

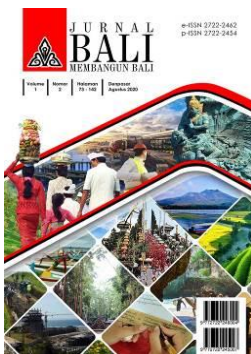


Public Relations dan Community Engagement dalam Mempromosikan Wisata Konservasi Penyu di Serangan, Denpasar Selatan

Ni Putu Devi Septiana¹, Ni Kadek Winda Yanti²

^{1,2}Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

email: ¹deviseptiana0409@gmail.com, ²windayanti@undiknas.ac.id



Sejarah Artikel

Diterima pada
14 November 2025

Direvisi pada
20 November 2025

Disetujui pada
1 Desember 2025

Abstract

Purpose: This study aims to analyze the role of public relations (PR) strategies and Community Engagement in promoting turtle conservation tourism at the Turtle Conservation and Education Center (TCEC) in Serangan, South Denpasar.

Research methods: The study employed a qualitative descriptive approach using observation, in-depth interviews, and documentation. The research involved TCEC managers, local communities, tourists, and related stakeholders to obtain comprehensive insights into communication practices and community involvement.

Findings: The implementation of the Two-Way Symmetrical Communication model by the existing PR practitioner effectively established mutual communication between the conservation institution and the surrounding community. The active participation of local residents in educational programs, digital promotions, and conservation activities significantly increased public environmental awareness and improved TCEC's image as a sustainable tourism destination.

Implication: This study highlights the importance of synergizing communication strategies with community participation to support conservation-based tourism promotion and environmental education.

Keywords: public relations, community engagement, conservation tourism, TCEC Serangan, two-way communication

Abstrak

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran strategi Hubungan Masyarakat (Humas) dan Keterlibatan Masyarakat dalam mempromosikan wisata konservasi penyu di Turtle Conservation and Education Center (TCEC) di Serangan, Denpasar Selatan.

Metode penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Penelitian ini melibatkan pengelola TCEC, masyarakat lokal, wisatawan, dan pemangku kepentingan terkait untuk memperoleh wawasan komprehensif tentang praktik komunikasi dan keterlibatan masyarakat.

Hasil: Penerapan model Komunikasi Simetris Dua Arah oleh praktisi Humas setempat efektif membangun komunikasi timbal balik antara lembaga konservasi dan masyarakat sekitar. Partisipasi aktif warga lokal dalam program edukasi, promosi digital, dan kegiatan konservasi secara signifikan meningkatkan kesadaran lingkungan publik dan meningkatkan citra TCEC sebagai destinasi wisata berkelanjutan.

Implikasi: Penelitian ini menyoroti pentingnya sinergi strategi komunikasi dengan partisipasi masyarakat untuk mendukung promosi wisata berbasis konservasi dan edukasi lingkungan.

Kata kunci: public relations, community engagement, conservation tourism, TCEC Serangan, two-way communication

PENDAHULUAN

Salah satu bentuk konkret implementasi pariwisata berkelanjutan di Indonesia dapat dilihat pada kegiatan konservasi penyu di Turtle Conservation and Education Center (TCEC) Serangan, Denpasar Selatan. Lembaga ini tidak hanya berfungsi sebagai pusat konservasi, tetapi juga sebagai wahana edukasi dan destinasi wisata berbasis lingkungan yang berperan dalam meningkatkan kesadaran ekologis masyarakat serta wisatawan (Budiman *et al.*, 2025).

Meskipun memiliki nilai ekologis dan edukatif yang tinggi, tingkat popularitas wisata konservasi penyu di Serangan masih tergolong rendah dibandingkan dengan destinasi wisata lain di Bali. Bahkan wacana wisata konservasi penyu masih kalah populer dibandingkan wacana pariwisata budaya di mana Bali selama ini dikenal memiliki modal utama berupa kebudayaan Bali (Mudana *et al.*, 2018; Mudana *et al.*, 2023a; Mudana *et al.*, 2023b; Mudana *et al.*, 2024).

Minimnya eksposur publik terhadap kegiatan konservasi menunjukkan lemahnya strategi komunikasi dan promosi yang dilakukan oleh lembaga pengelola (Firman, 2021). Padahal, dalam konteks promosi wisata berbasis konservasi, strategi komunikasi yang efektif memiliki peran vital dalam membangun citra positif dan menarik minat wisatawan. Peran *Public Relations* (PR) menjadi sangat penting dalam membentuk hubungan timbal balik antara lembaga konservasi, masyarakat, dan wisatawan. PR berfungsi sebagai jembatan komunikasi strategis yang tidak hanya menyampaikan pesan satu arah, tetapi juga membuka ruang dialog melalui pendekatan komunikasi dua arah yang seimbang (Grunig & Hunt, 1984). Di sisi lain, keterlibatan masyarakat atau *community engagement* menjadi faktor pendukung utama yang menentukan keberhasilan kegiatan konservasi dan promosi wisata berbasis lingkungan (Grunig & Kim, 2021).

