d) *influencer* wisata (3) Dampak dari peran Duta Wisata ini meliputi a) Dampak terhadap program kerja dinas pariwisata b) Dampak terhadap program Makassar Tidak Rantasa serta c) Dampak terhadap perekonomian masyarakat binaan.

Kata Kunci : Pariwisata, Duta Wisata, Peran

Pendahuluan

Indonesia sebagai salah satu negara yang dikenal dengan bermacam adat dan budaya serta tradisi dan masih banyak keindahan alam lainnya. Hal tersebut merupakan salah satu peluang yang dimanfaatkan negara Indonesia terhadap industri pariwisata (Handoko, 2007). Sektor Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang tumbuh dengan cepat. Sektor pariwisata sendiri merupakan salah satu penyumbang devisa bagi negara Indonesia. Pariwisata Indonesia sangatlah maju dan unggul, karena Indonesia sendiri memiliki banyak tempat serta adat dan budaya juga tradisi yang dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata (Rahmi, 2016).

Setiap daerah di Indonesia khususnya Sulawesi selatan memiliki begitu banyak destinasi wisata yang begitu melimpah merupakan aset tersendiri untuk dapat dikembangkan dalam bentuk ekowisata dan ekonomi kreatif, dimana keduanya merupakan tawaran unggulan bagi setiap daerah yang mampu mengembangkan potensi destinasi wisata yang dimilikinya (Kesuma, 2016). Pengembangan pariwisata di suatu daerah tujuan

wisata harus didasarkan pada perencanaan, pengembangan, dan arah pengelolaan yang jelas agar semua potensi yang dimiliki suatu daerah tujuan wisata dapat dikembangkan secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Untuk mendapat hasil yang optimal, pengembangan dalam bidang kepariwisataan tidak hanya didukung oleh satu pihak tetapi merupakan kerjasama dari berbagai pihak, baik kalangan usaha (swasta), tokoh adat (budaya) maupun pihak pejabat pemerintah sendiri.

Pariwisata masa kini merupakan sumber penghasilan dan bahkan menjadi mata pencaharian bagi beberapa masyarakat serta masih menjadi sumber pendapatan daerah (Khrisnamurti et al., 2017). Industri ini terdiri dari serangkaian komponen perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang berbeda satu sama lain. Perbedaan ini bukan hanya dalam produk yang dihasilkan namun juga bergantung pada besarnya perusahaan, lokasi keberadaannya, dan letak geografisnya. Serta pariwisata juga menjadi salah satu sektor yang dijadikan andalan dalam peningkatan pendapat daerah maupun negara. Industri ini juga diharapkan dapat bertahan dalam berbagai kendala. Menilai dari indikator tersebut maka sudah sewajarnya bagi setiap daerah untuk berlomba dan berbenah dengan semangat bersaing yang tinggi dalam industri ini (Suharto, 2017).

Kota Makassar merupakan daerah tujuan wisata Indonesia yang memiliki potensi budaya dan pariwisata yang tidak kalah menariknya dibandingkan tujuan wisata lain di Indonesia. Dinas Pariwisata Kota Makassar memiliki suatu ide promosi agar dapat menjangkau setiap kalangan wisatawan. Salah wujud dari ide tersebut adalah adanya para pemuda-pemudi yang menjadi duta pariwisata. Duta pariwisata sendiri berperan sebagai suatu atraksi wisata yang bertujuan melestarikan budaya daerah, sekaligus sarana pengembangan potensi bakat, kreativitas, dan kecerdasan para pemuda-pemudi dalam peranannya untuk mempromosikan kekayaan seni, budaya, dan pariwisata. Pemilihan duta putra dan putri pariwisata sebagian besar didahului oleh pemilihan dari provinsi, kota dan daerah. Bentuk sosialisasi yang dilakukan oleh Asosiasi Duta Wisata Indonesia Kota Makassar dilaksanakan melalui *sales promotion* (penjualan langsung), *public relations* (hubungan masyarakat), dan *word of mouth* (menyebarkan informasi dari mulut ke mulut).

