

**Strategi Komunikasi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Dalam
Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Destinasi Wisata *Geopark*
Silokek**

ABSTRAK

Geopark Silokek merupakan salah satu aset yang potensial untuk dikembangkan di kabupaten sijunjung yang memiliki keindahan dan keunikan alam yang akan memanjakan mata wisatawan. *Geopark* silokek sudah ditetapkan sebagai geopark nasional pada november 2018 dan sedang dalam pengajuan ke UGG (*unesco global geopark*). destinasi wisata *geopark* silokek juga termasuk kedalam 50 desa wisata terbaik yang di resmikan oleh menparekraf sandiaga uno, *geopak* silokek juga dijadikan sebagai tuan rumah arung jeram pada tahun 2019 yang dihadiri oleh 250 atlit dari berbagai negara, namun destinasi wisata geopark silokek masih belum diketahui oleh masyarakat luas hal ini sesuai dengan data jumlah pengunjung beberapa tahun terakhir. Metode penelitian ini adalah desriptif kualitatif dengan menggunakan teori AIDDA oleh Wilbur Schramm untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh kelompok sadar wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pada destinasi wisata geopark silokek. Hasil penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh pokdarwis adalah dengan mempromosikan melalui media sosial tiktok dan instagram dengan membuat konten-konten yang memperlihatkan keindahan dan keunikan yang ada di *geopark* silokek, serta pokdarwis juga mengadakan berbagai event yang akan menarik kunjungan wisatawan sehingga terjadi peningkatan jumlah wisatawan. Dinas pariwisata pemuda dan olahraga kabupaten sijunjung memiliki strategi khusus untuk mempromosikan *geopark* silokek yaitu dengan mewajibkan seluruh sekolah dan kantor instansi pemerintahan yang ada di kabupaten sijunjung untuk memakai logo *geopark* ranah minang silokek agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Kata Kunci: Komunikasi Pariwisata, Destinasi Wisata, Geopark Silokek

***Communication Strategy of Tourism Awareness Group (POKDARWIS) in
Increasing Tourist Visits at Silokek Geopark Tourism Destination***

Abstract

Geopark Silokek is one of the potential assets to be developed in Sijunjung Regency which has natural beauty and uniqueness that will spoil the eyes of tourists. Silokek geopark has been designated as a national geopark in November 2018 and is in submission to UGG (unesco global geopark). silokek geopark tourist destinations are also included in the 50 best tourist villages inaugurated by menparekraf sandiagra uno, geopark silokek was also used as a rafting host in 2019 which was attended by 250 athletes from various countries, but silokek geopark tourist destinations are still not known by the wider community this is in accordance with data on the number of visitors in recent years. This research method is descriptive qualitative using the AIDDA theory by Wilbur Schramm to analyze the communication strategies used by tourism awareness groups in increasing tourist visits to silokek geopark tourist destinations. The results of this study are the communication strategy carried out by the Pokdarwis is to promote through social media TikTok and Instagram by creating content that shows the beauty and uniqueness of the Silokek Geopark, and Pokdarwis also holds various events that will attract tourist visits so that there is an increase in the number of tourists. The youth tourism and sports office of Sijunjung district has a special strategy to promote the Silokek geopark, namely by requiring all schools and government agency offices in Sijunjung district to wear the Silokek geopark logo to be better known by the wider community.

Keywords: Tourism Communication, Tourism Destination, Silokek Geopark