Bertolak dari kondisi tersebut, penelitian ini memfokuskan diri pada analisis peran strategi *Public Relations* dan *Community Engagement* dalam mempromosikan wisata konservasi penyu di TCEC Serangan. Penelitian ini mempelajari bagaimana penerapan model *Two-Way Symmetrical Communication* yang dikembangkan oleh Grunig & Hunt (1984) mampu menciptakan komunikasi dua arah yang saling menguntungkan antara lembaga konservasi dan publiknya. Pendekatan ini menjadi relevan dalam konteks konservasi penyu karena memungkinkan terciptanya pemahaman bersama antara organisasi dan masyarakat, yang pada akhirnya memperkuat kolaborasi dalam kegiatan pelestarian lingkungan. Selain itu, penelitian ini menggunakan konsep *Community Engagement* sebagaimana dikemukakan oleh Harahap *et al.*, (2020), yang menekankan pentingnya partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap kegiatan konservasi, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Sinergi antara PR dan keterlibatan masyarakat diharapkan dapat membangun citra destinasi wisata konservasi yang berkelanjutan, partisipatif, dan edukatif (Harnino *et al.*, 2021).

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis secara mendalam bagaimana strategi PR dan *Community Engagement* berkontribusi terhadap promosi wisata konservasi penyu di Serangan, serta untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Penelitian ini juga bertujuan menciptakan pemahaman tentang sejauh mana komunikasi dua arah dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pelestarian penyu sebagai bagian dari daya tarik wisata edukatif. Secara teoritis, penelitian ini memberikan

kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya bidang PR dan komunikasi pembangunan berkelanjutan (Juniawan *et al.*, 2025). Secara praktis, hasil penelitian diharapkan memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola TCEC, pemerintah daerah, dan komunitas lokal dalam memperkuat strategi komunikasi serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam promosi wisata konservasi (Kineta *et al.*, 2023).

Dengan ruang lingkup yang berfokus pada wilayah Serangan, Denpasar Selatan, penelitian ini memiliki relevansi tinggi terhadap kebijakan nasional tentang konservasi sumber daya alam sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2024 serta Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 65 Tahun 2022 tentang Rencana Aksi Nasional Konservasi Penyu. Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan prinsip yang ditekankan oleh *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO), yang menempatkan promosi berbasis edukasi dan nilai ekologis sebagai fondasi pengembangan pariwisata berkelanjutan (Kura Kura Bali, 2024; Kura Kura Bali, 2025). Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar ilmiah dalam merumuskan strategi komunikasi yang efektif, memperkuat kolaborasi lintas sektor, serta mendukung pengembangan wisata konservasi penyu yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami fenomena komunikasi antara lembaga konservasi dan masyarakat dalam mempromosikan wisata konservasi penyu di Turtle Conservation and Education Center (TCEC) Serangan, Denpasar Selatan, dengan peneliti sebagai instrumen utama yang menggali makna, pengalaman, serta strategi komunikasi secara alamiah. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengelola TCEC, masyarakat, wisatawan, dan pemerintah, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen resmi, publikasi, dan konten media sosial (Pretty, 1995).

Teknik pengumpulan data penelitian ini meliputi observasi langsung, wawancara mendalam, serta dokumentasi, dengan pemilihan informan menggunakan purposive sampling berdasarkan relevansi keterlibatan mereka dalam kegiatan konservasi dan promosi wisata. Analisis data mengacu pada model interaktif Miles *et al.* (2024) yang mencakup kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, metode, dan waktu. Penelitian ini dibatasi pada aspek komunikasi dan keterlibatan masyarakat dalam promosi wisata konservasi, sehingga tidak membahas aspek biologis penyu dan analisis ekonomi secara kuantitatif. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi *Public Relations* berbasis *Two-Way Symmetrical Communication* dan penguatan promosi wisata berkelanjutan berbasis pelestarian lingkungan di wilayah Serangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran *Public Relations* dalam Membangun Citra dan Komunikasi Edukatif

Public Relations (PR) memiliki peran strategis dalam membangun citra positif lembaga konservasi serta mengomunikasikan nilai-nilai edukatif kepada masyarakat luas. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola Turtle Conservation and Education Center (TCEC) Serang, kegiatan komunikasi yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada promosi wisata, tetapi juga diarahkan untuk menumbuhkan kesadaran ekologis dan kepedulian terhadap kelestarian penyu. Kegiatan PR di TCEC meliputi edukasi lingkungan kepada pengunjung, penyebaran informasi konservasi melalui media sosial, dan pelibatan masyarakat dalam kegiatan kampanye lingkungan. Pendekatan komunikasi yang dilakukan bersifat informatif dan persuasif, dengan tujuan agar masyarakat memahami bahwa wisata konservasi tidak hanya menjadi ajang hiburan, tetapi juga wadah pembelajaran dan pelestarian sumber daya alam (Putra *et al.*, 2019).

