

**FUNGSI HUMAS DINAS PARIWISATA EKONOMI KREATIF DALAM
MEMPROMOSIKAN PANTAI SEBALANG LAMPUNG**

(Tugas Akhir)

Oleh :

Dwi Adjie Ashshidiqi
1806071008



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

FUNGSI HUMAS DINAS PARIWISATA EKONOMI KREATIF DALAM MEMPROMOSIKAN PANTAI SEBALANG LAMPUNG

ABSTRAK

Oleh

Dwi Adjie Ashshidiqi

1806071008

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fungsi humas Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam menjalankan promosi dengan memanfaatkan media agar lebih efektif dalam promosi objek wisata Pantai Sebalang Lampung dengan menggunakan teori fungsi humas sebagai penyampai informasi dan pemberi informasi terhadap objek wisata Pantai Sebalang Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah teknik wawancara, dokumentasi, dan kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi humas sebagai pencari informasi mengenai Pantai Sebalang yang berkaitan dengan masukan-masukan atau saran yang diberikan oleh masyarakat maupun wisatawan kepada pengelola di tanggapi dengan baik dan pihak Dinas Pariwisata Provinsi Lampung. Fungsi humas Dinas Pariwisata dalam mempromosikan obyek wisata Pantai Sebalang Lampung dengan pelaksanaan program, melakukan berbagai aktivitas promosi melalui media, promosi melalui keterlibatan pemerintah daerah serta menggalang dukungan masyarakat. Pengembangan objek wisata berbasis ekonomi kreatif di Pantai Sebalang Lampung merupakan langkah tepat yang diambil oleh pemerintah dengan memprogramkan Pantai Sebalang Lampung sebagai salah satu objek wisata pantai yang indah karena potensi alam yang dimiliki yang alami. Dengan dilakukannya penataan kembali atau pengembangan pada objek wisata Pantai Sebalang Lampung diharapkan agar membuat objek wisata dapat meningkatkan kunjungan wisata.

**Kata Kunci : Humas, Informasi, Promosi, Pantai Sebalang, Dinas
Pariwisata Provinsi Lampung**

**FUNGSI HUMAS DINAS PARIWISATA EKONOMI KREATIF DALAM
MEMPROMOSIKAN PANTAI SEBALANG LAMPUNG**

Oleh :

Dwi Adjie Ashshidiqi

Tugas Akhir

Diajikan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

AHLI MADYA

Pada

Program Study DIII Hubungan Masyarakat
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

Judul Tugas Akhir : **FUNGSI HUMAS DINAS PARIWISATA
EKONOMI KREATIF DALAM MEMPROMOSIKAN
PANTAI SEBALANG LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Dwi Adjie Ashshidiqi**

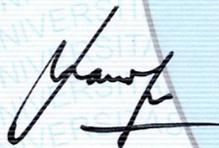
No. Pokok Mahasiswa : 1806071008

Program Studi : D III Hubungan Masyarakat

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dosen Pembimbing

Komisi Pembimbing



Nanda Utaridah, S.Sos., M.Si.
NIP. 197507152008121002

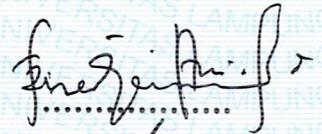
Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.
NIP. 198109262009121004



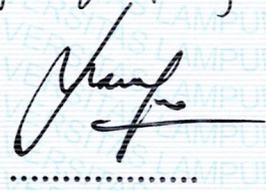
MENGESAHKAN

1. Tim Pengujji

Ketua : **Fri Rejeki Noviera, S.Kom., M.Si**



Penguji Utama : **Nanda Utaridah, S.Sos., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M. Si.
NIP. 196108071987032001



Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir : **23 Maret 2022**

PERYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Tugas saya ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik (Sarjana/Ahli Madya), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa cabutan gelar yang telah saya peroleh karena tulisan ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Randor Lampung, 23 Maret 2022



DWI Adjie Ashshidiqi

1806071008

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Dwi adjie ashshidiqi yang biasa dipanggil aji lahir di Kotabumi pada tanggal 30 Maret 1999 merupakan anak kedua dari tiga bersaudara yang merupakan putra dari pasangan Bapak Hi.Fauzi (ALM) dan Ibu Hj Sri Hartini.

Jenjang pendidikan penulis bermula dari TK ISLAM IBNURUSYD Kotabumi 16 pada tahun 2004, lalu duduk dibangku Sekolah Dasar di SD ISLAM IBNU RUSYD Kotabumi pada tahun 2005 sampai tahun 2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama atau SMP Negeri 01 Kotabumi pada tahun 2011 sampai tahun 2014 dan melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas atau SMA Negeri 04 Kotabumi pada tahun 2014 sampai tahun 2017. Pada tahun 2018, penulis melanjutkan studi kejenjang yang lebih tinggi dan tercatat di salah satu Perguruan Tinggi Negeri yaitu Universitas Lampung (UNILA) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan konsentrasi jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi D3 Humas melalui jalur Vokasi.

Bandar Lampung, 2022

Hormat Saya,

Dwi Adjie Ashshidiqi

MOTTO

“Dengan Niat Tulus dan ikhlas Yakin Usaha Sampai”

(Penulis)

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya ”

(QS. Al-Baqarah: 286)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah hirobbil'alamin dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT. Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Ibu, Ayah, dan Adik tercinta sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu, Ayah, dan Adik yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dalam kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu, Ayah, dan Adik bahagia, karna kusadar selama ini belum bisa berbuat yang lebih.
2. Keluarga besar dan teman-teman yang selalu memberikan motivasi-motivasi yang baik untuk selalu berjuang demi cita-cita.
3. Almamater Universitas Lampung (UNILA).

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis mengucapkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan nikmat dan Hidayah-Nya , sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan **berjudul “ FUNGSI HUMAS DINAS PARIWISATA EKONOMI KREATIF DALAM MEMPROMOSIKAN OBJEK WISATA PANTAI SEBALANG LAMPUNG”**

Dalam penulisan Tugas Akhir ini ,Penulis mengalami berbagai rintangan dan tantangan karena keterbatasan penulis baik dari segi kemampuan ilmiah, waktu ,tenaga dan biaya.Tetapi komitmen serta adanya petunjuk dan saran dari berbagai pihak ,semua rintangan dan tantangan itu pun dapat diminimalkan denfan ucapan Alhamdulillah skripsi dapat diselesaikan.

Dengan segala kerendahan , penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang ikut serta membantu baik moril maupun material ,terutama kedua orang tua saya. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada segala jasa sumbangsih yang telah membantu dan berikan baik langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini Khususnya Kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Karomani, M.Si. selaku Rektor Universitas Lampung
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos. M.Si selaku Ketua Program Studi D III Hubungan Masyarakat Universitas Lampung.
4. Ibu Nanda Utaridah, M.Si. selaku pembimbing tugas akhir yang dengan penuh kesabaran telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingannya dan pengarahan dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Ibu Fri Rezeki Novalia, S.Ikom., M.Si. selaku penguji yang meluangkan waktunya untuk memberikan pengaranhan dan saran dalam tugas akhir ini.

6. Seluruh dosen pengajar Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya kepada penulis selama di bangku perkuliahan. Serta seluruh staff atau karyawan yang telah membantu menyelesaikan administrasi.
7. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat, kasih sayang dan segala yang terbaik untuk penulis.
8. Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung ,khususnya ruangan Ekonomi Kreatif untuk Ibu Kabid dan Ibu Kasi serta seluruh staf dan jajaran yang ada diruangan tersebut
9. Teman-teman seperjuangan jurusan Humas 2018 yang selalu membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kakak tingkat Humas terima kasih sudah membantu memberikan ide, saran dan masukan untuk penulisan tugas akhir ini. Semoga kalian kedepannya bisa jauh lebih sukses dari sekarang.
11. Teman teman saya dari rombongan kotabumi yang senantiasa membantu saya dengan ide pikiran dan tenaga ,saya penulis mendoakan kalian diberikan kesehatan dan kebahagiaan selalu.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN JUDUL DALAM.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN.....	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Metode Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
2.1 Humas.....	9
2.1.1 Pengertian Humas.....	9
2.1.2 Konsep Dasar Humas.....	10
2.1.3 Peran Humas Dalam Pemerintahan	11
2.1.4 Fungsi Humas.....	13
2.2 Pariwisata Ekonomi Kreatif	16

2.2.1 Pengertian Pariwisata.....	16
2.2.2 Konsep Dasar Pariwisata	16
2.2.3 Ekonomi Kreatif	18
2.3 Promosi	22
2.3.1 Promosi Melalui Media Sosial	24
BAB III GAMBARAN UMUM	27
3.1 Sejarah Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif	27
3.2 Visi dan Misi.....	28
3.3 Susunan Organisasi	30
3.4 Struktur Bagan Disubbagian Ekonomi Kreatif	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.2 Pembahasan	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	88

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan salah satu industri yang tampak sangat menjanjikan pada saat ini dan di masa depan. Hal ini bisa dilihat dari perkembangan aktivitas kreatif yang semakin ramai digulirkan diberbagai wilayah disertai dengan semakin banyaknya kota ataupun daerah yang ingin menjadikan kota mereka sebagai kota atau daerah yang kreatif dan turut mengindikasikan bahwa perekonomian yang berbasis kreatif telah memiliki peran di dalam aktivitas perekonomian nasional.

Pariwisata (dalam Choridotul Bahiyah, *et.al*, 2018) adalah suatu sektor yang dapat mendorong ekonomi suatu negara karena dibidang pariwisata membawa pengaruh positif dalam meningkatkan perekonomian rakyat. Daerah yang mempunyai potensi wisata, akan berdampak kepada pertumbuhan ekonomi rakyat dalam suatu daerah baik dalam skala kecil ataupun menengah, di samping meningkatkan lapangan kerja dan menekan angka pengangguran dan juga sekaligus memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan rakyat khususnya dan menambah pendapatan daerah yang pada umumnya. Tak dapat dipungkiri, objek wisata merupakan karakteristik yang menjadi daya tarik tersendiri bagi suatu daerah agar wisatawan berkunjung ke

daerah tersebut.

Saat ini, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang diharapkan dapat menjadi sumber utama pemasukan daerah serta menjadi lapangan kerja. Sektor pariwisata hendaknya ditingkatkan dengan mengembangkan dan mendayagunakan sumber daya masyarakat setempat dan potensi kepariwisataan yang ada sehingga menjadi sumber kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan. Selain itu, pariwisata juga telah menjadi salah satu industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan.

Hampir semua negara di dunia mencoba mengembangkan industri pariwisata karena dipandang memiliki prospek yang cukup menjanjikan. Namun, di balik hal itu diperlukan kepiawaian humas Dinas Pariwisata dalam mempromosikan dan menyebarkan informasi seputar potensi kepariwisataan yang ada. Humas dituntut untuk mampu berkreasi dan berinovasi dalam membuat program-program unggulan yang mampu mengembangkan objek wisata yang mampu menarik perhatian wisatawan.

Humas di dalam bidang Pariwisata sangat erat kaitannya kepada Institusi/lembaga yang menaunginya yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Yang merujuk kepada fungsi dan peran humas di dalam bidang pariwisata selain hanya membentuk citra dari Institusi/lembaga tersebut, tapi juga merupakan alat untuk memperkenalkan objek wisata. Selain itu hubungan

pariwisata dan humas juga sangat erat, dimana pariwisata juga membutuhkan Humas dalam pengembangannya. Karena pariwisata merupakan suatu objek alam yang banyak diminati masyarakat, sehingga membutuhkan humas yang dapat berkomunikasi langsung kepada masyarakat. Seperti, menyusun strategi komunikasi diantaranya adalah promosi tempat wisata, kampanye program wisata dan pengenalan budaya dan objek wisata yang merupakan faktor penting yang dapat menarik minat pengunjung untuk datang ke daerah tersebut.

Objek wisata sangat membutuhkan pelaku informasi yang sangat handal dan sektor pariwisata merupakan suatu sektor yang memiliki kaitan dengan sektor- sektor lainnya. Bahkan, sektor keamanan pun terkait di dalamnya. Untuk itu seyogyanya ditangani dengan baik, mulai dari kesiapan objeknya sampai upaya promosinya, sehingga dapat diketahui wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Peran humas pariwisata dalam mempromosikan wisata bersih menjadi sangat penting untuk dilakukan guna menarik minat pengunjung serta memberikan berbagai informasi tentang objek wisata tersebut.

Kegiatan promosi tersebut diharapkan dapat menarik minat pengunjung untuk mengunjungi objek Dinas Pariwisata tersebut. Pengembangan pariwisata disuatu tempat tujuan wisata memang harus didasarkan pada program-program ataupun rancangan, pengembangan, ataupun penyelenggaraan yang tepat dan jelas agar supaya semua kemampuan dan potensi yang terdapat disuatu tempat tujuan wisata perlu diberdayakan secara optimal dan terjadinya peningkatan

kesejahteraan masyarakat. Untuk mendapatkan hasil yang optimal, pengembangan dan pengelolaan dalam bidang kepariwisataan tentunya tidak terlepas dari peran dari swasta (usaha), tokoh adat (budaya) dan pihak pejabat pemerintah sendiri.

Ekonomi kreatif merupakan era ekonomi yang berpusat kepada informasi dan kreatifitas. Dalam menghadapi era ekonomi kreatif sekarang ini, wawasan yang luas juga ide menjadi sangatlah penting untuk dimiliki oleh sumberdaya manusia (SDM) dan inilah yang menjadi modal utama untuk menghadapi ekonomi kreatif.

Provinsi Lampung merupakan daerah yang memiliki potensi pariwisata yang sangat besar dengan sajian panorama alam yang sangat indah alami dalam dimensi pegunungan dan lautan. Potensi wisata yang terdapat di daerah ini cukup banyak menyita perhatian dari pemerintah Provinsi Lampung dan begitu juga dengan kemajuan daerah ini. Potensi wisata yang cukup mendapat perhatian diantaranya berupa wilayah laut yang sangat menarik untuk dioptimalkan sebagai obyek pariwisata daerah. Salah satunya adalah pantai Sebalang Lampung.

Belakangan ini banyak wisatawan yang mengatakan bahwa terdapat pantai yang seperti di Kuta Bali. Para pengunjung dapat mengatakan ini karena suasana yang diterapkan di lokasi pantai seperti pantai Kuta Bali, sehingga masyarakat ada yang menyebutnya pantai Kuta Lampung. (dalam <https://www.mitratoday.com/pantai-sebalang-kutanya-lampung/>). Pantai ini

adalah Pantai Sebalang Lampung.

Pantai Sebalang Lampung merupakan salah satu pantai yang ada di Provinsi Lampung yang menjadi objek wisata terkini. Banyak sekali yang datang untuk berkunjung ke pantai Sebalang Lampung ini. Pantai Sebalang Lampung memiliki pemandangan laut yang indah apalagi suasana *sunsetnya* yang banyak sekali ditunggu oleh wisatawan. Panorama alam yang masih alami dan udara yang sangat sejuk menjadikan Pantai Sebalang Lampung ini menjadi tujuan para wisatawan dari berbagai daerah. Pantai Sebalang Lampung ini juga sudah viral di sosial media, sehingga banyak wisatawan yang penasaran dengan objek wisata ini.