Asosiasi Duta Wisata Indonesia Kota Makassar (ADWINDO) merupakan para pemuda pemudi yang melalui berbagai proses seleksi yang dalam prosesnya harus memenuhi kriteria seperti, *Behaviour* (Kepribadian dan tata cara perilaku), *Brave* (Rasa percaya diri dan jiwa pemberani), *Beauty* (Pembawaan diri yang menarik). Ketiga hal tersebut dibutuhkan agar setiap orang yang tergabung dalam Duta Wisata sendiri dapat mencerminkan karakteristik daerah mereka. Hal ini akan menyempurnakan mereka sebagai *announcer* yang kompeten dalam memajukan wisata Kota Makassar, dan juga menjadi *endorser* dalam mempromosikan hal-hal terkait dengan wisata Kota Makassar. Dalam ADWINDO sendiri memiliki beberapa program kerja yang mencakup kerja sama antara pemerintah dan masyarakat seperti, berkontribusi dalam perhelatan F8 (Makassar International Eight Festival And Forum) dalam membuat pameran wisata untuk memperkenalkan wisata di

Kota Makassar kepada *tourist*, Membantu membuat SPPD (Surat Perintah Perjalanan Dinas), dan melakukan sosialisasi terhadap pelestarian lingkungan. Peran Duta Wisata Kota Makassar diharapkan menjadi suatu indikator dalam mempromosikan suatu pariwisata daerah. Dengan adanya figure yang mampu bekerja sama dengan dinas pariwisata sendiri dapat membantu pengembangan pariwisata daerah dengan kualitas dan kemampuan yang mumpuni seperti yang dijelaskan sebelumnya. Berkat adanya peran Duta Wisata Kota Makassar diharapkan mampu menjadi promotor untuk mempromosikan potensi pariwisata yang ada.

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan, dijumpai hal yang menarik bagi peneliti terkait topik ini yaitu adanya Asosiasi Duta Wisata Indonesia Kota Makassar yang dinilai mampu mempresentasikan dan meningkatkan pariwisata daerah tersebut yang bahkan mampu menarik para wisatawan lokal dan domestik bahkan internasional dengan berbagai potensi yang ada, dalam program rencana bidang ekonomi kreatif oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar menjadikan adanya seleksi pemilihan Duta Wisata Kota Makassar yang dimulai pada tahun 2019 dan sempat terhenti pada tahun 2020 – 2021 dikarenakan pandemi *Covid* 2019 dan kembali terlaksana pada tahun 2022. Namun adanya Duta Wisata khususnya di Kota Makassar belum dapat menjangkau seluruh masyarakat dalam mengenalkan potensi wisata di Kota Makassar diakibatkan oleh beberapa faktor. Berdasarkan fenomena kurangnya kemaksimalan Duta Wisata dalam menjangkau seluruh kalangan masyarakat dalam memajukan, mensosialisasikan, serta mengembangkan wisata Kota Makassar, maka peneliti tertarik untuk mengeksplorasi secara mendalam dengan mengajukan rencana penelitian dengan topik “Peran Duta Wisata Dalam Pengembangan Pariwisata di Kota Makassar”.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif yang peneliti gunakan ini bertujuan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dengan penerapan metode kualitatif ini membuat peneliti mampu memperoleh data fakta di lapangan yang perlu dianalisis secara lebih mendalam, peneliti langsung terlibat di lapangan untuk pencapaian pengumpulan data yang berhubungan langsung dengan objek penelitian. Dari metode jenis penelitian membantu peneliti sehingga bisa mengumpulkan dan menghasilkan data deskriptif yang menggambarkan apa saja persepsi masyarakat dengan adanya Duta Wisata di Kota Makassar, Bentuk peran Duta Wisata dalam memperkenalkan potensi pariwisata di Kota Makassar, dan melihat Dampak peran Duta Wisata dalam promosi potensi wisata di Kota Makassar.

Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Provinsi Sulawesi Selatan, yang lebih tepatnya berada di Kota Makassar, sebuah alasan mengapa peneliti sangat tertarik mengambil lokasi

tersebut karena pada lokasi tersebut mempunyai data serta informan yang berkaitan dengan judul yang diangkat oleh peneliti yang dimana penelitian ini membuat peneliti bisa mendapatkan informasi mengenai persepsi masyarakat dengan adanya Duta Wisata di Kota Makassar, Bentuk peran Duta Wisata dalam memperkenalkan potensi pariwisata di Kota Makassar, dan melihat Dampak peran Duta Wisata dalam promosi potensi wisata di Kota Makassar. Fokus dalam penelitian ini yaitu mencari tahu mengenai persepsi masyarakat dengan adanya Duta Wisata di Kota Makassar serta mencari tahu bentuk peran apa yang dilakukan oleh Duta Wisata dalam memperkenalkan potensi pariwisata di Kota Makassar dan dampak seperti apa yang ditimbulkan dengan adanya Duta Wisata dalam pengembangan pariwisata di Kota Makassar.