Bentuk komunikasi yang diterapkan oleh TCEC menunjukkan penerapan model *Two-Way Symmetrical Communication* sebagaimana dijelaskan oleh Grunig & Hunt (1984). Dalam praktiknya, pengelola tidak hanya menyampaikan pesan satu arah kepada publik, tetapi juga membuka ruang dialog dan menerima masukan dari masyarakat serta wisatawan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa TCEC aktif berinteraksi dengan publik melalui kegiatan tatap muka, seperti edukasi di sekolah, kunjungan kelompok belajar, dan kerja sama dengan kampus atau lembaga sosial. Umpan balik dari masyarakat sering kali dijadikan bahan evaluasi bagi pengelola dalam memperbaiki metode komunikasi dan meningkatkan kualitas edukasi. Dengan demikian, PR di TCEC berfungsi bukan hanya sebagai penyampai informasi, melainkan juga sebagai fasilitator komunikasi dua arah yang memperkuat hubungan antara lembaga konservasi dan publiknya (Rahmanda *et al.*, 2024).

Selain itu, strategi komunikasi yang dijalankan oleh TCEC turut mendukung pembentukan citra positif lembaga sebagai pusat konservasi yang terbuka, transparan, dan edukatif. Berdasarkan wawancara, citra lembaga dibangun melalui tiga pendekatan utama: transparansi informasi kegiatan konservasi, keterlibatan masyarakat dalam kegiatan edukatif, dan konsistensi pesan lingkungan di berbagai media. Media sosial menjadi kanal penting dalam membangun reputasi digital TCEC. Pengelola secara rutin membagikan dokumentasi kegiatan pelepasan tukik, edukasi anak sekolah, serta kolaborasi dengan lembaga lain sebagai bentuk tanggung jawab sosial. Keaktifan ini menciptakan persepsi publik bahwa TCEC bukan sekadar destinasi wisata, tetapi juga lembaga yang konsisten menjalankan misi pelestarian lingkungan dan pendidikan masyarakat (Salafudin, 2023).

Lebih lanjut, hasil wawancara memperlihatkan bahwa strategi PR TCEC menempatkan unsur edukasi sebagai inti dari komunikasi publik. Setiap kegiatan promosi selalu disertai dengan pesan moral dan pengetahuan tentang pentingnya menjaga keseimbangan ekosistem laut. Misalnya, dalam kegiatan pelepasan tukik, pengunjung tidak hanya diajak berpartisipasi secara simbolis, tetapi juga diberi penjelasan tentang siklus hidup penyu dan ancaman yang mereka hadapi di alam. Pendekatan ini menunjukkan bahwa komunikasi edukatif yang diterapkan bersifat *experience-based learning*, di mana wisatawan belajar melalui pengalaman langsung.

Hal ini sejalan dengan pandangan Utami & Aji (2023) yang menyebutkan bahwa komunikasi yang menggabungkan edukasi dan pengalaman personal akan lebih efektif dalam membangun kesadaran dan citra positif lembaga.

Dalam konteks hubungan masyarakat, PR TCEC juga berperan menjaga kepercayaan publik dengan cara menjalin komunikasi yang empatik dan responsif. Berdasarkan temuan wawancara, pengelola senantiasa merespons pertanyaan, kritik, atau saran yang disampaikan oleh masyarakat melalui media sosial maupun secara langsung di lokasi konservasi. Komunikasi yang terbuka ini menciptakan hubungan emosional antara pengelola dan publik, sekaligus memperkuat loyalitas masyarakat terhadap lembaga (Utami & Aji, 2023). Selain itu, PR juga berupaya membangun hubungan baik dengan media lokal untuk memperluas jangkauan pesan dan meningkatkan eksposur lembaga. Hal ini dibuktikan dengan beberapa publikasi di media daring seperti *Antara News* dan *Bali Tribune* yang mengangkat kegiatan edukatif TCEC. Upaya ini mencerminkan implementasi teori komunikasi dua arah yang simetris, di mana PR menjadi mediator yang menjaga keseimbangan kepentingan antara lembaga dan publik eksternal.