Pariwisata yang berada di Provinsi Lampung ini dapat membawa keuntungan bagi masyarakat ketika mereka benar-benar memanfaatkan peluang dalam hal ini meningkatkan keterampilan dan keahlian masyarakat pada bidang seni seperti membuat kerajinan tangan yang bisa menjadi cinderamata bagi para pengunjung. Dari sisi wisatawan, mereka akan lebih tertarik untuk berkunjung ke daerah wisata yang memiliki produk khas untuk kemudian dibawa pulang sebagai souvenir. Oleh karena itu, potensi objek wisata pantai Sebalang Lampung ini merupakan salah satu objek wisata yang jika dikelola dan dikembangkan dengan baik ini mampu meningkatkan perekonomian masyarakat jika kedepannya industri kreatif bisa diterapkan di kawasan wisata tersebut. Dalam hal ini dengan adanya objek wisata mampu menjadi peluang tergeraknya ekonomi kreatif bagi masyarakat. Berdasarkan

latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Fungsi Humas Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif Dalam Mempromosikan Pantai Sebalang Lampung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti permasalahan tentang “fungsi humas Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif dalam mempromosikan Pantai Sebalang Lampung”?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui fungsi humas Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif dalam mempromosikan Pantai Sebalang Lampung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian pada tugas akhir ini adalah :

1. Manfaat Akademis

Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya (Amd) DIII Hubungan Masyarakat pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

2. Secara Praktis

1. Sebagai informasi untuk pembaca dalam menambah pemahaman tentang sesuatu berhubungan atau berkaitan dengan potensi objek wisata dan

ekonomi kreatif.

2. Bagi pemerintah, dari penelitian ini nantinya diharap mampu memberikan informasi kepada pihak-pihak yang membutuhkan atau memerlukan serta dapat dijadikan sebagai sumber dalam pengambilan keputusan serta kebijakan dalam suatu lingkup kawasan tersebut.

1.5 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam melakukan penulisan tugas akhir ini adalah :

1. Teknik Observasi

Cara pengumpulan data melalui pengamatan langsung di tempat kejadian pada objek penelitian. Observasi yang dilakukan penulis yaitu mengunjungi kantor Dinas Pariwisata Provinsi Lampung dan mengamati Pantai Sebalang Lampung secara langsung.

2. Teknik Wawancara

Wawancara merupakan interaksi berencana melalui tatap muka di tujuan untuk mendapatkan informasi atau data yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Penulis melakukan tanya jawab secara langsung kepada narasumber diantaranya:

No	Narasumber	Keterangan
1	Sami Muhtarom	Kasi Fasilitas dan Kerjasama Ekonomi Kreatif
2	Fellia Anindita	Kasi Promosi Ekonomi Kreatif
3	Sumiyati Sandi	Staff Fasilitas dan Kerjasama
4	Andhika	Pengunjung/Wisatawan
5	Klara Ken Larasa	Pengunjung
6	Nuraeni	Warga setempat

3. Penelitian Perpustakaan

Teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara mempelajari, mencatat, dan menyalin teori-teori *literature* yang berhubungan erat dan menunjang dengan penyusunan tugas akhir.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Humas

2.1.1 Pengertian Humas

Humas (dalam Sri Astuty, *et.al*, 2017) merupakan sebuah proses yang terus menerus dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh kemauan baik dan pengertian dari pelanggan, pegawai, dan publik yang lebih luas. Dalam pekerjaannya, seorang humas membuat analisis ke dalam dan perbaikan diri serta membuat pernyataan-pernyataan keluar. Humas memiliki peran penting dalam membantu menginformasikan pada publik internal (dalam organisasi) dan publik eksternal (luar organisasi) dengan menyediakan informasi akurat dalam format yang mudah dimengerti sehingga ketidak-pedulian akan suatu organisasi, produk atau tempat dapat diatasi melalui pengetahuan dan pengertian.

Humas juga harus dapat menciptakan ketertarikan publik dalam suatu situasi atau serial situasi, yang bisa jadi berpengaruh besar dalam suatu organisasi atau sekelompok orang. Dinas Pariwisata telah menunjukkan keindahan Pantai Sebalang, baik itu dari pasirnya yang putih, suasana sunsetnya di sore hari, dan kesejukan yang masih alami. Selain itu aksesibilitas untuk menuju ke Pantai Sebalang sangatlah mudah dan dapat di

akses dengan kendaraan roda 2 dan 4 dengan waktu tempuh dari Bandar Lampung sekitar 30-50 menit. Untuk masuk wisata pantai ini dikenakan biaya yang relatif murah. Untuk tiket Rp. 5.000 per orang, tiket mobil Rp. 10.000 dan motor Rp. 5.000. Selain itu konsep amenitaspun sudah diterapkan di pantai Sebalang berupa fasilitas seperti toilet, mushala, dan lain-lain, terdapatnya tempat kuliner seperti cafe, terdapat music, dan sebagainya.

Menggunakan strategi kehumasan dalam hal ini bisa menjadi sangat efektif. Masyarakat mungkin bersikap melawan pada sebuah situasi karena mereka tidak mengerti apa yang sedang terjadi, atau mengapa hal tersebut terjadi.

2.1.2 Konsep Dasar Humas

Menurut Rumanti OSF konsep dasar humas adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan yang bertujuan memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.
2. Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.
3. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi/perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki

warna, budaya, citra, suasana yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal.

4. Usaha mencapai hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, internal atau eksternal melalui proses timbal balik, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi/perusahaan yang bersangkutan.

2.1.3 Peran Humas Dalam Pemerintahan

Menurut Moore (dalam Dolly Indah Syaputra, *et.al*, 2018) dasar pemikiran humas dalam pemerintahan berdasarkan pada dua fakta dasar yaitu pertama, masyarakat mempunyai hak untuk mengetahui karena itu para pejabat pemerintah mempunyai tanggung jawab guna memberi penjelasan kepada masyarakat. Kedua, ada kebutuhan bagi para pejabat untuk menerima masukan dari masyarakat tentang persoalan baru dan tekanan sosial, untuk memperoleh partisipasi dan dukungan masyarakat. Hanya dengan proses komunikasi pemerintah dan masyarakat dapat mencapai suatu pengertian kesatuan yang positif.

Dalam banyak hal, meskipun tidak selalu, program *public relations* pemerintah hanya berurusan dengan komunikasi satu arah yang ditujukan kepada publik/ masyarakat. Padahal sejatinya *public relations* harus mempunyai dua aspek hakiki yang mutlak harus ada, apabila kedua aspek

tersebut tidak dipraktekkan maka istilah PR menjadi tidak tepat, menurut Uchana (2002), dua aspek hakiki tersebut adalah pertama, sasaran PR adalah internal public dan eksternal public. Kedua, kegiatan PR adalah komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal two way traffic communications*). Walaupun sebuah program dirancang oleh pemerintahan, tetapi tetap saja dalam pengelolaannya memerlukan dukungan masyarakat. Dengan demikian, komunikasi yang dapat menghantar kepada derajat saling pengertian dan memahami dalam pembuatan kebijakan serta dalam memberi dan menerima pelayanan publik akan dapat mewujudkan suatu bentuk pemerintahan demokratis yang efektif.

Menurut Rosady Ruslan (dalam Eva Bantu, *et.al*, 2017), peran publik relation adalah sebagai berikut:

1. *Communicator*, artinya *public relation* berperan sebagai penghubung dalam proses komunikasi dua arah (*two way communication*) antara organisasi dengan publik atau pihak yang berkepentingan. Proses komunikasi yang berlangsung bisa dalam bentuk penyampaian pesan dan menciptakan adanya opini public.
2. *Relationship*, artinya, *public relations* berperan membangun dan membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal maupun eksternalnya.
3. *Back up Management*, artinya fungsi *public relations* yang melekat pada fungsi manajemen dimana dalam aktivitasnya ditunjukkan dengan proses penemuan fakta (*fact finding*), perencanaan

(*planning*) pengkomunikasian (*comunication*) dan pengevaluasian (*evaluation*).

4. *Good image Maker*, artinya *public relations* berperan dalam membangun dan menciptakan citra positif organisasi atau produk yang diwakilinya.

2.1.4 Fungsi Humas

Setelah kita membahas mengenai humas sebagai salah satu fungsi manajemen penting yang tidak bisa diabaikan oleh organisasi modern. Don Barnes, seorang praktisi *Public Relations* kawakkan dari Australia menyatakan bahwa setidaknya terdapat 4 fungsi humas dalam organisasi, yaitu:

1. Memberikan saran kepada pihak manajemen hal-hal yang berkaitan dengan berbagai kebijakan yang diambil, serta dampak dari kebijakan itu bagi publik.
2. Mengoordinasikan berbagai kegiatan komunikasi organisasi
3. Menyediakan sarana bagi upaya-upaya organisasi untuk berkomunikasi atau menjalin hubungan dengan publik
4. Mencari tahu/mencari informasi tentang opini publik terhadap organisasi (Johnston dan Zawawi, 2000).

Dari empat fungsi utama humas di atas, bisa disimpulkan bahwa kegiatan humas yang utama adalah merencanakan serta mengelola dengan baik segala kegiatan komunikasi organisasi sebagai upaya untuk menjalin

hubungan timbal balik yang positif dengan publik. Menurut Maria, fungsi humas yaitu sebagai berikut :

1. Kegiatan yang memperoleh hal baik, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.
2. Memiliki sasaran atau target untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak baik organisasi atau lembaga dengan masyarakat.
3. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat dengan cara hubungan yang timbal balik.
4. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi yang bersangkutan (Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam, 2012:115)

Selain itu, kalau dicermati dengan lebih seksama, empat fungsi utama humas tersebut masih dapat dipersempit lagi menjadi 2 fungsi dasar yaitu:

1. Humas Sebagai Penyampai Informasi

Di sini humas bertugas untuk menyampaikan segala informasi penting mengenai organisasi kepada publik. Dengan penyampaian informasi ini diharapkan publik dapat memahami sudut pandang organisasi tentang suatu isu atau permasalahan tertentu.

2. Humas Sebagai Pencari Informasi

Di sini humas bertugas untuk mencari segala informasi yang berkenaan dengan opini publik (pendapat, keluhan, pemikiran, kritikan, pujian, kepuasan, dan sebagainya) tentang organisasi. Dengan mengetahui opini publik secara pasti, humas dapat memberikan masukan kepada pihak organisasi berdasar pada opini tersebut sehingga organisasi diharapkan tidak akan mengambil keputusan yang keliru yang akan merugikan posisi organisasi itu sendiri (dalam Dolly Indah Syaputra, *et.al*, 2018).

Menurut Rosady Ruslan, tujuan humas adalah sebagai berikut:

- 1) Menumbuhkembangkan citra organisasi yang positif untuk publik eksternal atau masyarakat.
- 2) Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan.
- 3) Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan public relations.
- 4) Efektif dalam membangun pengenalan organisasi dan pengetahuan tentang organisasi.
- 5) Mendukung bauran pemasaran (Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam, 2012:113).

2.2 Pariwisata Ekonomi Kreatif

2.2.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri/diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap. Menurut Soekadijo pariwisata adalah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Semua kegiatan pembangunan hotel, pemugaran cagar budaya, pembuatan pusat rekreasi, penyelenggaraan pecan pariwisata, penyediaan angkutan dan sebagainya semua itu dapat disebut kegiatan pariwisata sepanjang dengan kegiatan-kegiatan itu semua dapat diharapkan wisatawan akan datang.

2.2.2 Konsep Dasar Pariwisata

Pariwisata memiliki konsep dasar yang harus diterapkan dalam pembentukan pariwisata, berikut konsep dasar pariwisata:

1. Kepariwisataan adalah semua aktivitas yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensial dan multidisiplin yang ada sebagai wujud akan kebutuhan setiap manusia dan negara serta hubungan antar wisatawan bersama masyarakat sekitar, sesama wisatawan ataupun pemerintah daerah dan juga pengusaha. Dengan adanya sektor kepariwisataan disuatu daerah dapat menjadi suatu

peluang ataupun kesempatan dalam rangka meningkatkan kehidupan masyarakat terutama yang berhubungan dengan ekonomi.

2. Wisata yaitu suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang ataupun beberapa orang dengan cara mendatangi suatu tempat dengan daya tarik tersendiri untuk dapat dikunjungi oleh setiap wisatawan dengan maksud dan tujuan tertentu seperti mempelajari daya tarik dan keanekaragaman suatu daerah atau objek wisata.
3. Wisatawan merupakan orang yang melakukan rekreasi atau wisata, namun orang tersebut tidak menetap secara terus menerus dan tidak untuk mencari nafkah ataupun berbisnis.
4. Objek wisata merupakan tempat yang dikunjungi wisatawan karena keadaan alam yang dimiliki terdapat sumber daya wisata yang dibangun kemudian di kembangkan sehingga memiliki daya tarik tersendiri sehingga banyak dikunjungi oleh wisatawan.
5. Industri pariwisata merupakan industri yang menyediakan jasa dan daya tarik ataupun sarana wisata dengan kata lain dalam penyelenggaraan pariwisata terdapat beberapa atau kumpulan usaha atau kegiatan pariwisata yang saling berhubungan dalam rangka menghasilkan barang dan juga jasa dengan maksud memenuhi kebutuhan wisatawan. (dalam AYoeti Oka, 1997).

Dalam industri pariwisata ini memiliki peran dalam mengembangkan dan meningkatkan ekonomi lokal masyarakat dan aktivitas perekonomian daerah terjadi peningkatan yang ditandai dengan masyarakat yang melakukan usaha pariwisata, dengan adanya industri pariwisata ini dapat membuka dan menambah lapangan kerja dan dapat meningkatkan pendapatan bagi masyarakat setempat.

2.2.3 Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah pengembangan ekonomi yang berdasarkan pada keterampilan juga kreativitas dan merupakan bagian integral dari pengetahuan yang bersifat inovatif dan bernilai ekonomis. Menurut *United Nations Conference On Trade and Development* (UNCTAD) bahwa ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi yang berkembang berdasarkan aset kreatif yang berpotensi menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi.

Ekonomi kreatif juga bisa diartikan sebagai industri yang berlandaskan pada kreativitas dan keterampilan, serta bakat individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui kreasi dan pemanfaatan daya kreasi ataupun daya cipta individu tersebut. Berikut tiga indikator dalam ekonomi kreatif antara lain sebagai berikut : (dalam Mutmainnah Ilyas, 2018)

1. Arsitektur

Arsitektur merupakan suatu kegiatan yang terkait dengan desain

bangunan, konservasi bangunan warisan , perencanaan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro sampai dengan mikro. Seperti desain interior dan arsitektur taman.