Pembahasan

Duta Wisata, Pariwisata, dan Lingkungan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Duta merupakan orang yang diutus oleh pemerintah untuk melakukan tugas khusus, biasanya keluar negeri, utusan, misi. Duta dapat diartikan orang yang mewakili suatu negara di negara lain untuk mengurus kepentingan negara yang diwakilinya, membantu dan melindungi warga negaranya yang tinggal di negara itu. Duta Wisata merupakan putra-putri terpilih dalam upaya mempromosikan potensi dan aset wisata di daerah, diharapkan dengan menyandang gelar sebagai Duta Wisata mereka yang terpilih adalah sosok Duta Wisata yang kreatif, inovatif, percaya diri, berpengalaman dan berjiwa diri (Suharto, 2017). Hal itu ditunjang oleh penampilan yang simpatik, yang kemudian diarahkan untuk dapat menggapai visi terwujudnya Duta Wisata sebagai generasi yang berkualitas, santun, berdedikasi untuk melestarikan budayanya. Selain itu juga dapat berperan aktif dalam mempromosikan kepariwisataan. Duta Wisata merupakan atraksi wisata yang bertujuan melestarikan budaya daerah. Sekaligus sarana pengembangan potensi bakat, kreativitas, kecerdasan para generasi muda untuk menjadi figur yang dapat berperan dalam mempromosikan kekayaan seni, budaya maupun pariwisatanya (Achnes & Randa, 2015).

Duta Wisata yang diharapkan dapat berperan dalam mewakili daerahnya sebagai upaya mempromosikan potensi dan aset wisata daerahnya, juga diharapkan mampu bagi yang terpilih menjadi Duta Wisata adalah sosok Duta Wisata yang kreatif, inovatif, percaya diri, berpengalaman dan berjiwa diri. Hal itu ditunjang oleh penampilan yang simpatik, yang kemudian diarahkan untuk dapat menggapai visi terwujudnya Duta Wisata sebagai generasi yang berkualitas, santun, berdedikasi untuk melestarikan budayanya. Selain itu juga dapat berperan aktif dalam mempromosikan kepariwisataan. Duta Wisata dalam kesehariannya, yaitu selama masa jabatannya akan berperan sesuai dengan predikat yang disandangnya, dimana pada saat bertugas, Duta Wisata secara verbal maupun non verbal akan mempromosikan potensi daerahnya/obyek wisata ke masyarakat umum, Mereka juga

berperan sebagai duta yang yang bisa menjadi penyebar kesadaran wisata, perwakilan ajang, dan influencer wisata (Paul et al., 2017).

Banyak dugaan bahwa Duta Wisata ialah sebuah pelengkap tidak dapat dibenarkan, dalam melaksanakan tugasnya Duta Wisata tidak hanya bertugas sebagai pendamping tamu-tamu negara atau daerah melainkan Duta Wisata sebagai pemberi informasi, selain itu Duta Wisata sering menjadi pagar ayu dengan menampilkan baju-baju kedaerahan yang menjadi ciri khas dan keunikan tersendiri, selain sebagai pihak promosi, Duta Wisata juga menjelaskan informasi mengenai etnik-etnik daerah yang digunakan beserta dengan sejarahnya. Duta Wisata dipercaya sebagai perpanjangan tangan yang baik dalam setiap kegiatan promosi baik expo, pameran ataupun pagelaran seni untuk masuk ke dalam semua segmentasi baik itu pelajar maupun non-pelajar, tua ataupun muda, turis domestic atau turis mancanegara (Andriyani, 2014).

Pengembangan kepariwisataan memerlukan dukungan dari berbagai elemen, mulai dari pemerintah, masyarakat setempat di kawasan Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW), masyarakat di luar ODTW, dan tidak kalah pentingnya yakni dukungan dari generasi muda. wawasan tentang industri kepariwisataan sangat perlu diberikan kepada generasi muda, agar para generasi muda mempunyai kecintaan terhadap potensi pariwisata di daerahnya, dan kemudian mendukung pengembangan potensi tersebut (Wulandari, 2016).