Secara keseluruhan, peran PR di TCEC Serangan tidak hanya berfokus pada pencitraan, tetapi juga pada upaya menanamkan nilai edukatif yang berkelanjutan. PR berfungsi sebagai penghubung yang menyeimbangkan kepentingan lembaga dan masyarakat melalui komunikasi terbuka, edukatif, dan partisipatif. Keberhasilan TCEC dalam mempertahankan reputasi positif sebagai destinasi wisata konservasi di Bali menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasi yang humanis, transparan, dan berbasis edukasi merupakan faktor kunci dalam membangun kepercayaan publik. Hasil ini sejalan dengan pandangan Kineta et al. (2023) yang menegaskan bahwa keberhasilan PR di lembaga sosial-lingkungan sangat bergantung pada konsistensi pesan dan komitmen lembaga dalam menjalankan nilai-nilai kemanusiaan serta keberlanjutan ekologis. Dengan demikian, komunikasi yang dijalankan oleh TCEC menjadi contoh penerapan praktik PR yang tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif dalam membangun kesadaran publik terhadap pentingnya konservasi penyu.

Keterlibatan Masyarakat (*Community Engagement*) dalam Aktivitas Konservasi

Keterlibatan masyarakat menjadi salah satu pilar utama dalam keberhasilan kegiatan konservasi penyu di Turtle Conservation and Education Center (TCEC) Serangan. Berdasarkan hasil wawancara, masyarakat lokal tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga aktor aktif dalam menjalankan berbagai kegiatan konservasi dan edukasi. Sebagian besar warga Serangan terlibat secara langsung, baik sebagai staf TCEC, relawan, pemandu wisata, maupun pendukung dalam kegiatan sosial dan kampanye lingkungan. Bentuk partisipasi tersebut meliputi kegiatan pelepasan tukik, pembersihan pantai, penyuluhan di sekolah, serta pembuatan produk lokal yang mendukung promosi wisata konservasi. Warga juga dilibatkan dalam mendampingi wisatawan yang berkunjung, sehingga interaksi antara pengunjung dan masyarakat menciptakan pengalaman edukatif yang autentik. Keterlibatan ini memperlihatkan bahwa masyarakat bukan hanya objek dari kegiatan konservasi, melainkan juga subjek yang berperan dalam menjaga keberlanjutan program TCEC (Yanti, 2022).

Keterlibatan masyarakat di TCEC didasari pada semangat gotong royong dan rasa tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar. Berdasarkan wawancara, banyak

warga yang merasa bahwa pelestarian penyu merupakan bagian dari identitas dan kebanggaan mereka sebagai penduduk pesisir. Mereka menilai bahwa keberadaan TCEC tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berkontribusi dalam pelestarian lingkungan laut. Dalam kegiatan konservasi, masyarakat secara sukarela membantu proses penetasan telur, perawatan tukik, serta pelepasan ke laut. Beberapa warga bahkan menyalurkan waktu luang mereka untuk menjadi relawan edukasi bagi pengunjung sekolah atau wisatawan. Pola partisipasi seperti ini menggambarkan tingkat kesadaran yang tinggi dan menunjukkan bahwa nilai-nilai konservasi telah tertanam dalam kehidupan sosial masyarakat Serang.

Bentuk *community engagement* di TCEC juga mencerminkan praktik *participatory approach* sebagaimana dikemukakan oleh Pretty (1995), di mana masyarakat terlibat dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola, ide-ide dari masyarakat sering dijadikan pertimbangan dalam merancang kegiatan konservasi atau edukasi. Misalnya, kegiatan pembersihan pantai dan lomba edukasi anak sekolah merupakan usulan dari kelompok masyarakat yang peduli lingkungan. Masyarakat juga turut menyumbang tenaga dan kreativitas dalam membuat souvenir atau hasil kerajinan bertema penyu yang dijual di sekitar lokasi wisata. Proses pelibatan yang terbuka ini mencerminkan bahwa TCEC berhasil membangun komunikasi partisipatif yang selaras dengan konsep *two-way symmetrical communication* dalam teori PR. Keterlibatan masyarakat bukan sekadar formalitas, tetapi merupakan bentuk kolaborasi nyata antara lembaga dan komunitas lokal dalam menjaga ekosistem penyu.