2. Kuliner

Kuliner merupakan salah satu bagian dari subsektor ekonomi kreatif dan merupakan kegiatan pengolahan dan penyajian produk makanan dan minuman yang mengandung unsur kreatifitas didalamnya baik itu dalam hal penyajian, estetika, budaya lokal yang mempunyai cita rasa dan dapat menarik minat masyarakat untuk membeli.

3. Pakaian

Pakaian merupakan aktivitas yang berkaitan dengan desain pakaian, asesoris mode, konsultasi lini barang pakaian, serta distribusi barang pakaian yang berdasar pada kreasi.

Ekonomi kreatif memiliki keterkaitan dengan industri kreatif, hanya saja ekonomi kreatif mempunyai cakupan yang begitu luas dibandingkan dengan industri kreatif. Ekonomi kreatif bukan hanya tentang penambahan nilai ekonomi terhadap suatu barang akan tetap menciptakan nilai tambah secara sosial, lingkungan dan budaya. Hal ini berpengaruh terhadap peningkatan daya saing dan serta dapat memberikan kualitas hidup suatu bangsa.

Pengembangan pariwisata yang berbasis ekonomi kreatif akan ditandai dengan terciptanya produk-produk yang kreatif serta inovatif disuatu daerah tujuan wisata dan hal tersebut memberikan nilai tambah dan daya saing yang lebih baik dibanding dengan daerah tujuan wisata lainnya. Hal tersebut menjadikan para wisatawan akan lebih tertarik untuk datang berkunjung kesuatu daerah tujuan wisata yang memiliki produk khas wisata yang lebih kreatif dan inovatif diantaranya seperti souvenir khas daerah tujuan wisata.

Dalam mengembangkan ekonomi kreatif, diperlukan kerjasama antara cendekiawan, peran bisnis dan pemerintah di dalamnya untuk melakukan pengembangan terhadap industri kreatif yang nantinya menggerakkan penciptaan nilai terhadap ekonomi kreatif. Dari ketiga aktor yang berperan dalam pengembangan industri kreatif tersebut diharapkan dapat berjalan dengan baik karena ketika hal tersebut terjadi dengan sebaliknya maka dapat saling tumpang tindih dan berjalan tidak efisien. Hal tersebut juga dilakukan dengan membutuhkan kontribusi dari berbagai pihak.

Aktor utama dalam pengembangan industri kreatif yaitu :

1. Cendekiawan merupakan orang-orang yang memiliki perhatian utama mencari suatu kepuasan dalam mengolah sebuah seni dan ilmu pengetahuan, bukan untuk mencari tujuan-tujuan yang praktis, serta pada moralis dalam sikap, pandang serta kegiatannya merupakan

sebuah perlawanan kepada realisme massa. Mereka adalah para ilmuwan, filsuf, seniman, dan ahli metafisika yang telah menemukan kepuasan di dalam penerapan ilmu. Dari sini cendekiwaan atau para pemikir memiliki peran penting dalam memperkuat basis-basis formal ataupun informal dari inovasi dan yang memiliki kemampuan untuk bisa mematangkan konsep- konsep.

2. Peran bisnis (*business*) dari perspektif ekonomi yaitu suatu entitas organisasi yang sudah dikenali secara legal kemudian sengaja diciptakan untuk menciptakan barang-barang berupa produk dan juga jasa kepada konsumen. Dari penciptaan barang tersebut dapat menghasilkan profit dan tentunya meningkatkan kemakmuran bagi para pelaku bisnis tersebut. Dalam aktor *business* ini yaitu pelaku bisnis , investor, dan pencipta teknologi baru.
3. Pemerintah (*government*) yaitu dalam hal ini pemerintah yang dimaksud adalah pemerintah pusat ataupun pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik berkaitan dalam substansi, maupun keterkaitan administrasi, karena dalam pengembangan ekonomi kreatif tidak hanya pembangunan industri, tetapi termasuk pada pembangunan ideologi, politik, sosial dan budaya. (dalam Sumarin, 2017).

2.3 Promosi

Istilah promosi banyak dilakukan sebagai upaya membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan. Strategi berarti sebuah program terkendali dan terpadu dalam dari metode komunikasi dan material yang dirancang untuk menghadirkan perusahaan atau organisasi dan produk-produknya kepada calon konsumen, menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberikan kontribusi pada laba jangka panjang. Penentuan strategi promosi yang efektif sangat tergantung pada seberapa baik perusahaan atau organisasi melakukan tahapan-tahapan dalam proses manajemen pemasaran/promosi.

Promosi berasal dari kata *promote* dalam bahasa *inggris* yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan, menurut Kotler mengatakan, promosi mencakup semua alat bauran pemasaran yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk. Michael Ray, mendefinisikan promosi sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan.

Walaupun komunikasi antara perusahaan dan konsumen secara implisit berlangsung pada setiap unsur atau bagian dari pemasaran, namun sebagian besar komunikasi perusahaan berlangsung sebagai bagian dari suatu program promosi yang diawasi dan direncanakan dengan hati-hati. Instrument dasar yang

digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi perusahaan disebut promosi atau *promotional mix*. Zammerer mengatakan, bahwa promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasive yang dirancang untuk mempromosikan pelanggan tentang produk atau jasa yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan. Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa peranan kegiatan promosi sangat penting dan dapat memperlihatkan dengan cara yang tepat sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti oleh masyarakat.

Promosi akan lebih efektif melalui bauran promosi, yaitu kombinasi yang optimal dari pemilihan berbagai jenis kegiatan promosi yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan. Menurut Kotler (2001:98) terdapat lima jenis kegiatan promosi antara lain :

1. Periklanan (*Advertising*), yaitu bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian.

2. Penjualan Tatap

Muka (*Personal Selling*), yaitu bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian.

3. Publisitas (*Publiscity*), yaitu suatu bentuk promosi non personal mengenai, pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan jalan mengulas

informasi/berita tentang produk (pada umumnya bersifat ilmiah).

4. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), yaitu suatu bentuk promosi yang dilakukan dengan menggunakan tenaga pemasaran yang ahli di bidangnya.
5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), yaitu suatu bentuk penjualan perorangan secara langsung ditujukan untuk mempengaruhi pembelian konsumen. (dalam Janri D. Manafe, *et.al*, 2016).

Kegiatan promosi yang dilakukan berfungsi untuk menyebar luaskan informasi dan mendapatkan perhatian (*attention*), menciptakan dan menumbuhkan keinginan (*desire*), serta mengembangkan keinginan konsumen untuk membeli produk yang di tawarkan. Sejumlah strategi promosi mencoba membangun permintaan primer yang berupaya merangsang permintaan selektif yaitu keinginan untuk mendapatkan suatu merek tertentu.

2.3.1 Promosi Dalam Media Sosial

Promosi media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien (Setiyorini et al., 2018).

Manap dan Adzharudin (2013) sedang menekankan peran Internet untuk mengembangkan tujuan wisata, pendapat yang sama juga diungkapkan

oleh Hanan dan Putit (2014) dimana kontribusi media sosial sebagai faktor pendorong untuk mempromosikan destinasi. Kedua argumen mereka ini menunjukkan bahwa industri pariwisata dan Internet menyediakan ruang untuk menentukan keputusannya membuat perjalanan bagi wisatawan. Karena itu, tidak mengherankan jika internet pada dasarnya mengubah cara pencarian informasi perjalanan dan proses penentuan tujuan wisata (dalam Morosan & Jeong, 2008). Pemanfaatan media sosial berbasis internet sebagai media komunikasi pariwisata lebih fleksibel dan menguntungkan, sebab penggunaan media seperti ini dirasa lebih mudah, memiliki jangkauan yang luas, dan hemat biaya dalam mengkomunikasikan pariwisata, maka hal tersebut yang membuat media sosial semakin diminati untuk sarana komunikasi dan promosi.

Media sosial adalah sebuah media berbasis internet yang memudahkan bahkan memungkinkan penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, menciptakan dan berbagi pengalaman serta informasi yang dimilikinya. Selain Facebook, Twitter, Pinterest, LinkedIn, dan Path yang merupakan beberapa media sosial favorit dimasyarakat Indonesia, salah satu media sosial yang tumbuh dengan cepat adalah Instagram. Melalui instagram dengan membuat akun media sosial mengenai Pantai Sebalang. Dengan adanya akun di Instagram, kita dapat memposting foto-foto kegiatan setiap harinya di instagram sehingga masyarakat dapat melihat. Selain foto dapat

juga membuat sebuah video atau konten mengenai Pantai Sebalang agar dapat dilihat secara langsung keadaan sebenarnya melalui video.

BAB III

GAMBARAN UMUM

3.1 Sejarah Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung

Seiring dengan perkembangan dari masa kemasa, serta tumbuh dan berkembangnya Dinas Pariwisata, tidak terlepas dari gerak dan dinamika perjuangan bangsa Indonesia, dan sebenarnya dinas pariwisata bersama-sama kekuatan rakyat telah berkiprah pada awal-awal setelah Proklamasi yang pada masa itu merupakan satu-satunya yang relative kokoh dan lengkap serta terorganisir dengan baik, dengan modal tersebut. Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Lampung, Tugas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif adalah menyelenggarakan sebagian urusan pemerintahan provinsi di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif berdasarkan asas otonomi yang menjadi kewenangan, tugas dekonsentrasi dan pembantuan serta tugas lain sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Gubernur berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pantai ini terletak sekitar 27-30 Km dari kota Bandar Lampung. Jadi anda bisa menggunakan transportasi umum atau dapat juga menggunakan kendaraan pribadi. Untuk kendaraan pribadi dapat mengakses dari Bandar Lampung ke Lampung Selatan.

Aksesnya adalah 1,5 Km dari jalan Utama Tanjakan Tarahan. Dari Bandar Lampung harus lewat jalan lintas Sumatera lalu menuju tanjakan Tarahan, sebelum pos Polisi dimana terdapat ikon mobil ringsek dipajang silakan masuk simpang sebelah kanan, dari sana berjarak sekitar 1,5 km untuk sampai lokasi Pantai Sebalang. Jika anda menggunakan kendaraan umum, bisa naik bus dengan membayar sejumlah Rp. 15.000, sedangkan jika naik travel biayanya adalah Rp. 40.000 maka diantar sampai tujuan. Untuk waktu tempuhnya dari Bandar Lampung sekitar 30-50 menit. Untuk masuk wisata pantai ini dikenakan tiket Rp. 5.000 per orang. Sedangkan untuk tiket mobil Rp. 10.000 dan motor Rp. 5.000. Dengan harga tiket tersebut sudah bisa menikmati keindahan Pantai Sebalang.

3.2 Visi Dan Misi Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung

Dengan mempertimbangkan lingkungan strategis dan berbagai arah kebijakan pembangunan nasional dan daerah bidang Pariwisata, maka Dinas Pariwisata Provinsi Lampung memiliki Visi Terwujudnya Lampung sebagai daerah Tujuan Wisata Utama Menuju Lampung yang Maju dan Sejahtera Untuk dapat mewujudkan visi tersebut, Dinas Pariwisata Provinsi Lampung memiliki 5 (lima) misi utama yaitu:

- 1) Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia dan penataan organisasi yang menunjang pelaksanaan good governance di bidang kepariwisataan.
- 2) Melestarikan dan mengembangkan kebudayaan dan kesenian daerah untuk mengisi dan mewarnai pembangunan daerah.

- 3) Mengembangkan produk/objek dan daya tarik wisata (ODTW) dan industri kreatif yang unggul dan berdaya saing, mampu menarik minat dan memberikan kenyamanan bagi wisatawan.
- 4) Meningkatkan kegiatan promosi dan pemasaran pariwisata yang didukung sarana dan prasarana promosi yang handal.
- 5) Meningkatkan keterpaduan, kesinergian dan keharmonisan pembangunan Pariwisata antar sektor, antar pemangku kepentingan pusat dan daerah. Kebijakan pembangunan Pariwisata pada dasarnya merupakan suatu rangkaian yang sistematis yang disusun berdasarkan program-program pembangunan yang relevan dan spesifik lokal.

Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Lampung, Tugas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif adalah menyelenggarakan sebagian urusan pemerintahan provinsi di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif berdasarkan asas otonomi yang menjadi kewenangan, tugas dekonsentrasi dan pembantuan serta tugas lain sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Gubernur berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, mempunyai fungsi :

- 1) Perumusan kebijakan teknis di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif;

- 2) Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif;
- 3) Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif;
- 4) Pelaksanaan pengembangan pariwisata, ekonomi kreatif, pembinaan karakter dan pekerti bangsa;
- 5) Pelaksanaan monitoring dan evaluasi pariwisata dan ekonomi kreatif;
- 6) Pelaksanaan kebijakan promosi dan standarisasi pariwisata dan ekonomi kreatif;
- 7) Pelaksanaan rencana induk dan rencana detil pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif; dan
- 8) Pelayanan administratif.

3.3 Susunan Organisasi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

1. Kepala Dinas;
2. Sekretariat;
3. Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata;
4. Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata;
5. Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata;
6. Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif
7. Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD); dan
8. Kelompok Jabatan Fungsional.