Alam atau sumber daya alam adalah asset penopang alami keberlangsungan hidup kita di Bumi ini. Pengelolaannya sangat dibutuhkan untuk menjaga kelestarian siklus alamiah agar tidak terputus dan musnah. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2016) menegaskan bahwa wilayah Indonesia sekitar 60% adalah hutan. Luas hutan tropisnya mencapai 134 juta hektar pada tahun 2011. Tersebar nya sumber daya alam seperti bentangan pantai berpasir, air terjun, bentang padang rumput, dan pegunungan, hutan, flora, serta fauna merupakan kekayaan alam yang harus dijaga agar dapat tetap asri (Hadisusanto et al., 2018). Kehidupan manusia sangat bergantung pada kelestarian sumber daya alam karena bergantung pada ekosistem hidupnya yang dalam hal ini bahwa peran manusia juga sangat penting dalam menjaga ekosistem alam agar tetap terjaga, berbagai cara harus dilakukan untuk membuat sumber daya alamnya tetap terjaga.

Indonesia sebuah wujud Negara yang kaya akan sumber daya alam melimpah dan eksotis baik sumber daya alam hayati, maupun sumber daya alam non-hayati. Potensi kekayaan alamnya dimulai dari laut, darat, bumi, dan kekayaan lainnya yang tersimpan dalam bumi nusantara (Hartini et al., 2016). Potensi sumber daya alam yang begitu besar tersebut dapat dimanfaatkan untuk berkontribusi dalam pembangunan negara dan juga untuk kesejahteraan masyarakat apabila terkelola oleh pemerintah dan masyarakat (Rusyidi & Fedryansah, 2018). Pertumbuhan paradigma ekologi dari tinjauan sosio-historis bermula pada penekanan terhadap pemahaman lokal lalu bermuara dalam pada modernisme industri, ekologi berasal dari dua kata dalam Bahasa Yunani yaitu, *oikos* yang diartikan

sebagai “rumah” atau “tempat tinggal”, dan kata *logos* yang artinya “studi” atau telaah (Husaini, 2022). Dengan demikian, jika disimpulkan bahwa ekologi berarti studi atau telaah tentang organisme di tempat tinggalnya.

Secara lebih formal, ekologi itu berarti studi atau telaah yang mengkaji tentang struktur dan fungsi alam atau studi tentang struktur dan fungsi alam atau studi yang mengkaji tentang hubungan di antara organisme hidup dan keseluruhan aspek fisik serta biologikal yang membentuk lingkungannya (Dharmawan, 2007). Ekologi merupakan subdisiplin biologi yang berkenaan dengan interaksi antara organisme dengan lingkungannya, dalam hubungan populasi, komunitas, tingkat ekosistem dari organisasinya (Devianty, 2019). Di masa sekarang yang dimana segalanya bergantung satu sama lain manusia sangat bergantung pada alam, eksploitasi seringkali dilakukan oleh manusia berdasarkan hal tersebut, manusia lebih menganggap diri mereka sebagai penguasa atas dari kekayaan alam bukan sebagai penjaga. Dalam perspektif agama dijelaskan dalam kitab suci Alkitab 1:26 yang berbunyi “Berfirmanlah Allah: Baiklah kita menjadikan manusia menurut gambar dan rupa Kita, supaya mereka berkuasa atas Ikan-Ikan dilaut dan burung-burung di udara dan atas ternak dan seluruh bumi atas segala binatang yang merayap di bumi.” Selanjutnya dalam kitab suci Al-Qur’an dijelaskan bahwa Allah Swt. menolak manusia diciptakan dalam gambar Allah Swt. jika seperti itu keangungan Allah Swt. akan dirosocketkan. Inilah yang akan menjadi perbedaan prinsip pandangan Islam dan Kristen. Hubungan manusia dan lingkungan dijalankan melalui dua cara.

Di satu sisi, manusia dipengaruhi oleh lingkungan, tetapi pada sisi lain manusia memiliki kemampuan untuk merubah lingkungan. Kapabilitas tersebut berbeda antara satu daerah dengan daerah yang lain maupun masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lainnya (Jamaludin, 2015). Pada tingkat masyarakat yang memiliki peradaban lebih maju, manusia cenderung dominan sehingga ekosistem lingkungannya telah banyak berubah dari lingkungan alam menjadi lingkungan binaan manusia, hubungannya dengan lingkungan manusia lebih mengembangkan ilmu teknologi serta pengetahuan berdasar dengan kemajuan teknologi saat ini yang membuat manusia berada di era penguasaan teknologi sebagai tumpuan utama dari kehidupan manusia.