Selain keterlibatan langsung dalam kegiatan konservasi, masyarakat juga berperan dalam mendukung promosi wisata edukatif yang dilakukan oleh TCEC. Hasil wawancara menunjukkan bahwa warga sering membantu menyebarkan informasi kegiatan konservasi melalui media sosial pribadi, jaringan komunitas, dan interaksi dengan wisatawan. Beberapa warga menjadi narasumber informal yang menjelaskan kepada pengunjung tentang proses penetasan telur penyu, ancaman lingkungan, dan pentingnya menjaga kebersihan laut. Aktivitas ini membantu memperluas jangkauan pesan edukatif tanpa memerlukan biaya promosi besar, karena masyarakat berperan sebagai *communication agents* yang menyampaikan pesan lingkungan secara alami. Hal ini memperkuat citra TCEC sebagai lembaga yang mampu membangun hubungan harmonis dan partisipatif dengan publiknya, sesuai dengan pandangan Rahmanda et al. (2024) bahwa promosi wisata berbasis konservasi akan lebih efektif jika melibatkan komunitas lokal secara aktif.

Keterlibatan masyarakat di TCEC juga berdampak positif terhadap kesejahteraan sosial dan ekonomi warga sekitar. Melalui kegiatan konservasi dan edukasi, banyak warga memperoleh sumber pendapatan tambahan, baik dari penjualan produk lokal, jasa pemanduan, maupun kerja sama dengan lembaga wisata. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa warga mengaku bahwa keberadaan TCEC membantu mereka mengembangkan usaha kecil seperti kafe ramah lingkungan dan toko cendera mata yang bertema konservasi penyu. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelibatan masyarakat tidak hanya memperkuat program lingkungan, tetapi juga memberikan dampak ekonomi yang berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Firman (2021) yang menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat berbasis lingkungan mampu meningkatkan kesadaran sosial sekaligus kesejahteraan

ekonomi komunitas pesisir.

Kolaborasi Lintas Sektor dalam Promosi Wisata Konservasi

Keberhasilan Turtle Conservation and Education Center (TCEC) Serangan dalam menjalankan fungsi konservasi sekaligus promosi wisata edukatif tidak dapat dilepaskan dari peran kolaborasi lintas sektor yang dijalinnya. Berdasarkan hasil wawancara, TCEC aktif bekerja sama dengan berbagai pihak seperti pemerintah daerah, lembaga pendidikan, organisasi sosial, dan media. Kolaborasi ini tidak hanya bersifat formal melalui program kerja sama, tetapi juga terwujud dalam kegiatan sosial, pelatihan lingkungan, serta kampanye publik yang dilakukan bersama. Pemerintah daerah, khususnya Dinas Lingkungan Hidup dan Dinas Pariwisata Kota Denpasar, berperan dalam mendukung kegiatan konservasi penyu melalui penyediaan fasilitas, bantuan sosialisasi, dan dukungan kebijakan. Sementara lembaga pendidikan, seperti sekolah dan universitas, sering mengadakan kunjungan edukatif, penelitian lapangan, maupun kegiatan magang di TCEC sebagai bagian dari pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*). Kolaborasi lintas sektor ini menunjukkan bahwa TCEC berhasil menempatkan diri sebagai pusat konservasi yang terbuka terhadap kerja sama multipihak demi memperkuat visi pelestarian lingkungan dan pariwisata berkelanjutan.

Selain pemerintah dan lembaga pendidikan, peran organisasi non-pemerintah dan komunitas sosial juga menjadi bagian penting dalam upaya promosi wisata konservasi penyu. Hasil wawancara menunjukkan bahwa TCEC sering bekerja sama dengan organisasi lingkungan seperti WWF, Yayasan Bali Sea Turtle Society (BSTS), dan komunitas pecinta alam di Bali. Bentuk kerja sama tersebut mencakup program konservasi bersama, kampanye digital, serta kegiatan penyadaran publik seperti pembersihan pantai dan pelepasan tukik massal. Kerja sama dengan organisasi non-pemerintah ini memberikan dukungan moral dan teknis bagi TCEC dalam menjalankan kegiatan konservasi yang lebih luas. Selain itu, keterlibatan komunitas sosial membantu memperluas jangkauan promosi karena kegiatan yang dilakukan bersama memiliki daya tarik tinggi bagi masyarakat dan media. Kolaborasi semacam ini memperkuat posisi TCEC sebagai model sinergi antara lembaga lokal dan lembaga eksternal dalam mendukung konservasi laut dan pembangunan pariwisata yang bertanggung jawab.

