

**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**

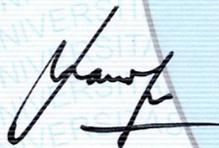
No. Pokok Mahasiswa : 1806071008

Program Studi : D III Hubungan Masyarakat

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dosen Pembimbing

Komisi Pembimbing



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

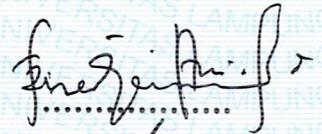
Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.
NIP. 198109262009121004



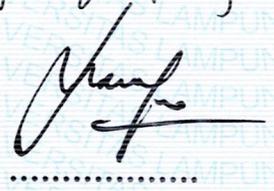
MENGESAHKAN

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 mengucap 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 tatausaha 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

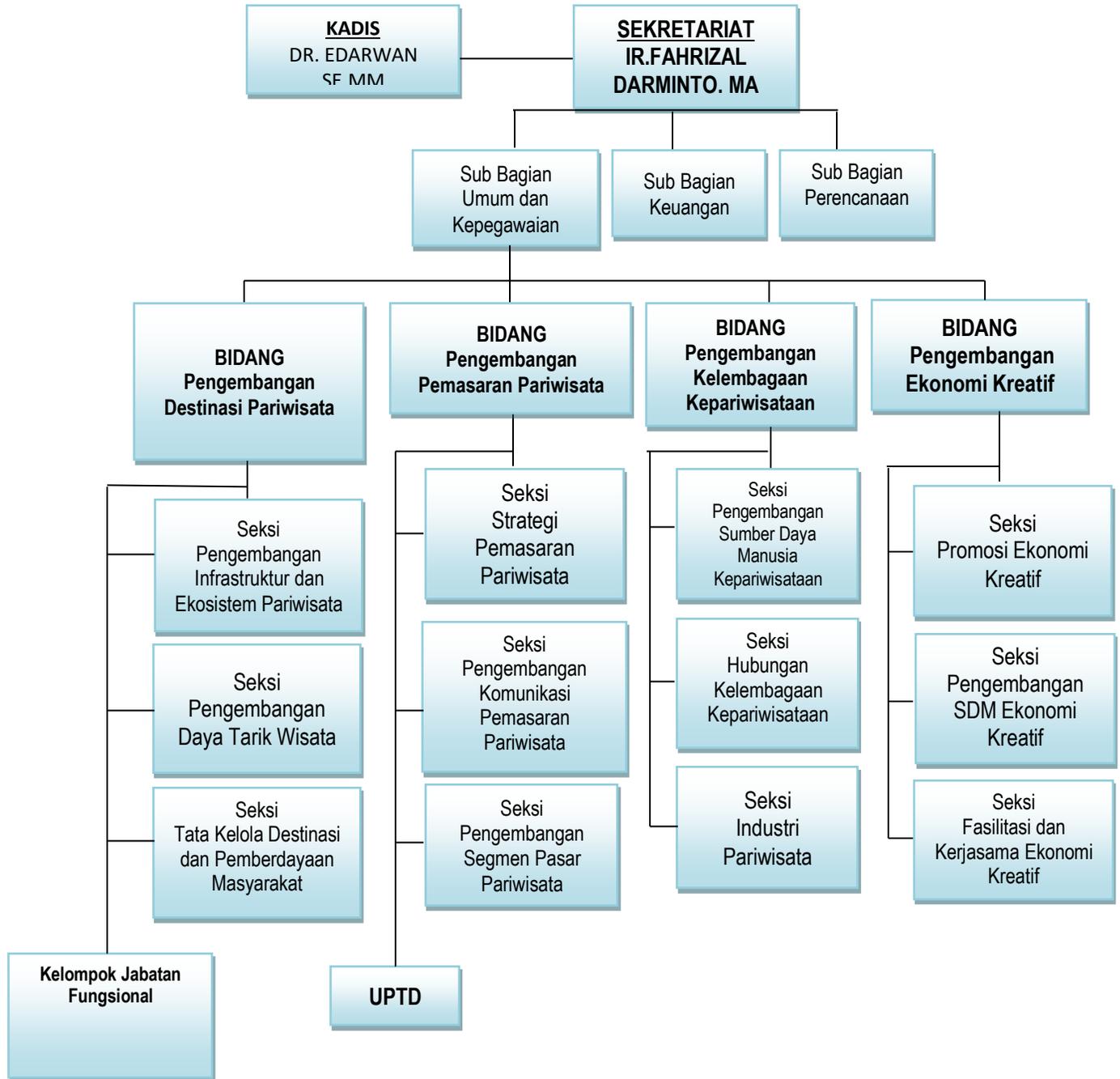
KEPALA BIDANG
Drg. HELLEN VERANICA,M.KES
Pembina /IV .a
NIP.197604222003122007

<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 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 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