1. Kepala Dinas

Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mempunyai tugas memimpin, mengkoordinasikan, mengawasi dan mengendalikan dalam menyelenggarakan sebagian urusan pemerintah provinsi di bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berdasarkan asas otonomi yang menjadi kewenangan, tugas dekonsentrasi dan pembantuan serta tugas lain sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Gubernur berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

a) Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1),

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mempunyai fungsi :

1. Perumusan kebijakan teknis di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif skala provinsi;
2. Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif;
3. Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif;
4. Pelaksanaan pengembangan pariwisata, ekonomi kreatif, pembinaan karakter dan pekerti bangsa;
5. Pelaksanaan kebijakan promosi dan standarisasi pariwisata dan ekonomi kreatif;
6. Pelaksanaan rencana induk dan rencana detil pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif;

7. Pelayanan administrasi; dan
8. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Gubernur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

2. Sekretariat

Sekretariat Dinas mempunyai tugas melaksanakan urusan kepegawaian, surat menyurat, perlengkapan, rumah tangga dan, perundang-undangan, keuangan, perencanaan serta memberikan pelayanan administrasi kepada semua bidang dan unit pelaksana teknis dinas di lingkungan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Sekretariat mempunyai fungsi :

- a. Pelaksanaan kegiatan koordinasi satuan kerja;
- b. Penyelenggaraan pengelola administrasi maupun untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi satuan kerja;
- c. Penyelenggaraan hubungan kerja di bidang administrasi dengan satuan kerja di lingkungan Pemerintah Provinsi Lampung;
- d. Penyelenggaraan pengelolaan keuangan, kepegawaian dan perencanaan; dan
- e. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

1) Sekretariat Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, membawahi :

- a. **Sub Bagian Umum dan Kepegawaian** mempunyai tugas menyiapkan dan memberikan pelayanan dalam urusan surat menyurat,

tata naskah dinas, kearsipan, perlengkapan rumah tangga, keprotokolan serta pelayanan umum, sedangkan kepegawaian menyiapkan bahan penyusunan rencana kebutuhan pegawai, pengembangan pegawai, mutasi, promosi dan tata usaha kepegawaian, pengembangan dan pembinaan organisasi dan tatalaksana di lingkungan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. Rincian tugas Sub Bagian Umum dan Kepegawaian adalah sebagai berikut :

- (1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan pengkajian dan pengusulan perencanaan anggaran kegiatan;
- (2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyelenggaraan kegiatan surat menyurat dan penyediaan alat tulis kantor;
- (3) Melaksanakan dan menyiapkan penyelenggaraan kegiatan kearsipan, tata naskah dinas dan perpustakaan;
- (4) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyelenggaraan kegiatan rumah tangga;
- (5) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyelenggaraan kegiatan keprotokolan dan hubungan masyarakat;
- (6) Melaksanakan dan menyiapkan bahan perencanaan kebutuhan sarana/ prasarana dalam mendukung kegiatan satker dan melaksanakan pemeliharaan sarana dan prasarana;

- (7) Melaksanakan dan menyiapkan bahan dan memberikan pelayanan teknis administrasi kepada semua unit di lingkungan dinas;
- (8) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyusunan rencana kebutuhan dan formasi pegawai;
- (9) Melaksanakan dan menyiapkan bahan pengembangan dan proses mutasi pegawai;
- (10) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyelesaian kartu pegawai Karis/Karsu, Askes, Taspen, cuti, kenaikan pangkat, kenaikan gaji berkala, Daftar Urut Kepangkatan (DUK) pemberhentian dan pensiun pegawai dinas dan pemberian penghargaan;
- (11) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penilaian kinerja penyusunan usulan kebutuhan pendidikan dan pelatihan pegawai serta evaluasi pasca pendidikan dan pelatihan pegawai dinas;
- (12) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyelenggaraan kegiatan tatasaha kepegawaian;
- (13) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyusunan dan pembinaan organisasi dan tatalaksana;

(14) Melaksanakan dan menyiapkan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Sub Bagian Umum dan Kepegawaian; dan

(15) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

b. Sub Bagian Keuangan dan Aset mempunyai tugas menyiapkan bahan penyusunan rencana anggaran pendapatan dan belanja dinas, pembukuan, perhitungan anggaran, verifikasi dan pembendaharaan serta pengelolaan dan administrasi keuangan di lingkungan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. Rincian tugas Sub Bagian Keuangan adalah sebagai berikut:

- (1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyusunan rencana penerimaan dan anggaran berlanja untuk dinas;
- (2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan pembinaan dan bimbingan administrasi keuangan dan pembendaharaan;
- (3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan verifikasi pertanggung jawaban keuangan dan menyusun neraca keuangan satker serta bahan bimbingan penyelesaian tindak lanjut hasil pemeriksaan;
- (4) Melaksanakan dan menyiapkan bahan kegiatan pengelolaan keuangan dan pelaporan anggaran;
- (5) Melaksanakan dan menyiapkan bahan dokumen keuangan dan penyusunan laporan realisasi anggaran;

- (6) Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Sub Bagian Keuangan dan Aset;
- (7) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyelenggaraan administrasi perlengkapan dan barang-barang inventaris dan pengelolaan aset/kekayaan milik negara dilingkungan satuan kerja; dan
- (8) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

c. Sub Bagian Perencanaan mempunyai tugas melaksanakan pengumpulan, pengolahan, penganalisaan, monitoring, penyiapan dan penyajian bahan koordinasi, perumusan, penyusunan kebijakan, rencana program serta melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan program kegiatan. Rincian tugas Sub Bagian Perencanaan adalah sebagai berikut :

- (1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi, pengolahan dan merumuskan perencanaan makro sesuai skala provinsi di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif;
- (2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penelaahan, pengolahan, koordinasi, perumusan dan penyusunan rencana program, kegiatan dan anggaran Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;

- (3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan monitoring dan evaluasi pelaporan pelaksanaan program kegiatan pariwisata dan ekonomi kreatif;

3. Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata

Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata mempunyai tugas melakukan perumusan kebijakan teknis, fasilitasi, koordinasi, pemantauan, dan evaluasi pelaksanaan kerjasama pengembangan destinasi pariwisata, monitoring usaha pariwisata serta pengembangan sumber daya wisata alam, buatan, dan budaya; Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud diatas, Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata mempunyai fungsi :

- 1) Pelaksanaan koordinasi di bidang pengembangan destinasi pariwisata Kabupaten/Kota;
- 2) Penyelenggaraan pembinaan, bimbingan teknis di bidang pengembangan infrastruktur, ekosistem, obyek dan daya tarik wisata, serta pemberdayaan masyarakat di seluruh Kabupaten/Kota berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- 3) Pelaksanaan pelaporan tugas Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata kepada Kepala Dinas; dan
- 4) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

5) Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas.

4. Seksi Pengembangan Infrastruktur dan Ekosistem Pariwisata

mempunyai tugas menyiapkan pelaksanaan koordinasi dengan Kabupaten/Kota untuk pengembangan infrastruktur dan ekosistem pariwisata. Rincian tugas Seksi Pengembangan Infrastruktur dan Ekosistem Pariwisata adalah sebagai berikut :

- 1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan perumusan kebijakan di bidang perancangan destinasi, amenitas, aksesibilitas dan ekosistem pariwisata;
- 2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan kabupaten/kota, instansi terkait, *stakeholder* pariwisata dalam pengembangan infrastruktur dan ekosistem pariwisata;
- 3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan untuk pembinaan dengan Kabupaten/Kota untuk keterpaduan infrastruktur dan ekosistem pariwisata antar Kabupaten/Kota;
- 4) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan pusat dan instansi terkait dalam rangka kebijakan pengembangan infrastruktur dan ekosistem pariwisata;

- 5) Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi pengembangan infrastruktur dan ekosistem pariwisata; dan
- 6) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

5. Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata mempunyai tugas menyiapkan bahan koordinasi dengan Kabupaten/Kota untuk standarisasi, kriteria, prosedur dan bimbingan teknis di bidang Pengembangan Daya Tarik Wisata (DTW). Rincian tugas Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata adalah sebagai berikut :

- 1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan Kabupaten/Kota, instansi terkait, *stakeholder* pariwisata dalam pengembangan sumber daya wisata budaya, alam, dan buatan;
- 2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan untuk pembinaan dengan Kabupaten/Kota untuk keterpaduan Pengembangan Daya Tarik Wisata (ODTW) antar Kabupaten/ Kota;
- 3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan bimbingan teknis dan evaluasi di bidang diversifikasi dan revitalisasi produk Pengembangan Daya Tarik Wisata (DTW);
- 4) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan instansi terkait dan pusat dalam rangka kebijakan dan Pengembangan Daya Tarik Wisata (DTW);

5) Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata (DTW); dan

6) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

6. Seksi Tata Kelola Destinasi dan Pemberdayaan Masyarakat

Mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan koordinasi dengan Kabupaten/Kota dalam pelaksanaan kebijakan perintisan pembangunan, bimbingan teknis dan evaluasi di bidang tata kelola destinasi pariwisata dan pengembangan sadar wisata serta pengembangan potensi masyarakat. Rincian tugas Seksi Tata Kelola Destinasi dan Pemberdayaan Masyarakat adalah sebagai berikut :

1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan Kabupaten/Kota di bidang tata kelola destinasi pariwisata dan pengembangan sadar wisata serta pengembangan potensi masyarakat;

2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan instansi terkait dan pusat dalam rangka kebijakan tata kelola destinasi pariwisata dan pengembangan sadar wisata serta pengembangan potensi masyarakat

3) Melaksanakan dan menyiapkan bimbingan teknis dan supervisi di bidang tata kelola destinasi dan pemberdayaan masyarakat; dan

- 4) Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas tata kelola destinasi dan pemberdayaan masyarakat; dan
- 5) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

7. Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata

Mempunyai tugas mempersiapkan perumusan kebijakan teknis, fasilitasi, koordnasi, pemantauan dan evaluasi pengembangan strategi pemasaran pariwisata, komunikasi pemasaran pariwisata dan pasar pariwisata. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud diatas, Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata mempunyai fungsi :

- 1) Pelaksanaan koordinasi dengan Pusat, Kabupaten/Kota, dan *stakeholder* untuk pengembangan pasar;
- 2) Perumusan segmen pasar dalam dan luar negeri dan strategi pemasaran;
- 3) Penyiapan bahan-bahan informasi pariwisata sebagai sarana komunikasi pemasaran pariwisata;
- 4) Pelaksanaan promosi potensi pariwisata di dalam dan luar negeri;
- 5) Pelaksanaan pelaporan tugas Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata kepada kepala dinas; dan
- 6) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata dipimpin oleh seorang kepala bidang yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas.

8. Seksi Strategi Pemasaran Pariwisata

Mempunyai tugas mempersiapkan, mengumpulkan dan mengolah data bahan-bahan informasi pariwisata sebagai bahan strategi pemasaran pariwisata. Rincian tugas Seksi Strategi Pemasaran Pariwisata adalah sebagai berikut :

- 1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dalam rangka pengumpulan, pengolahan bahan-bahan informasi pariwisata se - Provinsi Lampung di bidang profil pasar, target pasar, perancangan dan kerjasama, pemantauan dan evaluasi pemasaran pariwisata;
- 2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan-bahan informasi pariwisata di bidang profil pasar, target pasar, perancangan dan kerjasama, pemantauan dan evaluasi pemasaran pariwisata sesuai dengan norma, standar, prosedur, dan kriteria yang berlaku bagi strategi pemasaran pariwisata;
- 3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi Strategi Pemasaran Pariwisata; dan
- 4) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

9. Seksi Pengembangan Komunikasi Pemasaran Pariwisata

Mempunyai tugas melaksanakan perumusan, pelaksanaan dan koordinasi kebijakan, serta bimbingan teknis dan evaluasi di bidang pengembangan komunikasi pemasaran pariwisata. Rincian tugas Seksi Pengembangan Komunikasi Pemasaran Pariwisata adalah sebagai berikut :

- 1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi di bidang publikasi dan sarana promosi pariwisata;
- 2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan-bahan informasi pariwisata di bidang publikasi dan sarana promosi pariwisata sesuai dengan norma, standar, prosedur, dan kriteria yang berlaku bagi pengembangan komunikasi pemasaran pariwisata;
- 3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi Pengembangan Komunikasi Pemasaran Pariwisata; dan
- 4) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

10. Seksi Pengembangan Segmen Pasar Pariwisata

Mempunyai tugas mempersiapkan pelaksanaan promosi pariwisata pada lingkup segmen pasar dalam dan luar negeri sesuai dengan kriteria dan prosedur dalam rangka pengembangan pasar pariwisata.

Rincian tugas Seksi Pengembangan Segmen Pasar Pariwisata adalah sebagai berikut :

- 1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan Pusat, Kabupaten/Kota, dan *stakeholder* di bidang segmen pasar personal, bisnis, dan pemerintah sebagai bahan pengembangan segmen pasar pariwisata di dalam dan luar negeri;
- 2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan dan melengkapi standar administratif serta dokumen-dokumen dalam pelaksanaan promosi pariwisata;
- 3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi Pengembangan Segmen Pasar Pariwisata; dan
- 4) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

11. Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisataan

Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisataan mempunyai tugas mempersiapkan permusan kebijakan teknis, fasilitasi, koordinasi, pemantauan dan evaluasi di bidang program pengembangan hubungan kelembagaan kepariwisataan, penelitian dan pengembangan kebijakan kepariwisataan, pengembangan sumber daya manusia kepariwisataan. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud diatas, Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisataan mempunyai fungsi :

- 1) Pelaksanaan koordinasi dengan Pusat, instansi terkait, dunia usaha, Kabupaten/Kota, dan *stakeholder* untuk pengembangan kelembagaan kepariwisataan;
- 2) Penyelenggaraan pembinaan, bimbingan teknis di bidang program pengembangan hubungan kelembagaan kepariwisataan, penelitian dan pengembangan kebijakan kepariwisataan, serta pengembangan sumber daya manusia kepariwisataan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- 3) Pelaksanaan pelaporan tugas Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata kepada Kepala Dinas; dan
- 4) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

12. Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif

Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif mempunyai tugas perumusan standar kebijakan di bidang promosi ekonomi kreatif, pengembangan SDM ekonomi kreatif serta fasilitasi dan kerjasama ekonomi kreatif. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud diatas, Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif mempunyai fungsi :

- 1) Menyusun rencana, program, anggaran evaluasi pelaporan bidang promosi ekonomi kreatif.

- 2) Pelaksanaan koordinasi dengan Pusat, Instansi terkait, dunia usaha, Kabupaten/Kota, dan stakeholder untuk pengembangan ekonomi kreatif.
- 3) Pelaksanaan kebijakan sesuai dengan norma, standar, prosedur dan kriteria di bidang Promosi Ekonomi Kreatif, Pengembangan SDM Ekonomi Kreatif dan Fasilitasi dan Kerjasama Ekonomi Kreatif.
- 4) Meningkatkan kualitas penyelenggaraan kegiatan penghargaan bagi pelaku ekonomi kreatif, karya kreatif dan usaha ekonomi kreatif dan mendorong pelaku ekonomi kreatif dan usaha ekonomi kreatif memperoleh prestasi.
- 5) Menyusun konsep rencana aksi branding produk ekonomi kreatif .
- 6) Pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang Promosi Ekonomi Kreatif, Pengembangan SDM Ekonomi Kreatif dan Fasilitasi dan Kerjasama Ekonomi Kreatif.
- 7) Pelaporan pelaksanaan tugas Bidang Ekonomi Kreatif kepada kepala dinas.
- 8) Pelaksanan tugas lain yang diberikan kepada atasan.

Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif dipimpin oleh seorang kepala bidang yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas.