Kolaborasi lintas sektor yang dilakukan oleh TCEC juga melibatkan peran media massa dan media digital sebagai sarana penyebaran informasi publik. Berdasarkan hasil wawancara, TCEC sering bekerja sama dengan media seperti *Antara News*, *Bali Post*, dan media daring lokal lainnya dalam mempublikasikan kegiatan edukatif dan pelestarian penyu. Liputan media tentang kegiatan pelepasan tukik, kunjungan delegasi asing, serta program CSR lembaga menjadi sarana efektif untuk membangun citra positif TCEC di mata masyarakat. Selain itu, media sosial seperti Instagram dan Facebook digunakan secara aktif untuk menyebarkan pesan edukatif dan menginspirasi masyarakat agar lebih peduli terhadap kelestarian satwa laut. Perpaduan antara publikasi media konvensional dan media digital menciptakan sistem komunikasi yang kuat, di mana informasi konservasi dapat diakses secara luas oleh publik lokal, nasional, maupun internasional. Hal ini membuktikan bahwa sinergi antara lembaga konservasi dan media mampu memperluas dampak promosi wisata edukatif berbasis konservasi tanpa memerlukan biaya promosi besar.

Lebih jauh, kolaborasi juga terjalin antara TCEC dengan sektor swasta melalui program tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan hasil wawancara, sejumlah perusahaan swasta seperti lembaga perbankan, hotel, dan perusahaan pariwisata di Bali pernah menjalin kerja sama dalam bentuk dukungan finansial, penyediaan sarana konservasi, serta penyelenggaraan kegiatan sosial bersama. Program CSR ini tidak hanya membantu operasional konservasi, tetapi juga memperkuat hubungan antara dunia usaha dan lembaga konservasi dalam konteks keberlanjutan lingkungan. Pihak pengelola TCEC menyebutkan bahwa bentuk kolaborasi semacam ini sangat penting karena memberikan manfaat timbal balik: lembaga konservasi memperoleh dukungan sumber daya, sementara perusahaan mendapatkan citra positif sebagai entitas bisnis yang peduli lingkungan. Sinergi ini menggambarkan bahwa kolaborasi lintas sektor tidak hanya memperluas jaringan sosial, tetapi juga memperkuat nilai sosial dan ekonomi dari kegiatan konservasi yang dijalankan.

Berdasarkan temuan tersebut, kolaborasi lintas sektor yang dilakukan oleh TCEC mencerminkan penerapan konsep *pentahelix collaboration* yang dikemukakan dalam kajian pariwisata berkelanjutan. Model ini menekankan pentingnya kerja sama antara lima elemen utama: akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan. Dalam konteks penelitian ini, TCEC berhasil mengimplementasikan kelima unsur tersebut secara sinergis. Akademisi berperan dalam riset dan edukasi, komunitas lokal mendukung kegiatan lapangan, pemerintah memberikan dukungan regulatif, media menyebarkan informasi, dan sektor bisnis memperkuat dukungan finansial melalui CSR. Kolaborasi ini membentuk ekosistem komunikasi yang dinamis dan saling menguntungkan. Sejalan dengan pendapat Utami dan Aji (2023), kerja sama lintas sektor menjadi fondasi bagi lembaga konservasi dalam membangun legitimasi publik dan memperluas dampak sosialnya terhadap masyarakat.

Tantangan dan Harapan terhadap Keberlanjutan Program Konservasi

Pelaksanaan kegiatan konservasi dan promosi wisata edukatif di Turtle Conservation and Education Center (TCEC) Serangan tidak terlepas dari sejumlah tantangan yang dihadapi oleh pengelola dan masyarakat setempat. Berdasarkan hasil wawancara, salah satu kendala utama adalah keterbatasan sumber daya manusia dan pendanaan dalam menjalankan kegiatan promosi serta operasional konservasi secara berkelanjutan. Pengelola TCEC mengungkapkan bahwa sebagian besar kegiatan masih bergantung pada tenaga sukarela dan donasi dari lembaga atau individu. Kondisi ini menyebabkan aktivitas promosi, terutama di ranah digital, belum dapat dilakukan secara konsisten. Selain itu, belum semua masyarakat memahami nilai konservasi sebagai bagian penting dari pariwisata berkelanjutan. Sebagian warga masih menganggap kegiatan konservasi hanya sebatas kegiatan sosial, bukan potensi wisata edukatif yang bernilai ekonomi dan ekologis. Rendahnya literasi digital di kalangan masyarakat juga menjadi kendala tersendiri dalam memperluas jangkauan promosi berbasis media sosial.