Dalam kajian etika lingkungan menjelaskan bahwa manusia membutuhkan alam dibandingkan alam yang membutuhkan manusia maka sudah dapat dipastikan bahwa kerusakan alam tidak jauh dari tindakan manusia (YUNITA & Idami, 2020). Dalam teori antroposentrisme menjelaskan bahwa terjadi kesalahan cara pandang barat yang bermula dari Aristoteles hingga filsuf modern, dalam antroposentris dinilai bahwa manusia sama seperti makhluk hidup lainnya dan memiliki kedudukan yang sama dalam ekosistem kehidupan ini sehingga teori ini berbanding terbalik dengan teori filsuf modern terhadap cara pandang etika lingkungan (Suwantana, 2022).

Persepsi Tentang Duta Wisata

Persepsi masyarakat dalam penelitian ini adalah bagaimana individu dalam masyarakat memahami, menafsirkan, dan merespon suatu fenomena, peristiwa, atau situasi. Persepsi ini mencakup pandangan, penilaian ataupun pendapat yang dimiliki orang-orang dalam masyarakat itu sendiri terkait berbagai hal. Persepsi dari hasil penelitian ini menghasilkan 2 arah persepsi yaitu persepsi positif dan persepsi negatif. Persepsi positif sendiri merujuk pada pandangan masyarakat yang baik yang diberikan oleh masyarakat terhadap Duta Wisata ini, sedangkan perspektif negatif sendiri merujuk pada pandangan yang kurang baik yang dapat dilihat oleh masyarakat terhadap Duta Wisata ini.

Duta Wisata merupakan organisasi atau kelompok yang terdiri dari individu atau kelompok yang bertugas mempromosikan destinasi pariwisata. Mereka menjadi duta yang memberikan informasi mengenai atraksi wisata, budaya lokal, kuliner dan lainnya kepada masyarakat. Duta Wisata dapat beroperasi di tingkat lokal, regional atau nasional dan bekerja sama dengan pemerintah, lembaga pariwisata dan pihak terkait lainnya. Berdasarkan dari hasil wawancara saya dengan Saudari Dian Septi Syarif, beliau memberikan perspektifnya mengenai pengertian Duta Wisata. Berikut adalah kutipan wawancaranya :

“Duta Wisata merupakan orang yang membantu mempromosikan wisata-wisata yang ada di Kota Makassar bukan hanya itu, Duta Wisata juga merupakan salah satu pendukung aktif untuk pengembangan pariwisata yang bergerak sebagai promotor wisata.” (Wawancara dilakukan pada tanggal 15 Februari 2023)

Dari hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa Duta Wisata merupakan orang-orang yang membantu pemerintahan dalam hal ini Dinas Pariwisata untuk melakukan promosi serta pengembangan pariwisata. Duta Wisata diharapkan mampu mengajak serta memberikan motivasi kepada semua kalangan untuk dapat membangun pariwisata yang ada di Kota Makassar. Sementara itu, hasil wawancara dengan Saudari Nur Alifia memberikan informasi tambahan mengenai Duta Wisata, dia mengatakan bahwa :

“Duta Wisata merupakan sebutan untuk sebuah profesi yang bertugas dalam menginformasikan, mengelola dan mengembangkan pariwisata di Kota Makassar, termasuk memperkenalkan kegiatan-kegiatan pariwisata di antaranya Makassar Internasional Eight Festival and Forum (F8) dan menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kota Makassar”(Wawancara dilakukan pada tanggal 20 Februari 2023)

Berdasarkan bukti wawancara di atas menjelaskan bahwa Duta Wisata juga merupakan sebuah profesi yang memperkenalkan wisata-wisata yang ada di Kota Makassar. Duta Wisata tidak hanya mempromosikan Kota Makassar saja, melainkan juga memperkenalkan wisata-wisata yang ada, seperti wisata sejarah, wisata religi, wisata kuliner, wisata belanja, serta wisata alam yang ada di Kota Makassar. Duta Wisata memperkenalkan Benteng Fort Rotterdam (Museum I Laga Ligo), Museum Kota Makassar, Monumen Mandala Pembebasan Irian Barat, Masjid 99 Kubah CPI, Masjid Raya Makassar, Gereja Katedral, Vihara Girinaga, Coto Makassar, Konro, Mie Titi, Es Pisang Ijo, Jalangkote,