3.4 Struktur Bagan Disubbagian Ekonomi Kreatif

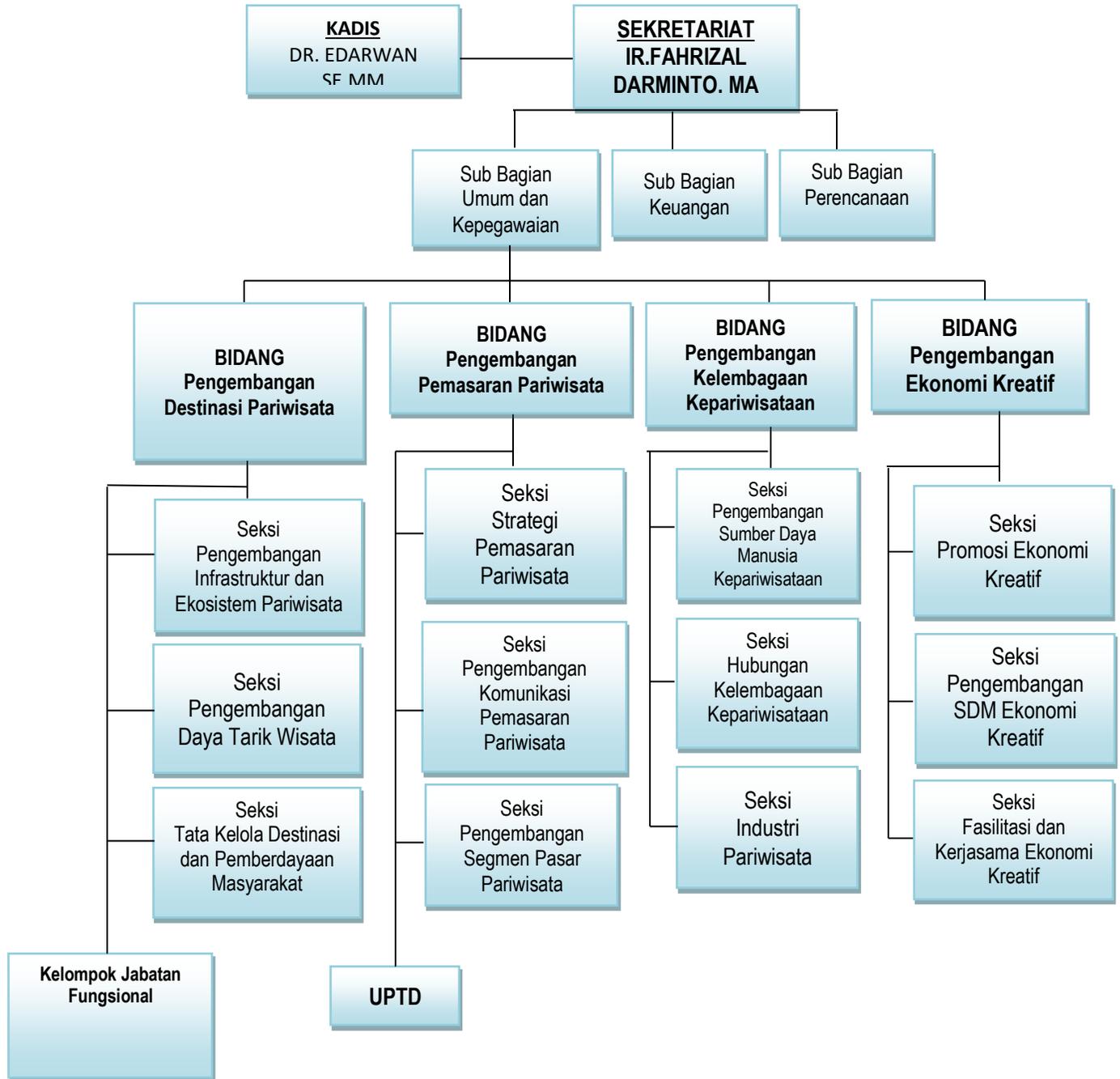
KEPALA BIDANG
Drg. HELLEN VERANICA,M.KES
Pembina /IV .a
NIP.197604222003122007

<u>Kasi Promosi Ekonomi Kreatif</u>	<u>Kasi Pengembangan SDM Ekonomi Kreatif</u>	<u>Kasi Fasilitasi Dan Kerjasama Ekonomi Kreatif</u>
FILLIA ANINDITA,S.I.KOM Penata Tk.I /III.d NIP.198403042006042003	IIN MEYLINA,S.Pt.,M,M Pembina/IVA NIP. 197805102003122008	SAMI MUHTAROM,S.,S Penata Tk.I /III,D NIP. 196802151994032006
1.BUDI HARTAWANITA,S.I.P NIP.196707291989112001 2. FARAHDIBA NIP.196408181990052001	1. WAZAQKI,S.AB. NIP.198112232010011014 2. SAERAN NIP.197707082008011016	1. HELIANA S.E NIP. 197601062003122004 2. SUMIYATI SANDI NIP. 197312181994032006 3. AGUS SUPRATNA NIP. 197808262010011005

PTHL :

- 1. M. RADESKA TAMARA**
- 2. SEPTI WULANDARI**
- 3. SEPTIA CORY PADILA**

BAGAN STRUKTUR ORGANISASI
DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF PROVINSI LAMPUNG



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Hubungan masyarakat itu merupakan kegiatan melaksanakan hubungan dengan publik di luar dan di dalam organisasi dengan jalan berkomunikasi sudah tentu komunikasi yang dilakukan tidak sembarangan, melainkan dengan cara-cara disertai seni-seni komunikasi tertentu yang merupakan objek studi ilmu komunikasi. Dengan demikian, dalam sebuah organisasi yang tidak dilengkapi dengan Bagian Humas, tidak berarti tidak ada bagian kehumasan. Dalam sub pembahasan ini akan diuraikan temuan data lapangan (*field research*) yang bersumber dari hasil observasi dan wawancara terhadap informan yang berkompeten di bidangnya.

1. Fungsi Humas Sebagai Penyampai Informasi

Humas memiliki fungsi sebagai penyampai informasi. Kemampuan sebagai komunikator yang baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak /elektronik dan lisan (*spoken person*) atau tatap muka atau sebagainya. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator dan persuader.

Informasi berkenaan dengan melalui hubungan kemasyarakatan, dapat diketahui hal-hal yang menjadi keinginan dari pengguna/wisatawan objek wisata Pantai Sebalang wisatawan diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Sami selaku Kasi Ekonomi Kreatif mengatakan bahwa:

“Memang betul, melalui pihak pengelola Pantai Sebalang keinginan wisatawan bisa kita wujudkan, khususnya penambahan fasilitas permainan untuk anak-anak kecil dan kalangan remaja seperti banana booth, jadi masyarakat kita bisa rekreasi dengan sepuasnya”.

Dari wawancara diatas terlihat bahwa pihak dinas pariwisata akan menambahkan fasilitas sesuai dengan keinginan masyarakat. Selain itu tanggapan dari Ibu Fella, selaku Kasi Promosi dan Destinasi Pariwisata yang mengatakan :

“Betul sekarang keinginan wisatawan dapat kita tampung, bahkan di rencanakan kita juga ingin membuat kotak saran yang disediakan khusus bagi wisatawan yang datang untuk berkunjung untuk memberikan penilaian terkait wisata Pantai Sebalang supaya kita juga bisa dapat memperbaiki pengelolaan dan pelayanan di wisata Pantai Sebalang dan mungkin juga di objek wisata lainnya yang ada di Lampung...”

Dari wawancara diatas terlihat bahwa keinginan masyarakat untuk Pantai Sebalang bisa langsung mengirimkan saran apa saja yang diinginkan untuk kemajuan Pantai Sebalang. Informasi yang diperoleh dari wawancara dengan informan yang telah diuraikan diatas, kesimpulan yang dapat diambil adalah melalui Humas, pihak pengelola objek wisata Pantai Sebalang dapat mengetahui keinginan dan harapan dari wisatawan. Keinginan konsumen umumnya berupa penambahan daya

tarik wisata yang lebih bervariasi, dapat digunakan semua kalangan dan usia sehingga akan memperkuat daya tarik wisata Pantai Sebalang.

Tanggapan lainnya dikemukakan oleh Bapak Sumiyati selaku staaf

Pengembangan Potensi Pariwisata yang menyatakan :

“...Ya, memang penting fungsi kehumasan, khususnya yang dilakukan pihak pengelola dalam mengelola dan mempromosikan Pantai Sebalang kepada masyarakat. Sekurang-kurangnya pengelola Pantai Sebalang bisa mengetahui apa saja yang diinginkan oleh orang-orang yang datang ke sana. Fungsi humas lebih bermanfaat untuk memantau perkembangan Pantai Sebalang dan turut serta berkontribusi dalam upaya mempromosikan wisata Pantai Sebalang sebagai salah satu destinasi wisata favorit masyarakat di Lampung dan memperkenalkan kepada masyarakat yang tinggal di daerah lainnya. Sangat terasa manfaatnya kontribusi dari humas, boleh dibilang sekarang pengelolaan Pantai Sebalang dan masyarakat di Provinsi Lampung hampir semuanya mengetahui kalo ada objek wisata Pantai Sebalang”.

Hail wawancara diatas dapat dikatakan bahwa dengan adanya humas pihak pengelola Dinas Pariwisata dapat mengetahui hal-hal apasaja yang dibutuhkan atau yang diinginkan masyarakat sebagai pengunjung. Tanggapan dari Ibu Fella selaku Kasi Promosi Ekonomi Kreatif yang mengatakan :

“...Ya betul, kita selaku pihak pengelola Pantai Sebalang merasakan benar manfaat dari kegiatan humas yang kita lakukan, kayak kita berkomunikasi dengan wisatawan atas apa yang paling mereka sukai, apa yang mereka tidak suka, fasilitas apa yang diinginkan, kelayakan sarana prasarana dan lain sebagainya sehingga membuat kita secara emosional lebih dekat kepada pengunjung. Hal ini akhirnya membuat pengunjung atau wisatawan senang dan kemudian datang lagi sambil memberikan informasi kepada teman-temannya sehingga pengunjung menjadi semakin banyak...”.

Berdasarkan pendapat informan, dapat disimpulkan bahwa manfaat

dari kegiatan humas yang dilakukan, seperti pihak pengelola objek wisata Pantai Sebalang kita berkomunikasi dengan wisatawan atas apa yang paling mereka sukai, sesuatu yang tidak di sukai, fasilitas yang diinginkan, kelayakan sarana prasarana dan lain sebagainya sehingga membuat kita lebih dekat kepada pengunjung. Hal ini akhirnya membuat pengunjung atau wisatawan senang dan kemudian datang lagi sambil memberikan informasi kepada teman-temannya sehingga pengunjung menjadi semakin banyak.

Informasi berkenaan dengan data dan informasi yang diperoleh dapat menjadi masukan/pertimbangan dalam upaya penyempurnaan rencana kerjaterkait promosi objek wisata Pantai Sebalang diperoleh dari hasil wawancaradengan Bapak Sami selaku Kasi Ekonomi Kreatif yang mengatakan :

“Sangat bisa, buktinya apa yang kita perbaharui terkait pengelolaan dan penambahan fasilitas di sana itu dari aspirasi wisatawan yang datang berkunjung. Memang tidak semua aspirasi itu langsung kita realisasikan, kita liat juga kelayakan dan kesanggupan dari kita untuk menerapkannya. Ya, informasi yang diserap oleh pihak pengelola, kemudian di diskusikan dalam pertemuan bulanan akhirnya menjadi dasar diambilnya keputusan. Informasi dan data-data yang diperoleh berkenaan dengan Pantai Sebalang semuanya menjadi bahan untuk dimusyawarahkan dengan para pimpinan supaya bisa ditetapkan jadi keputusan untuk dilaksanakan oleh semua unsur, baik itu pengelola situ.

Informasi yang diperoleh dari wawancara dengan informan yang telah diuraikan diatas, kesimpulan yang dapat diambil adalah keinginan

konsumen yang disampaikan kepada pihak pengelola objek wisata Pantai Sebalang menjadi bahan untuk dibawa ke rapat kerja sebagai potensi dan kendala yang akan dicarikan solusinya lalu kemudian ditetapkan sebagai keputusan yang relevan dengan masalah yang dihadapi dan dapat memenuhi harapan wisatawan. Selain itu humas Dinas Pariwisata dalam melakukan promosi obyek wisata, dengan melalui media instagram dan media online yang dijelaskan oleh Bapak Sumiyati bahwa:

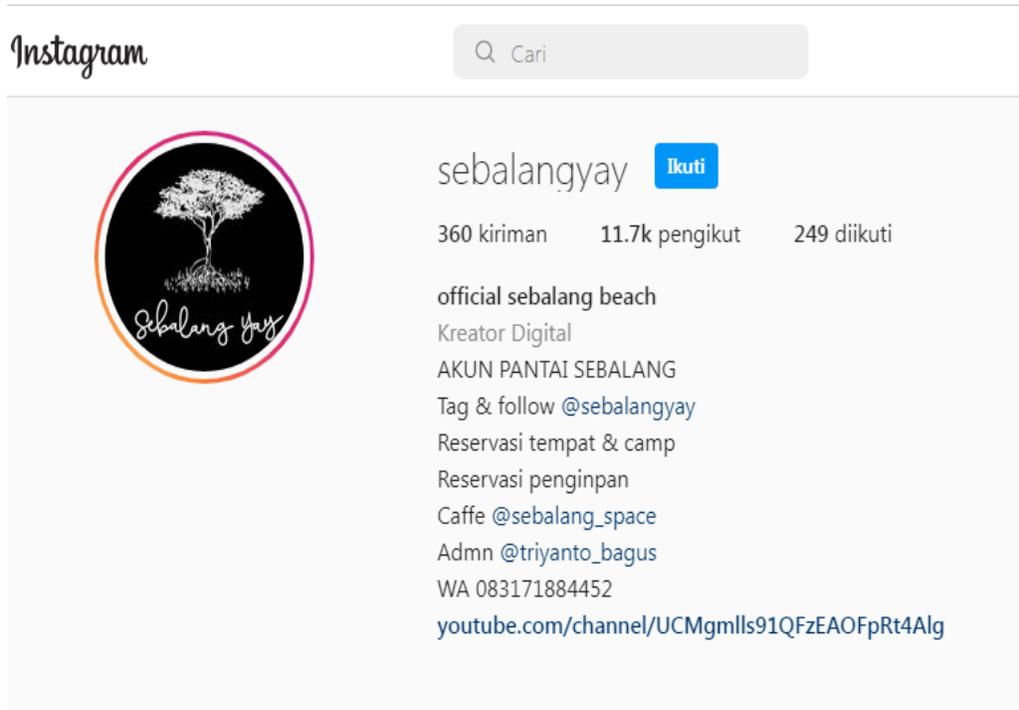
“Tentunya kami menggunakan berbagai media dalam memberikan promosi seperti media sosial instagram, selain itu kita juga mempromosikan obyek wisata secara langsung dengan cara kita menyampaikan kepada pengunjung wisata, agar wisatawan yang sudah berkunjung di objek wisata tersebut jika sampai rumah akan bercerita kepada keluarga, saudara dan tetangganya jadi sangat membantu pengelola untuk mempromosikan dan memasarkan objek wisata tersebut kepada wisatawan sehingga akan meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung.”

Sesuai pernyataan Bapak Sumiyati bahwa Dinas Pariwisata Provinsi Lampung menggunakan berbagai media sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mempromosikan obyek wisata Pantai Sebalang Lampung. Telah terbukti bahwa media mampu mempromosikan lebih luas mengenai wisata Pantai Sebalang Lampung, media-media inilah yang membantu meningkatkan progress pengunjung jika dikelola dengan baik. Sebagai acuan tentang media-media yang digunakan Dinas Pariwisata Provinsi Lampung.