Tantangan lain yang muncul adalah perbedaan persepsi antara wisatawan domestik dan mancanegara terhadap konsep wisata konservasi. Berdasarkan hasil wawancara, wisatawan mancanegara cenderung memiliki kesadaran lingkungan yang tinggi dan lebih tertarik pada aspek edukatif konservasi. Sebaliknya, sebagian

wisatawan lokal masih memandang kunjungan ke TCEC semata sebagai kegiatan rekreasi tanpa memahami nilai konservasi di baliknya. Perbedaan pola perilaku ini menuntut pengelola untuk melakukan pendekatan komunikasi yang berbeda terhadap setiap segmen wisatawan. PR TCEC berupaya mengatasinya dengan memberikan penjelasan langsung di lokasi kegiatan serta menyediakan materi edukasi dalam dua bahasa, yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Upaya ini menunjukkan bahwa tantangan komunikasi lintas budaya menjadi faktor penting yang harus dikelola secara strategis agar pesan konservasi dapat tersampaikan secara efektif kepada seluruh lapisan pengunjung.

Selain kendala komunikasi dan sumber daya, TCEC juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan komitmen jangka panjang terhadap konservasi di tengah perubahan sosial dan ekonomi masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian masyarakat yang sebelumnya aktif sebagai relawan kini mulai beralih profesi karena tuntutan ekonomi pascapandemi. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran terhadap keberlanjutan partisipasi masyarakat dalam kegiatan konservasi. Pengelola TCEC mengakui bahwa menjaga semangat sukarela dan rasa memiliki masyarakat merupakan tantangan besar. Untuk mengatasinya, TCEC berupaya memperkuat pendekatan berbasis pemberdayaan, yaitu dengan mengintegrasikan kegiatan konservasi ke dalam kegiatan ekonomi kreatif seperti pembuatan cendera mata bertema penyu dan produk lokal ramah lingkungan. Pendekatan ini diharapkan dapat mempertahankan partisipasi warga sekaligus memberikan manfaat ekonomi nyata bagi komunitas sekitar.

Di sisi lain, tantangan dalam aspek promosi juga masih perlu mendapat perhatian serius. Berdasarkan hasil wawancara, TCEC belum memiliki strategi promosi digital yang terstruktur karena keterbatasan tenaga ahli dan perangkat teknologi. Aktivitas media sosial masih dikelola secara manual oleh staf internal tanpa dukungan profesional di bidang komunikasi digital. Akibatnya, konten promosi belum dapat diunggah secara rutin dan belum sepenuhnya mengikuti tren komunikasi visual modern. Meskipun demikian, TCEC tetap berupaya menjaga eksistensi digitalnya dengan mengunggah dokumentasi kegiatan dan bekerja sama dengan mahasiswa magang dari kampus yang memiliki keahlian di bidang komunikasi dan desain. Hal ini menunjukkan bahwa kolaborasi akademis dapat menjadi solusi strategis untuk menjawab keterbatasan sumber daya yang dihadapi lembaga. Temuan ini selaras dengan penelitian Kineta et al. (2023) yang menekankan pentingnya inovasi digital dalam mendukung keberlanjutan komunikasi lembaga berbasis konservasi.



Gambar 1. Kegiatan observasi dan wawancara penelitian

Terlepas dari berbagai kendala tersebut, wawancara juga mengungkapkan adanya optimisme dan harapan besar terhadap masa depan program konservasi TCEC. Pengelola dan masyarakat memiliki visi yang sama, yaitu menjadikan TCEC sebagai pusat edukasi dan konservasi laut yang berstandar internasional di Bali. Harapan ini mencakup pengembangan fasilitas edukatif, perluasan jaringan kerja sama dengan lembaga luar negeri, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan berkelanjutan. Selain itu, masyarakat berharap agar kegiatan konservasi dapat terus melibatkan generasi muda melalui program edukasi berbasis sekolah, sehingga nilai-nilai pelestarian lingkungan dapat diwariskan secara turun-temurun. Harapan ini sejalan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan yang menempatkan pendidikan dan partisipasi generasi muda sebagai fondasi keberlanjutan sosial dan ekologis.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan Turtle Conservation and Education Center (TCEC) Serangan dalam mengembangkan wisata konservasi penyu ditentukan oleh sinergi antara peran *Public Relations*, keterlibatan masyarakat, dan kolaborasi lintas sektor. PR berperan membangun citra positif melalui komunikasi edukatif dua arah, sementara masyarakat menjadi aktor aktif dalam kegiatan konservasi. Dukungan pemerintah, akademisi, media, dan sektor swasta memperkuat promosi wisata berbasis lingkungan. Meskipun menghadapi keterbatasan sumber daya dan tantangan promosi digital, TCEC tetap konsisten menjalankan program edukatif dan partisipatif, sehingga menjadi contoh praktik komunikasi berkelanjutan dalam pengelolaan wisata konservasi.