Pisang Epe, Pallubasa, Sop Saudara, Konro Bakar, Juku Pallumara, Mall Ratu Indah, Trans Studio Mall, Pantai Losari, Desa Wisata Lantebung, Pulau Samalona, dan masih banyak lainnya Masyarakat cenderung melihat Duta Wisata sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan dan akurat tentang destinasi pariwisata. Jika Duta Wisata dianggap kredibel, masyarakat akan lebih cenderung mengandalkan informasi yang disampaikan oleh Duta Wisata ini. Sebagai sumber informasi Duta Wisata berperan penting dalam mempromosikan destinasi wisata kepada masyarakat. Mereka dapat memberikan informasi yang aktual, dan terkini mengenai wisata-wisata, acara khusus seperti *Makassar International Eight Festival & Forum*, serta kegiatan budaya pada hari kebudayaan yang dapat menarik perhatian wisatawan.

Wawancara berikutnya dilakukan dengan saudari Nabhila Rezky Salsabila Ridwan, seorang yang tinggal di Kota Makassar kurang lebih 13 tahun ini menjelaskan bahwa :

“Duta Wisata adalah sosok yang diharapkan dapat menjadi bagian terdepan di Kota Makassar dalam menggali, memperkenalkan hingga kemudian menjadi bagian dari denyut kehidupan seni, budaya dan pariwisata. Duta Wisata juga bisa diartikan sebagai tokoh yang menjadi icon dalam masyarakat yang memahami segala aspek dalam pariwisata, baik objek maupun subjeknya, serta memiliki beberapa fungsi penting. (Wawancara dilakukan pada tanggal 22 Februari 2023)

Sementara itu, hasil wawancara dengan Ibu Ana Dwi Agustin, S.Stp, M.Si, dia memberikan informasi tambahan bahwa :

“Kalau menurut saya Duta Wisata itu adalah orang yang dipilih sebagai juru bicara atau juru promosi atau juru pemasaran dari pariwisata yang ada di Kota Makassar gitu. Jadi dia dipilih mewakili pariwisata yang di Makassar untuk dipromosikan atau dipasarkan.” (Wawancara dilakukan pada tanggal 27 Februari 2023)

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa Duta Wisata tidak hanya bergerak pada bidang pariwisata saja, melainkan juga bergerak di bidang seni maupun budaya di Kota Makassar. Seni dan Budaya juga dapat memicu timbulnya perspektif masyarakat. Karena masyarakat memiliki perspektif yang berbeda-beda dalam memandang Duta Wisata ini. Selain itu, cara komunikasi yang dilakukan oleh Duta Wisata juga dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Jika Duta Wisata mampu berkomunikasi secara efektif melalui berbagai media, seperti media sosial dan kampanye promosi, masyarakat akan lebih mudah menerima informasi.

Media dan opini publik juga menjadi acuan masyarakat dalam memberikan perspektif kepada Duta Wisata ini. Jika media memberikan liputan yang positif tentang kegiatan dan prestasi Duta Wisata ini, masyarakat akan cenderung memiliki perspektif yang positif. Begitu pula mengenai opini publik yang dapat membentuk perspektif kolektif terhadap peran dan kontribusi Duta Wisata tersebut.

Persepsi masyarakat juga dipengaruhi oleh keberagaman destinasi yang dipromosikan oleh Duta Wisata. Jika Duta Wisata tersebut berhasil memperkenalkan

destinasi wisata yang beragam dan menarik, masyarakat akan memiliki persepsi positif terhadap peran Duta Wisata tersebut dalam memperkenalkan keindahan dan kekayaan pariwisata daerahnya. Seperti yang dikatakan oleh Saudari Nur Alifia dalam wawancara dengan peneliti, dia mengatakan bahwa :