Hal ini dilakukan agar Pantai Sebalang dapat dikenal oleh semua kalangan masyarakat. Masyarakat dapat membuka Instagram

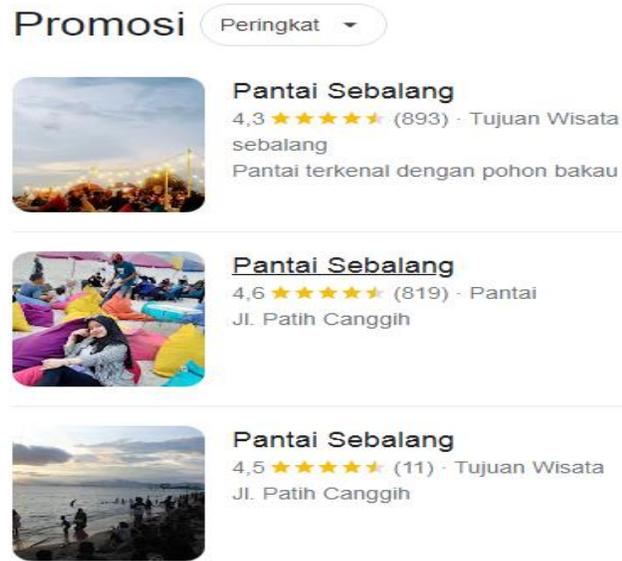
@sebalangyay yang merupakan akun media sosial pantai sebalang.

Berikut gambar akun media sosial di Pantai Sebalang.



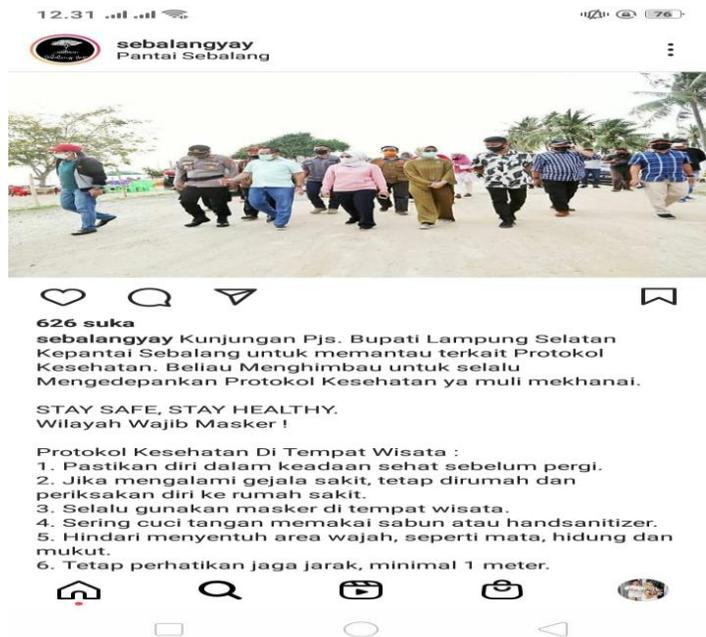
Gambar 4.1 Akun Instagram Resmi Pantai Sebalang

Selain itu juga promosi Pantai Sebalang dilakukan melalui internet agar masyarakat dapat mengetahui apa saja yang ada di Pantai Sebalang.



Gambar 4.2 Promosi Pantai Sebalang Melalui Internet

Tidak hanya itu saja Bupati Lampung Selatan melakukan kunjungan ke Pantai Sebalang untuk mengecek ketaatan pihak pengelola dan masyarakat terhadap protokol kesehatan. Melihat keadaan wabah virus corona jadi Bupati Lampung Selatan melakukan pemantauan di Pantai Sebalang. Hal ini terkuak di Instagram resmi Pantai Sebalang.



Gambar 4.3 Kunjungan Bupati Lampung Selatan

Dari gambar diatas terlihat bahwa pantai sebalang memiliki akun Instagram sendiri sebagai promosi dengan pengikut mencapai 11 ribu lebih dengan 360 postingan mengenai pantai sebalang. Promosi pantai sebalang selalu dilakukan dengan menampilkan foto-foto yang didapat dari pengunjung. Promosi melalui media pengelola mempunyai berbagai cara dalam mempromosikan dan memasarkan objek wisata Pantai Sebalang Lampung, antara lain pengelola mempromosikan melalui media sosial. Media sosial sebuah media online yang digunakan juga sebagai promosi, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi dan mendapatkan informasi, media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Media sosial

instagram merupakan salah satu media yang digunakan oleh humas Dinas Pariwisata dalam mempromosikan obyek wisata.

Berdasarkan hasil wawancara dari Ibu Fillia Anindita selaku Kepala Seksi Ekonomi Kreatif, menjelaskan bahwa:

“media sosial yang kita gunakan itu seperti media sosial Instagram. Dan kami juga merencanakan untuk mengadakan sebuah aplikasi, nah dengan aplikasi ini kita dengan mudah dalam melakukan promosi kita punya tempat wisata, jadi kalau itu sudah ada maka orang-orang sudah mudah melihat tempat-tempat wisata yang ada di daerah kita dengan menggunakan aplikasi tersebut”.

Hal ini dapat membantu pengelola untuk mengenalkan objek wisata Pantai Sebalang Lampung kepada masyarakat luas sehingga dapat menarik minat untuk berkunjung ke objek tersebut. Disamping itu jumlah wisatawan meningkat setelah promosi dan pemasaran tersebut dilakukan. Selain itu Pantai sebalang juga melakukan promosi ke media online seperti tribun lampung, retrotika online, dan lainnya..



Suasana di Pantai Sebalang Lampung

tribunlampungtravel.com/Elen Oktavia

← Iklan oleh Google
Kirim masukan
Mengapa iklan ini? ⓘ

TRIBUNLAMPUNGTRAVEL.COM, LAMPUNG SELATAN - Pantai Sebalang merupakan destinasi yang sedang naik daun di Lampung.

Lokasi pantai yang mudah dijangkau dengan pesona sunset yang memukau membuat banyak wisatawan penasaran.

Wisata ini berada di Sebalang, Tarahan, Katibung, kecamatan Lampung Selatan.

f
Twitter
WhatsApp
in
Share
AA



Gambar 4.4 Promosi Pantai Sebalang melalui Media Online Tribuns Lampung



Hallo traveler. Lampung memang memiliki keunikan tersendiri mulai dari ciri khas dan keunikan dari pantai-pantai yang ada di Lampung ini menjadi salah satu daya tariknya berbagai pantai yang begitu eksotis yang bisa kita temui di wilayah Lampung seperti Lampung bagian Selatan timur barat sampai daerah pesisir dan lain sebagainya.

Kita bisa memilih wisata pantai di Lampung sebagai tujuan liburan yang menyenangkan dengan berbagai keunikan dan pesona indah yang ditawarkan tidak heran banyak orang yang menjadikan pantai di Lampung sebagai destinasi liburan nya.

Kali ini kami akan menggali informasi terkait potensi yang ada di pantai sebalang bersama narasumber Nadia ishanti dan Indah mutriara apriannisa yang merupakan mahasiswa perjalanan wisata politeknik negeri Lampung

Gambar 4.5 Promosi Pantai Sebalang melalui Media Online Retorika Lampung

Pantai sebalang juga melakukan promosi ke media online seperti pada gambar diatas. Terlihat bahwa pengunjung mengatakan bahwa pantai sebalang adalah pantai yang eksotis yang memiliki nuansa seperti pantai Kuta Bali, ini kutanya Lampung ujar para pengunjung menyebutnya ketika sudah berkunjung ke pantai sebalang. Hasil wawancara terkait peran dukungan manajemen (*back up management*) berkenaan dengan memberikan usulan penyempurnaan rencana kerja instansi melalui humas yang memberikan informasi dari informan penelitian, peneliti memperoleh temuan bahwasanya fungsi humas akhirnya manajemen bisa lebih mengetahui perkembangan Pantai Sebalang secara kekinian dan informasi yang seragam dan dapat dipercaya sehingga membuat keputusan yang diambil dari satu

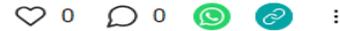
permasalahan dapat lebih akurat dan pihak yang terlibat dapat bekerja lebih terarah sesuai hasil keputusan bersama.

Hal ini mengingat pihak pengelola Pantai Sebalang lebih pro aktif dalam menyerap aspirasi atau harapan dari wisatawan, seperti apa yang paling mereka sukai, apa yang mereka tidak suka, fasilitas permainan apa yang diinginkan, kelayakan sarana prasarana dan lain sebagainya sehingga membuat kita secara emosional lebih dekat kepada pengunjung. Hal ini akhirnya membuat pengunjung atau wisatawan senang dan kemudian datang lagi sambil memberikan informasi kepada teman-temannya sehingga semakin banyak pengunjung objek wisata Pantai Sebalang.

Selain melalui wawancara peneliti juga melakukan observasi mengenai Pantai Sebalang. Apa saja yang ada di Pantai Sebalang selain keindahan panainya. Ternyata di Pantai Sebalang terdapat cafe-cafe yang bisa dikunjungi masyarakat. Berikut salah satu cafe di Pantai Sebalang yang dipublikasikan secara online.

Bersantai di Pantai Sembari Kulineran Ala Cafe Sebalang Space Lampung Selatan

Konten Media Partner Lampung Geh ✓



Lampung Geh, Lampung Selatan - Sebalang Space, spot kafe yang menawarkan suasana santai, menikmati kuliner, sembari menikmati suasana tepat di bibir Pantai Sebalang, Lampung Selatan, Senin (4/5).



Gambar 4.6 Cafe di Pantai Sebalang (Media Online)

Sesuai dengan fungsi dan tugas humas yaitu berupaya memberikan pesan-pesan atau informasi kepada masyarakat. Kemampuan untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, memotivasi dan memiliki pengaruh terhadap opini publik sebagai upaya “menyamakan persepsi” dengan tujuan dan maksud dari lembaga yang bersangkutan. Keberadaan humas sangat dibutuhkan dan penting untuk membangun dan menjaga adanya saling pengertian antara organisasi dengan stakeholder dan masyarakat umum, dengan tujuan menyangkut tiga hal yaitu reputasi, citra dan komunikasi mutual *benefit relationship*. Humas bertugas untuk mengetahui dengan

mengevaluasi opini-opini public yang berkaitan dengan organisasi, serta memanfaatkan komunikasi sebagai media untuk member informasi yang sesuai dengan opini public yang diharapkan.

Hasil penelitian menyatakan bahwa fungsi humas dalam mempromosikan potensi Pariwisata Pantai Sebalang adalah merupakan progam kerja Dinas Pariwisata Provinsi Lampung yang dilakukan secara nyata sebagaimana tercantum dalam dokumen rencana kerja dinas pariwisata. Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan program promosi yang dijalankan adalah mengenai fungsi dan peran humas. Hal ini seseuai dengan teori dari Wasesa (2006:117) bahwa posisi humas dalam standar mengenai struktur manajemen sangat berpengaruh terhadap informasi yang bisa disampaikan kepada media masa.

2. Fungsi Humas Sebagai Pencari Informasi

Komunikasi ini penting bagi lancarnya operasional seluruh system organisasi, karena komunikasi mengintegrasikan semua elemen dalam bentuk koordinasi dan terjalin kerjasama sehingga menjaga stabilitas sistem. Pada dasarnya humas adalah fungsi komunikasi dari manajemen yang mengelola system informasi dan alur informasi dari dan kedalam lembaga atau organisasi.

Fungsi humas Dinas Pariwisata dalam mempromosikan obyek wisata Pantai Sebalang, Lampung Selatan dengan melaksanakan fungsinya sebagai

pengelola manajemen komunikasi organisasi dengan publiknya, merupakan hal yang sangat penting dalam mendukung organisasi guna mendapatkan dukungan dari publiknya untuk mencapai cita-cita organisasi dalam mempromosikan Pantai Sebalang Lampung. Tujuan dan target lembaga atau organisasi ini dapat dicapai bila pengelolaan manajemen komunikasi dengan publiknya berjalan sesuai rencana.

Pantai Sebalang Lampung merupakan pantai berpasir putih yang sangat bagus, pemandangan sunsetnya di sore hari, tatanan pantai yang rapi, suasana pantai yang sejuk dan segar serta kejernihan air laut dengan kebersihan daerah sekitar pantai yang bersih membuat pantai ini tampak terlihat menawan. Apalagi terdapat café dan music yang menjadi tempat santai bagi wisatawan yang berkunjung. Para pengunjung juga mengatakan bahwa pantai sebalang kutanya Lampung, karena fasilitas dan suasana yang diberikan seperti di Pantai Kuta Bali.



Gambar 4.7 Suasana Sunset di Pantai Sebalang



Gambar 4.8. Pemandangan di Pantai Sebalang Lampung

Dinas Pariwisata Provinsi Lampung menyebutkan bahwa terdapat program dasar yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata terkait mempromosikan kepariwisataan di daerah Dusun Sebang, Tarahan, Katibung Lampung Selatan yang termuat di dalamnya pengembangan Pantai

Sebalang Lampung. Adapun program yang dimaksud sebagaimana dijelaskan oleh Bapak Sami selaku Kasi Fasilitas kerjasama dan ekonomi kreatif antara lain pengembangan destinasi pariwisata, peningkatan pemasaran parawisata, dengan pembinaan kebudayaan dan kesenian.

Program pengembangan pemasaran pariwisata dirumuskan dengan tujuan untuk meningkatkan pemasaran yang kreatif, inovatif, dan efektif. Pengembangan tersebut kemudian dijabarkan dan direalisasikan melalui kegiatan, pengembangan jaringan kerjasama promosi pariwisata, Pelaksanaan promosi pariwisata nusantara di dalam dan luar negeri. Selanjutnya Ibu Fillia Anindita selaku Kasi Promosi mengatakan bahwa:

“Kami pihak Dinas Pariwisata melakukan promosi juga melalui website. Saat ini di kawasan wisata Pantai Sebalang Lampung sudah tersedia tourist information center, tetapi masih berbentuk sederhana sehingga dalam penggunaannya juga tidak efektif. Kami juga akan mengembangkan promosi Pantai Sebalang ini melalui sosial media agar dapat dilihat seluruh masyarakat Indonesia mengenai keindahan yang dimiliki Pantai Sebalang.

Hasil wawancara diatas dapat dikatakan bahwa pihak pengelola selalu melakukan promosi Pantai Sebalang. Bahkan pihak pengelola mempunyai tourist system informasi untuk memudahkan masyarakat/wisatawan. Adapun program pengembangan destinasi pariwisata ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas objek dan daya tarik wisata serta sarana dan prasarana pariwisata, khususnya kawasan pariwisata Pantai Sebalang Lampung sebagai objek pariwisata unggulan di Kabupaten Lampung Selatan. Program pengembangan yang kemudian berhasil dijalankan oleh

Dinas Pariwisata adalah pengembangan objek pariwisata unggulan, peningkatan pembangunan sarana dan prasarana pariwisata dan seterusnya.

Selain itu terdapat program pengembangan kemitraan bertujuan untuk meningkatkan kapasitas SDM (aparatur dan masyarakat) pada bidang kebudayaan dan kepariwisataan, khususnya seputar kawasan pariwisata Pantai Sebalang Lampung. Adapun program yang telah dijalankan oleh Dinas Pariwisata terkait pengembangan kemitraan, yakni, Pengembangan SDM dibidang Pariwisata bekerjasama dengan lembaga lainnya. Berjalannya program dasar pengembangan pariwisata tersebut oleh Dinas Pariwisata tentunya tidak terlepas dari masalah yang menghambat. Sebagaimana hasil penelitian yang ditemukan oleh penulis bahwa terdapat sejumlah hal yang cukup menghambat proses pembangunan dan pengembangan kawasan pariwisata terkhusus kawasan wisata Pantai Sebalang Lampung sebagai objek wisata unggulan di Lampung.