REFERENSI

- Beresford, C., & Schwarz, D. (2014). *The Evolution of Public Relations Models*. Oxford: Routledge.
- Budiman, I. M., Adnyana, I. P., & Kurniawati, S. (2025). *Peran Komunitas dalam Konservasi Penyu di Pantai Nipah, Lombok Utara*. *Jurnal Konservasi Pesisir Indonesia*, 9(1), 57–65.

- Firman, H. (2021). *Pemberdayaan Masyarakat Desa Berbasis Komunitas dalam Pembangunan Berkelanjutan*. Jurnal Sosio Humaniora, 23(2), 88–96.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Grunig, J. E., & Kim, J. (2021). *The Four Models of Public Relations and Their Research Legacy*. Public Relations Review, 47(2), 101–118.
- Harahap, D. S., Lestari, M., & Sitorus, A. (2020). *Partisipasi Warga dalam Ekowisata Berbasis Komunitas di Kawasan Pesisir*. Jurnal Komunikasi Lingkungan, 4(1), 29–38.
- Harnino, I. G., Wirawan, G. A., & Widiyanti, P. (2021). *Tren Pergeseran Wisata Edukatif di Bali*. Jurnal Pariwisata Nusantara, 8(2), 112–121.
- Juniawan, I. M., Aryawan, N. A., & Wulan, D. (2025). *Pendekatan Pentahelix dalam Konservasi Penyu di Pulau Santen*. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Lingkungan, 6(1), 50–62.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia. (2022). *Keputusan Menteri Nomor 65 Tahun 2022 tentang Rencana Aksi Nasional Konservasi Penyu*. Jakarta: KKP.
- Kineta, P., Sari, D., & Wardani, N. (2023). *Implementasi Strategi Public Relations pada Program Konservasi Lingkungan di Indonesia*. Jurnal Komunikasi dan Pembangunan, 15(1), 77–88.
- Kura Kura Bali. (2024). *Laporan Konservasi dan Edukasi Penyu Tahun 2024*. Denpasar: Turtle Conservation and Education Center (TCEC).
- Kura Kura Bali. (2025). *Laporan Kunjungan Edukasi dan Pelepasan Tukik 2025*. Denpasar: TCEC Serangan.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A. Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications.
- Mudana, I. G., Gusman, D., & Ardini, N. W. (2023a). Implementation of tri hita karana local knowledge in uluwatu temple tourist attraction, Bali, Indonesia. International Journal of Professional Business Review, 8(11), 44. <http://dx.doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i11.4072>.
- Mudana, I. G., Ginaya, G., Gusman, D., & Ardini, N. W. (2023b). Kuta and the Implementation Of Cultural Tourism: The Popularity Of Beach Resort Strengthened By Balinese Art And Cultural Attraction. Russian Law Journal, 11(5), 1831-1848.
- Mudana, I. G., Suamba, I. B. P., Putra, I. M. A., & Ardini, N. W. (2018). Practices of Bali Tourism Development, Threefolding, and Tri Hita Karana Local Knowledge In New Order Indonesia. In Journal of Physics: Conference Series (Vol. 953, No. 1, p. 012108). IOP Publishing. <http://dx.doi.org/10.1088/1742-6596/953/1/012108>.
- Mudana, I. G., Wijaya, I. N. C., Ginaya, I. G., Gusman, D., & Ardini, N. W. (2024). Application of Soft Systems Methodology Approach to Find Sustainable Gastronomic Solutions in Bali, Indonesia. Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal, 17(2). <http://dx.doi.org/10.26493/2335-4194.17.179-194>.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2024). *Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2024 tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 65.
- Pretty, J. (1995). *Participatory Learning for Sustainable Agriculture*. World Development, 23(8), 1247–1263.
- Putra, A. B., Mahendra, R., & Sasmita, N. (2019). *Strategi Public Relations dalam Membangun Hubungan dengan Masyarakat Pesisir*. Jurnal Komunikasi Nusantara, 4(3), 141–152.
- Rahmanda, D., Yuliani, S., & Pradana, A. (2024). *Efektivitas Partisipasi Komunitas Lokal dalam Promosi Wisata Konservasi di Bali*. Jurnal Pariwisata Indonesia, 9(1), 23–34.
- Salafudin. (2023). *Fungsi Public Relations dalam Kegiatan Promosi Wisata Konservasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 14(2), 56–66.

- Utami, N. K., & Tri Prasetyo Aji, G. (2023). *Program CSR dan Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Melalui Konservasi Penyu di Serangan*. Jurnal CSR dan Lingkungan, 5(1), 27–36.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2021). *Tourism for Sustainable Development Goals*. Madrid: UNWTO Publications
- Yanti, N. K. W. (2022). Business shifting during the outbreak; impulsive or contrived? Generation cohort perspective. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 7(1). Universitas Pendidikan Nasional.