“Duta Wisata hadir untuk memberikan informasi dan edukasi tentang peluang pariwisata yang ada di Kota Makassar serta bertanggung jawab untuk mempromosikan dan menarik wisatawan untuk berkunjung ke destinasi Wisata Kota Makassar di antaranya Benteng Fort Rotterdam, Pantai Akkarena dan Wisata Mangrove Lantebung” (Wawancara dilakukan pada tanggal 20 Februari 2023)

Berdasarkan penjelasan di atas, sudah tergambar jelas bahwa Masyarakat juga ikut andil dalam membantu Duta Wisata ini dalam menjalankan tugas dan amanah yang diembannya. Masyarakat merasa terlibat dan memiliki kesempatan untuk berpartisipasi dalam acara atau program yang diselenggarakan oleh Duta Wisata, mereka akan memiliki ikatan emosional yang lebih kuat dan akan mendukung upaya promosi yang dilakukan Duta Wisata tersebut.

Kesimpulan

Persepsi masyarakat terhadap adanya Duta Wisata ini menghasilkan dua arah persepsi yaitu persepsi positif dan persepsi negatif. Persepsi positif sendiri merujuk pada pandangan masyarakat yang baik yang diberikan oleh masyarakat terhadap Duta Wisata ini, sedangkan perspektif negatif sendiri merujuk pada pandangan yang kurang baik yang dapat dilihat oleh masyarakat terhadap Duta Wisata ini. Bentuk peran Duta Wisata yaitu Pertama, *Agent Of Change*, Duta Wisata menjadi representator dari generasi muda untuk mengajak generasi muda lainnya agar lebih *aware* akan potensi wisata yang dimiliki oleh Kota Makassar. Kedua, Promotor Wisata Sejarah dan Wisata Kuliner, Duta Wisata sendiri dalam menjalankan tugasnya, mereka mempromosikan Wisata Sejarah. Wisata sejarah sendiri adalah jenis wisata yang mengajak pengunjung untuk mengeksplor dan mempelajari tempat-tempat bersejarah yang memiliki nilai historis dan budaya suatu tempat contohnya Benteng Fort Rotterdam.

DAFTAR PUSTAKA

- Achnes, S., & Randa, R. (2015). *Peran Duta Wisata dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Solok*. Riau University.
- Adikampana, I. M. (2017). *Pariwisata Berbasis Masyarakat* (S. Trisila (ed.)). CAKRA PRESS.
- Ahmadin. (2013). *Metode Penelitian Sosial*. Rayhan Intermedia.
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Amirudin, S. A. (2018). Penerapan strategi edukasi pasar sekolah umroh di LBIH Multazam Prima Utama. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Andriyani, L. (2014). *Peran Duta Wisata Dalam Mempromosikan Kebudayaan dan Pariwisata di Kalimantan Timur*.

- Arnstein, S. R. (1969). *A ladder of citizen participation*. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216–224.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46–62.
- Choguill, M. B. G. (1996). *A ladder of community participation for underdeveloped countries*. *Habitat International*, 20(3), 431–444.
- Devianty, R. (2019). Pengantar Ilmu sosial.
- Dharmawan, A. H. (2007). Dinamika sosio-ekologi pedesaan: Perspektif dan pertautan keilmuan ekologi manusia, sosiologi lingkungan dan ekologi politik. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 1(1).
- Hadisusanto, S., Eprilurahman, R., Purnomo, D., Yudha, S., Trijoko, S., Sudiby, P., Asti, H. A., Ramadani, R. S., Sancayaningsih, R. P., & Pranoto, F. X. S. (2018). *Keanekaragaman hayati di Gianyar*. UGM PRESS.
- Handoko, W. (2007). Sumberdaya Arkeologi Menuju Industri Pariwisata di Maluku: Masalah, Peluang, Tantangan dan Solusinya. *Kapata Arkeologi*, 119–139.
- Hartini, R., Husamah, H., Purwanti, E., Hudha, A. M., Adityo, A., Faizah, A. Z., Putri, A. A., Setiawan, A., Arifin, B., & Abidasari, E. (2016). *Pemahaman Lingkungan Secara Holistik*. PSLK UMM dan UMM Press.
- Husaini, M. (2022). Teori-Teori Ekologi. *Darul Ulum: Jurnal Ilmiah Keagamaan, Pendidikan Dan Kemasyarakatan*, 13(1), 116–137.
- Jamaludin, A. N. (2015). *Sosiologi perkotaan: memahami masyarakat kota dan problematikanya*. Pustaka Setia.