Adapun masalah yang dimaksud adalah sebagai berikut berdasarkan penuturan Bapak Sami selaku Kasi Ekonomi Kreatif mengatakan bahwa:

“Semua ada hambatannya itu, kalau yang di destinasi itu seperti biasanya pasti anggaran. Namun masih dapat ditindaklanjuti dengan menggunakan anggaran yang ada agar kegiatan promosi ini masih tetap berjalan dan tidak terhenti. Terus kedua kadang ada konflik dengan masyarakat yang merasa dia pemilik lahan, kayak dulu kita mau membenahi mess pemda ternyata ada yang klaim bahwa itu tanahnya sebagian. Kalau bagian promosi jelas anggaran disitu masih kurang, penggunaan teknologi juga masih kurang supaya bisa memasarkan lewat internet. Untuk itu pihak Dinas Pariwisata berusaha agar mempromosikan Pantai Sebalang ini agar masyarakat Indonesia tahu.

Dari hasil penuturannya diatas dapat diketahui bahwa terdapat beberapa hal yang menghambat pelaksanaan program oleh Dinas Pariwisata Provinsi Lampung terkait pengembangan pariwisata. Dalam pembangunan fisik selalu dibenturkan oleh keterbatasan anggaran sehingga hal itu dilakukan secara bertahap melalui skala prioritas. Selain itu, konflik dengan masyarakat setempat sering juga terjadi dalam hal kepemilikan lahan. Sengketa lahan demikian sudah lama terjadi dan hingga saat ini masih cukup menghambat pemerintah dalam melakukan penataan di sekitar Pantai Sebalang Lampung.

Gubernur Lampung telah memberikan mandate kepada Dinas Terkait untuk mempromosikan destinasi wisata Pantai Sebalang. Hal ini dilakukan agar pantai sebalang dapat dikenal oleh wisatawan.



**PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG
DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF**

Jalan Jenderal Sudirman No.29 Telp.(0721) 261430 Fax.(0721) 266184
BANDAR LAMPUNG 35127
website: parwikatalampung.com e-mail: dsparekrafampung@gmail.com

Bandar Lampung, 18 Februari 2021

Nomor : 256 /435 / V.20/II/2021
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Pengelolaan Aset Lahan
Pantai Sebalang.

Sesuai dengan Surat Keputusan Gubernur Lampung Nomor : G/617 /VI.02/HK/2020 tanggal 29 Desember 2020 tentang Penetapan Status Penggunaan Barang Milik Daerah Provinsi Lampung, bersama ini kami beritahukan bahwa terhitung mulai tanggal 29 Desember 2020 Pengelolaan di lahan Pantai Sebalang sertifikat Nomor : AG 581583 08.02.18.13.4.00005 telah dialihkan dari Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Provinsi Lampung kepada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung.

Pemerintah Provinsi Lampung memiliki tujuan untuk mempromosikan Pantai Sebalang sebagai tempat wisata yang indah untuk dikunjungi masyarakat. Selanjutnya segala sesuatu menyangkut tanggung jawab dan kewenangan pengelolaan lahan tersebut ada pada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

KEPALA DINAS,

Dr. EDARWAN, S.E., M.Si.
Pembina Utama Madya
NIP.19620404 198703 1 009

Gambar 4.9. Surat Dari Dinas Pariwisata Provinsi Lampung

Humas Dinas Pariwisata dalam melakukan promosi kepada publik, dengan mengacu pada proses penyampaian informasi atau pesan-pesan yang disampaikan tidak secara langsung. Salah satu yang menjadi keberhasilan Humas Dinas Pariwisata mengenai Obyek Wisata Pantai Sebalang Lampung

yakni mampu membuat pengunjung merasa puas dan nyaman akan keindahan-keindahan yang dipromosikan, seperti pasir putihnya serta pemandangan sunsetnya yang selalu ditunggu pada saat matahari terbenam dengan alunan musik yang indah. Seperti pengakuan dari salah satu wisatawan yaitu Bapak Andika:

“Saya mengetahui informasi pantai sebalang ini dari teman saya yang kerja di Dinas Pariwisata yang mengatakan Pantai Sebalang Lampung bagus pemandangannya. Selain itu saya coba searching di media sosial apa benar pantai sebalang ini bagus, ternyata setelah saya lihat di media sosial memang bagus terlihat dari foto-foto yang di post di media sosial”.

Dari hasil wawancara diatas bahwa wisatawan berkunjung ke Pantai Sebalang karena informasi yang didapat dari temannya bahwa pantai sebalang itu bagus pemandangannya. Dengan demikian kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dapat dikatakan berhasil menarik minat pengunjung untuk menyaksikan secara langsung keindahan yang ada di Pantai Sebalang Lampung. Selain itu banyak yang mengatakan bahwa Pantai Sebalang adalah kutanya Lampung karena memiliki suasana dan pemandangan seperti di Kuta Bali. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan Ibu Klara salah satu wisatawan yang berasal dari Jakarta berikut:

Saya dapat informasi mengenai Pantai Sebalang ini pertama dari kawan yang sudah kesana, katanya pemandangannya bagus kaya suasana di Pantai Kuta Bali. Saya langsung penasaran dan mencari informasi lewat internet, ternyata pantai sebalang juga memiliki akun Instagram. Lalu saya liat postingan yang ada di Instagram, ternyata memang benar banyak yang mengatakan bahwa Pantai Sebalang Kutanya Lampung. Saya juga melihat foto-foto yang ada sangat bagus apalagi jika di sore menjelang malam, Makanya saya langsung punya keinginan untuk mengunjungi pantai sebalang ini.

Hasil wawancara diatas dapat dikatakan bahwa Pantai Sebalang sudah melakukan promosi ada yang secara langsung seperti dari kawan, sahabat, saudara yang pernah berkunjung dan sebagainya. Selain itu juga wisatawan sudah dapat melihat melalui internet bagi yang penasaran mengenai opini orang-orang mengenai Pantai Sebalang.

Berdasarkan pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti saat melaksanakan kegiatan observasi langsung di kantor Dinas Pariwisata ketika mengamati kegiatan yang berlangsung di ruang kerja bagian humas di lembaga tersebut, maka diperoleh suatu kesimpulan bahwa aktivitas yang berlangsung di ruang tersebut menggambarkan kesibukan kerja bagian humas yang di dalamnya juga terdapat interaksi yang dilaksanakan oleh pelaksana humas sebagaimana yang mereka lakukan.

Dalam hal ini pemerintah daerah tentu memiliki tanggung jawab yang cukup besar terhadap perkembangan obyek wisata, dengan memberikan dukungan bantuan anggaran, evaluasi kerja. Tanpa dukungan dari pemerintah kegiatan promosi obyek wisata tidak terlaksana secara maksimal. Pemerintah sadar apa yang menjadi kebutuhan pengunjung mulai dari akses jalan, penginapan, penjual, dan juga wc umum yang memadai. Pemerintah sangat mengapresiasi program yang dilakukan Dinas Pariwisata, meski setiap program pasti memiliki hambatannya masing-masing. Namun Pemerintah Provinsi Lampung sangat mendukung Dinas Pariwisata dalam

mempromosikan Pantai Sebalang Lampung yang telah diketahui sebagai salah satu destinasi wisata yang sangat terkenal di Lampung.

Dalam melakukan kegiatan, dukungan dari masyarakat sekitar sangat dibutuhkan kesadaran dalam menjaga lingkungan obyek wisata. Bukan hanya itu, perlu juga menjadi perhatian pihak masyarakat sekitar dalam membenahi sarana dan prasarana untuk menjamin kenyamanan pengunjung ketika berada di kawasan wisata, dan yang selalu menjadi perhatian di setiap tempat wisata yang ada manapun yakni masalah kebersihan yang membuat pengunjung merasa nyaman ketika tempat wisata yang dikunjungi bersih dan indah.

“Nuraeni selaku masyarakat setempat, pantai Sebalang Lampung itu sebenarnya bersih karena dinas kebersihannya rutin melakukan kontrol kebersihan tapi biasa kalau musim hujan itu banyak rumput laut berserakan di bibir pantai dan sampah plastik yang terdampar dari tempat lain, meski sudah dibersihkan pasti ada lagi ya namanya juga musim hujan kencang ombak”.

Menurut Ibu Nuraeni selaku masyarakat setempat bahwa sebenarnya Dinas Pariwisata sudah melakukan tugasnya dengan baik dengan program kebersihan yang telah bekerja sama dengan Dinas Kebersihan, kontrol kebersihanpun rutin dilakukan. Dinas Pariwisata Provinsi Lampung sadar betul tentang perlunya kebersihan pantai yang tentunya menunjang kenyamanan pengunjung, mereka melakukan berbagai program fisik demi memberikan rasa nyaman kepada pengunjung.

Dinas Pariwisata Provinsi Lampung masih terus meningkatkan pengembangan terkait dengan objek wisata agar dapat menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung baik itu wisatawan mancanegara ataupun wisatawan lokal dan tentunya ini di dukung dengan ada sarana dan prasarana yang terdapat dikawasan wisata tersebut. Sarana dan prasarana inilah yang menjadi faktor penunjang kegiatan kepariwisataan dikawasan objek wisata Pantai Sebalang Lampung yang dibangun oleh pemerintah daerah dan telah berupaya membangun infrastruktur kepariwisataan seperti fasilitas toilet, air bersih, taman pantai, gazebo dan spot photo. Dari pengembangan objek wisata inilah yang menjadikan masyarakat ramai untuk mengunjungi objek wisata Pantai Sebalang Lampung.

Pengembangan pariwisata yang berbasis ekonomi kreatif akan ditandai dengan terciptanya produk-produk yang kreatif serta inovatif di suatu daerah tujuan wisata dan hal tersebut memberikan nilai tambah dan daya saing yang lebih baik dibanding dengan daerah tujuan wisata lainnya. Hal tersebut menjadikan para wisatawan akan lebih tertarik untuk datang berkunjung kesuatu daerah tujuan wisata yang memiliki produk khas wisata yang lebih kreatif dan inovatif diantaranya seperti souvenir khas daerah tujuan wisata.

Pemerintah juga mendukung program ekonomi kreatif yang ada di Pantai Sebalang. Berikut artikel mengenai dukungan pemerintah terhadap kegiatan ekonomi kreatif yang dilakukan masyarakat setempat demi mensejahterakan ekonomi masyarakat.

Pemprov Ingin Jadikan Pantai Sebalang Sebagai Pusat Industri Ekonomi Kreatif

Rabu, 25 November 2020 - 14.29 WIB

140



Kepala Disparekraf Provinsi Lampung, Edarwan.

Bandar Lampung, Kupastuntas.co - Pemerintah Provinsi Lampung melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Disparekraf) Provinsi Lampung berencana akan menjadikan pantai Sebalang yang terletak di Kecamatan Katibung Kabupaten Lampung Selatan sebagai pusat industri ekonomi kreatif.

"Pemda sudah melakukan upaya untuk melakukan pembinaan-pembinaan. Mungkin kita tidak lama lagi Pemprov Lampung akan melakukan pembinaan karena disitu sekitar 25 sampai 30 hektar ada lahan milik Pemprov yang digunakan oleh para pedagang," katanya saat dimintai keterangan, Rabu (25/11/2020).

Edarwan melanjutkan, pembinaan yang kedepan akan diberikan oleh pihaknya ialah menjadikan pantai Sebalang sebagai industri ekonomi kreatif dengan mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya.

"Ini sedang kita kaji, jika pak Gubernur setuju. Karena disitu lengkap ada musik, kuliner, UMKM, sampai ke fashion. Disana tepat kalau kita buat jadi industri ekonomi kreatif tentunya dengan memberdayakan masyarakat sekitar. Karena di Lampung ini belum ada," terangnya.

Gambar 4.10. Bukti dukungan Pemerintah Dalam Kegiatan Ekonomi Kreatif

Pemerintahpun mendukung sepenuhnya untuk kegiatan ekonomi kreatif di Pantai Sebalang. Banyak sekali masyarakat yang sudah melakukan kegiatan ekonomi kreatif salah satunya dengan menjual makanan dan minuman, pakaian khas sebalang, café, dan sebagainya. Berikut gambar kegiatan ekonomi kreatif di Pantai sebalang.



Gambar 4.11 Kegiatan Ekonomi Kreatif Masyarakat Menjual Makanan Ringan

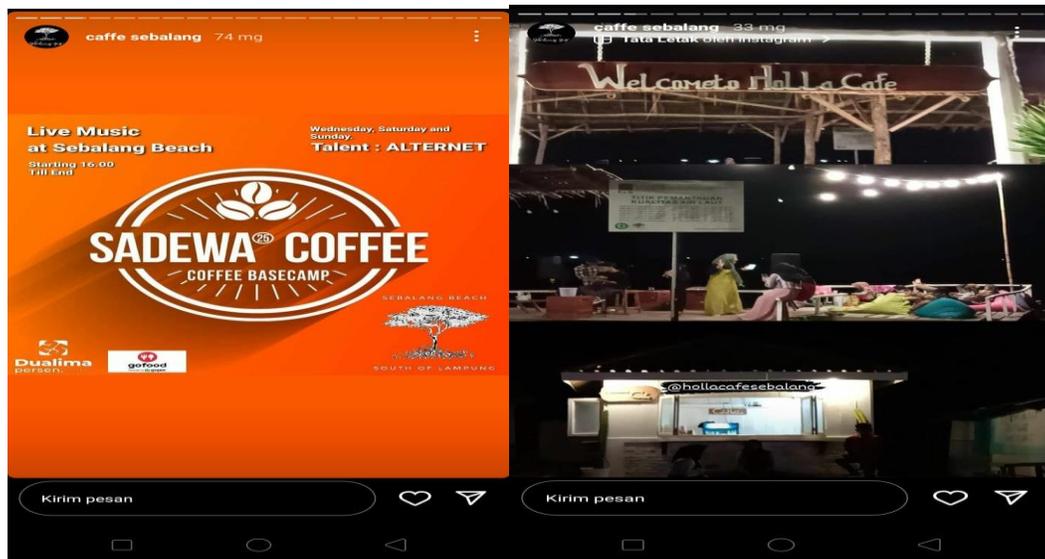
Banyak warga yang telah mendirikan usaha makanan dan minuman dibidang kuliner seperti bakso, mie siram, es buah, es teh, kopi dan sudah terdapat pelaku usaha dikawasan pariwisata pantai sebalang berjualan makanan dan minuman seperti burger, thai tea, gren tea yang tentunya aman dan halal untuk dikonsumsi bagi wisatawan muslim.

Selain itu juga terdapat kaos khas sebalang hasil karya masyarakat setempat dan pihak pengelola. Kaos ini hanya diperjualbelikan di Pantai Sebalang sebagai kenangan bahwa pernah berkunjung ke Pantai Sebalang/



Gambar 4.12 Bentuk Kegiatan Ekonomi Kreatif Menjual Baju Khas Pantai Sebalang

Baju ini tidak hanya dijual secara langsung melainkan melalui media sosial Instagram. Selain ada juga yang membuka café tempat nongkrong pengunjung dengan ditemani alunan music dari band masyarakat lampung.



Gambar 4.13 Café di Pantai Sebalang

Di Pantai Sebalang juga terdapat café yang adapt dinikmati pengunjung, apalagi terdapat tempat santai ditambah alunan music menjadikan suasana pengunjung menjadi sangat nyaman. Tak hanya itu Pantai Sebalang juga sering mnegadakan event yang dapat diikuti seluruh kalangan. Hal ini dilakukan untu menarik perhatian dan mengenalkan apa yang ada di Pantai Sebalang. Semua kalangan dapat mendaftar atau mengikuti kegiatan event yang diadakan. Biasanya jika ada kegiatan akan di posting ke Instagram resmi Pantai Sebalang.



Gambar 4.14 Kegiatan Event di Pantai Sebalang

Kegiatan ekonomi kreatif ini mendorong para pecinta fotografi untuk datang berburu keindahan pantai saat sunrise dan sunset. Bukan hanya itu para pecinta fotografi bahkan menjadikan objek wisata pantai sebalang sebagai tempat prewedding.

Masyarakat sekitar pantai Sebalang Lampung sangat mendukung adanya kegiatan pariwisata dilingkungan mereka, hal ini menjadikan masyarakat sadar akan potensi yang ditimbulkan dari perkembangan wisata Pantai Sebalang Lampung. Dari kegiatan pengembangan wisata Pantai Sebalang Lampung tersebut, dapat dilihat sebagian masyarakat yang melakukan kegiatan ekonomi dikawasan objek wisata tersebut. Kemajuan suatu pariwisata haruslah memperhatikan kesejahteraan masyarakatnya karena kemajuan pariwisata hendaknya seimbang dengan kemajuan

perekonomian masyarakat. Maka dari itu sangat penting meningkatkan partisipasi masyarakat untuk kemajuan pariwisata. Dengan adanya partisipasi yang dilakukan masyarakat terhadap keberadaan objek wisata Pantai Sebalang Lampung diharapkan dapat dijadikan strategi terbaik untuk mengembangkan objek Wisata Pantai Sebalang Lampung kedepannya.

4.2 Pembahasan

Pemanfaatan internet kini semakin meluas, dimana internet tidak hanya lagi dimanfaatkan untuk kepentingan bisnis semata namun juga telah digunakan untuk kepentingan pelayanan publik. Teknologi informasi berbasis internet dimanfaatkan oleh Instansi Pemerintah dalam rangka pelayanan publik, termasuk Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Lampung yang memanfaatkan teknologi berbasis internet untuk mendukung pelaksanaan tugasnya yang diantaranya berkaitan dengan publisitas dan promosi objek wisata di Lampung.

Objek wisata di Lampung yang dalam upaya promosinya memanfaatkan internet diantaranya adalah objek wisata Pantai Sebalang. Optimalisasi promosi objek wisata Pantai Sebalang yang dilakukan sangat mengandalkan kinerja dari bidang Hubungan Masyarakat (Humas). Humas berperan penting dalam menyebarluaskan informasi kepada publik, menjalin relasi atau kerjasama dengan pihak terkait/berkepentingan, menyiapkan dokumentasi hingga menentukan media promosi yang efektif dan dan efisien

agar objek wisata Pantai Sebalang dapat diketahui dan dikenal masyarakat luas sehingga dapat menstimulasi kunjungan wisatawan.

Fungsi humas sebagai penyampai informasi mengenai Pantai Sebalang telah berjalan dengan baik dengan pihak Dinas Pariwisata. Apa saja yang diinginkan atau dibutuhkan untuk memajukan atau memperindah Pantai Sebalang telah disampaikan kepada Dinas Pariwisata. Hal ini agar Pantai Sebalang lebih terpantau dengan baik ketika ada wisatawan atau kunjungan dari pemerintah. Selain itu juga fungsi humas sebagai pencari informasi sudah berjalan baik. Informasi mengenai pantai Sebalang banyak sekali di dapat melalui masyarakat atau wisatawan secara langsung. Bentuk promosi yang dilakukan juga beragam cara baik secara langsung, media online, sosial media dan sebagainya.

Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Lampung mengelola objek wisata sudah secara optimal, tetap diperlukan upaya pengembangan destinasi sesuai prinsip pengelolaan pariwisata. Di antaranya dengan konsep 3A yakni atraksi, aksesibilitas, dan amenities. Sehingga, pengelolaan berjalan baik dan destinasi tersebut banyak diminati. Ditambahkan, atraksi adalah apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di destinasi tersebut.

Dinas Pariwisata telah menunjukkan keindahan Pantai Sebalang, baik itu dari pasirnya yang putih, suasana sunsetnya di sore hari, dan kesejukan yang masih alami. Selain itu aksesibilitas untuk menuju ke Pantai Sebalang sangatlah

mudah dan dapat di akses dengan kendaraan roda 2 dan 4. Jika anda menggunakan kendaraan umum, bisa naik bus dengan membayar sejumlah Rp. 15.000, sedangkan jika naik travel biayanya adalah Rp. 40.000 maka diantar sampai tujuan. Untuk waktu tempuhnya dari Bandar Lampung sekitar 30-50 menit. Untuk masuk wisata pantai ini dikenakan tiket Rp. 5.000 per orang. Sedangkan untuk tiket mobil Rp. 10.000 dan motor Rp. 5.000. Dengan harga tiket tersebut sudah bisa menikmati keindahan Pantai Sebalang. Selain itu konsep amenitaspun sudah diterapkan di pantai Sebalang berupa fasilitas seperti toilet, mushala, dan lain-lain, terdapatnya tempat kuliner seperti cafe, terdapat music, dan sebagainya

Upaya menyebarluaskan informasi merupakan alat penting, baik di dalam bauran promosi maupun dalam bauran *public relation*. Publikasi atau publisitas merupakan salah satu relasi komponen yang cukup berperan banyak untuk menunjang keberhasilan promosi. Fungsi kehumasan dalam hal ini berperan sebagai pengabdian untuk kepentingan umum dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui media masa tribuna lampung, sosial media instagram official sebalang beach (@sebalangyay). Artinya, humas selain berfungsi sebagai penyaji dokumenter juga bergerak pada bidang pelayanan dan sebagai mediator serta menjembatani penyampaian informasi tentang perkembangan wisata daerah, tidak terkecuali objek wisata Pantai Sebalang.

Pantai Sebalang merupakan objek wisata pantai yang menawarkan daya tarik wisata pemandangan alam berupa laut, musik, *sunsetnya*, tempat makan minum dan daya tarik wisata lainnya. Promosi objek wisata Pantai Sebalang yang dilakukan oleh Humas memanfaatkan media promosi. Media memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi kepada target komunikasi (*audiens*) dengan keunggulan jangkauan penyebaran informasi yang lebih luas.

Media yang digunakan diantaranya menggunakan situs *website* dan media sosial seperti instagram dan sebagainya. Penggunaan media tersebut dinilai dapat membantu Humas dalam melaksanakan perannya mempromosikan objek wisata Pantai Sebalang. Dalam penelitian ini, analisis peran humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Provinsi Lampung dalam mempromosikan Wisata Pantai Sebalang.

Pada aspek peran sebagai komunikator, melakukan fungsi komunikasi sebagai penyebar berita disisi lain komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian pesan dan menciptakan opini publik. Sebagai komunikator dalam peran humas, menjalin komunikasi lintas organisasi dan menyiapkan data atau informasi yang dibutuhkan saat melakukan komunikasi lintas organisasi tersebut, khususnya berkaitan dengan keperluan rapat kerja dan kepentingan publisitas wisata Pantai Sebalang kepada publiknya.

Temuan peneliti pada aspek peran sebagai komunikator yang dinilai

sebagai keunggulan terkait komunikasi yang dilakukan dengan pihak-pihak terkait pengelolaan objek wisata Pantai Sebalang yang dilaksanakan minimal satu kali di tiap bulannya sebagai data dan informasi yang selalu diperharui terkait pengelolaan objek wisata Pantai Sebalang, termasuk kegiatan promosi di dalamnya, kegiatan komunikasi lintas organisasi yang efektif tersebut menjadi sarana di gagasnya ide-ide inovatif seperti ide penggunaan media sosial instagram sebagai alat promosi objek wisata Pantai Sebalang yang sebelumnya hanya mengandalkan situs resmi instansi yang juga diunggah ke masyarakat secara luas yang gemar mengakses internet dapat mengetahui keberadaan dari objek wisata Pantai Sebalang.

Selain itu, kelemahan pada aspek peran sebagai komunikator berkenaan dengan data atau informasi terkait publisitas objek wisata Pantai Sebalang diantaranya meliputi data yang digunakan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi lintas organisasi tidak didistribusikan sebelum rapat kerja dimulai sehingga tidak sempat dikaji terlebih dahulu oleh pihak terkait, tidak adanya alat analisis yang menjadi acuan baku bagi pihak-pihak yang terlibat sehingga menyulitkan dalam merumuskan strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan kapasitas objek wisata Pantai Sebalang.

Temuan peneliti yang dinilai menjadi keunggulan diantaranya adalah kerjasama yang dibangun saat ini relatif untuk menguatkan peran atau tugas dari masing-masing pihak yang terlibat, seperti peran pengelola Pantai

Sebalang dalam pengelolaan melalui promosi sedangkan kelemahan dalam membina kerjasama (*relationship*) meliputi belum adanya kerjasama dengan beberapa hotel/resort yang menjadi tempat untuk mempromosikan objek wisata Pantai Sebalang melalui safari ke objek wisata yang ada di Lampung.

Pada aspek peran dukungan manajemen (*back up management*) berhubungan dengan dukungan dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan. Peran dukungan manajemen yang dinilai sebagai keunggulan terkait peran humas yang kohesif, khususnya pihak pengelola Pantai Sebalang lebih pro aktif dalam menyerap aspirasi atau harapan dari wisatawan sehingga perkembangan dan harapan wisatawan terkait objek wisata Pantai Sebalang dapat diketahui secara faktual, mendapatkan informasi yang seragam dan dapat dipercaya sehingga membuat keputusan yang diambil dari satu permasalahan dapat lebih akurat dan pihak yang terlibat dapat bekerja lebih terarah sesuai keputusan bersama.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan selama ini melalui observasi dan wawancara, penulis menarik kesimpulan bahwa:

1. Fungsi humas sebagai pencari informasi mengenai Pantai Sebalang yang berkaitan dengan masukan-masukan atau saran yang diberikan oleh masyarakat maupun wisatawan kepada pengelola di tanggapi dengan baik dan pihak Dinas Pariwisata selalu melaksanakan rapat kerja untuk merealisasikan saran-saran yang diberikan di lapangan. Hal ini dilakukan agar pengunjung Pantai Sebalang semakin nyaman ketika berekreasi ke Pantai Sebalang.
2. Fungsi humas Dinas Pariwisata dalam mempromosikan obyek wisata Pantai Sebalang Lampung di Kecamatan Katibung Kabupaten Lampung Selatan Provinsi Lampung dengan pelaksanaan program, melakukan berbagai aktivitas promosi melalui media, promosi melalui keterlibatan pemerintah daerah serta menggalang dukungan masyarakat. Pengembangan objek wisata berbasis ekonomi kreatif di Pantai Sebalang Lampung merupakan langkah tepat yang diambil oleh pemerintah dengan memprogramkan Pantai Sebalang Lampung sebagai salah satu objek wisata pantai yang

indah karena potensi alam yang dimiliki yang alami. Dengan dilakukannya penataan kembali atau pengembangan pada objek wisata Pantai Sebalang Lampung diharapkan agar membuat objek wisata dapat meningkatkan kunjungan wisata.

5.2 Saran

1. Pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata dapat lebih terus memaksimalkan penggunaan teknologi komunikasi saat ini untuk melakukan promosi via media sosial, sehingga promosi yang dilakukan berjalan dengan efektif untuk meningkatkan daya saing pariwisata secara umum.
2. Menghimbau kepada Dinas Pariwisata dan pemerintah daerah dan juga pihak yang bersangkutan agar kiranya senantiasa memperlihatkan citra positif terkait dengan obyek wisata agar kiranya dapat meningkatkan minat wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Diharapkan kepada masyarakat setempat dan juga pengunjung wisata agar dapat menjaga kebersihan dan tidak merusak fasilitas yang ada di sekitar obyek wisata supaya citra obyek wisata tetap baik di mata public sehingga pengelolaan objek wisata tersebut lebih efektif dengan adanya satuan petugas yang bertanggungjawab secara teknis terhadap masalah kebersihan, keamanan, dan kenyamanan di lokasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuty, Sri, *et.al.* Analisis Fungsi Dan Peran Humas Dalam Upaya Implementasi *Good Governance*. *Meta Communication; Journal Of Communication Studies* Vol 2 No 1 Maret 2017
- Bahiyah, Choridotul, dkk. “*Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo*”, *Jurnal penelitian* vol. 2 jilid 1, 2018
- Budi Helpiastuti, Selfi, “*Pengembangan Destinasi Wisata Kreatif Melalui Pasar Lumpur (Analisis Wacana Grand Opening “Pasar Lumpur” Kawasan Wisata Lumpur, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember)*”, *jurnal penelitian*, vol. 2 no. 1, Januari 2018
- Dahlia, Fentri skripsi, “*Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif di Kampung Wisata Pasir Kunci Kota Bandung*”, Bandung, Universitas Pendidikan Indonesia, 2018
- Hayati, Ela skripsi, “*Usaha Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Petani Nanas Desa Totokaton Kec. Punggur Kab. Lampung Tengah)*”, Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017
- Ilyas, Mutmainnah, thesis, “*Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Sektor Pariwisata di kabupaten Maros*”, Makassar, Universitas Negeri Makassar, 2018
- Indra Syahputra, Dolly, *et.al.* Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara Pada Kantor Biro Humas Gubernur . *Jurnal PERSPEKTIF*, 8 (1) (2018)
- Larrece, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategi Dengan Organisasi Global* (Jakarta: Erlangga, 2000)
- Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana. Prenada Media, 2010)

Muis, *Peran Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*”, diakses melalui:<http://ejournal.an.fisipunmul.ac.id/site/wcontent/uploads/2016/06/Jurnal%20Muis%20%2806-16-16-07-36-23%29.pdf>, 17 Desember 2021

Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Bandung: Angkasa, 1994)

Soekadijo, R.G. *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Sistem Lingkage*,(Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 1997)

Sumar'in dkk, “*Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Budaya : Studi Kasus Pada Pengrajin Tenun di Kabupaten Sambas*”, jurnal penelitian vol.6 no.1, 2017

Yenida, Zaitul Ikhlas Saad, “*Potensi Objek Wisata Bahari Pesisir Pantai di Kota Pariaman Sumatera Barat*”, jurnal penelitian vol. 10 no. 1 April 2018