

**PERANAN HUMAS DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI
KREATIF PROVINSI LAMPUNG DALAM MEMPROMOSIKAN
DESTINASI WISATA PROVINSI LAMPUNG**

Tugas Akhir

Oleh

Muhammad Chairon Murtadho
1806071013



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

ABSTRAK

PERANAN HUMAS DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF PROVINSI LAMPUNG DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI WISATA PROVINSI LAMPUNG

Oleh

Muhammad Chairon Murtadho

Sektor Pariwisata saat ini merupakan salah satu sektor unggulan yang dikembangkan oleh banyak negara dalam meningkatkan pendapatan nasionalnya. Hal ini hendaknya ditingkatkan dengan mengembangkan dan mendayagunakan SDM setempat dan potensi kepariwisataan yang ada sehingga menjadi sumber kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan. Diperlukannya kepiawaian humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 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 untuk menarik perhatian wisatawan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah Peranan Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam mempromosikan destinasi wisata Provinsi Lampung dengan dilakukannya teknik observasi, teknik wawancara, serta teknik dokumentasi.

Hasil yang didapat adalah dalam industri pariwisata, unsur manusia menjadi sentral perhatian baik sebagai objek maupun subjek. Kemasan pariwisata tidak bisa ditampilkan terpilah-pilah, melainkan harus satu-kesatuan utuh yang diwujudkan dengan pelayanan, keramah-tamahan, kebersihan, keamanan, keindahan dan ketertiban yang ditampilkan oleh masyarakat pendukungnya dan membuat destinasi wisata di Provinsi Lampung menjadi terkenal ke khalayak publik. Proses komunikasi yang dilakukan oleh humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam mempromosikan Provinsi Lampung adalah melalui kerjasama, digunakannya berbagai bentuk komunikasi dan menyebarluaskan ke berbagai media yang ada dalam mempromosikan potensi pariwisata. Serta adanya Aplikasi Si Siger Berjaya untuk informasi tentang destinasi wisata di Provinsi Lampung.

Kata Kunci : Peranan Humas, Destinasi Wisata, Promosi

**PERANAN HUMAS DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF
PROVINSI LAMPUNG DALAM MEMPROMOSIKAN
DESTINASI WISATA PROVINSI LAMPUNG**

Oleh

Muhammad Chairon Murtadho

Tugas Akhir

Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
AHLI MADYA (A.Md)

Pada

Program Studi DIII Hubungan Masyarakat
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lampung



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

Judul Tugas Akhir : **PERAN HUMAS DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF PROVINSI LAMPUNG DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI WISATA PROVINSI LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Chairon Murtadho**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1806071013**

Program Studi : **DIII Hubungan Masyarakat**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



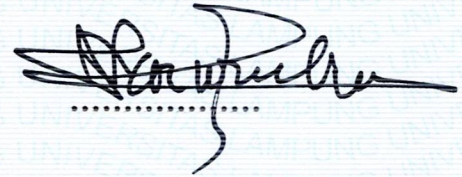
2. **Ketua Program Studi**

[Signature]
Agung Wibawa, S.Sos., M.Si.
NIP 1981092 6200912 1 004

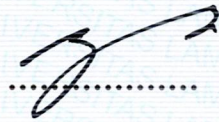
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Drs. Sarwoko, M.Si.



Penguji Umum : Agung Wibawa, S.Sos., M.Si.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP.19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir : 11 Februari 2022

PERNYATAAN

Nama : Muhammad Chairon Murtadho

NPM : 1806071013

Program Studi : D3 Hubungan Masyarakat

Alamat : Jl. Cut Mutia No.12, Kel. Gulak Galik, Kec. Teluk Betung Utara,
Bandar Lampung, Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul **“PERANAN HUMAS DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF PROVINSI LAMPUNG DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI WISATA PROVINSI LAMPUNG”** adalah benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat (milik orang lain) atau dibuatkan orang lain. Apabila dikemudian hari hasil penulisan Tugas Akhir saya ada pihak lain yang merasa keberatan dan siap dicabut gelar akademik saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dalam keadaan sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, Februari 2022

Yang membuat pernyataan



Muhammad Chairon Murtadho

NPM 1806071013

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Muhammad Chairon Murtadho biasa dipanggil Adho lahir di Bandar Lampung pada tanggal 06 September 2000 merupakan anak pertama dari empat bersaudara yang merupakan putra dari pasangan Bapak Santoni dan Ibu Christina.

Jenjang pendidikan penulis bermula dari Sekolah Dasar di SD Negeri 01 Waytawar pada tahun 2006 sampai tahun 2012, Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama atau SMP Negeri 17 Bandar Lampung pada tahun 2012 sampai tahun 2015 dan melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas atau SMA Negeri 2 Bandar Lampung pada tahun 2015 sampai tahun 2018. 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 Hubungan Masyarakat melalui jalur Vokasi.

Bandar Lampung, Februari 2022

Hormat Saya,

Muhammad Chairon Murtadho

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).

MOTTO

“Mak gham sapa lagi mak ganta kameda lagi”

(Penulis)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

(Q.S. Ar Rad:11)

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim, puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas askhir ini sebagai salah satu syarat dalam Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Sholawat serta salam senantiasa penulis curahkan kepada baginda Rasulullah SAW, para kerabat, sahabat, dan pengikutnya hingga hari ini. Semoga kita semua mendapatkan syafa'atnya di hari kiamat nanti dan semoga kita termasuk golongan yang senantiasa dekat dengan baginda Rasulullah Muhammad SAW. Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupu tidak langsung telah memberikan bantuan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Dengan segala hormat, penulis mengucapkan terima kasih 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 DIII Hubungan Masyarakat Universitas Lampung.
4. Bapak Drs. Sarwoko, 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. 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.
6. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat, kasih sayang dan segala yang terbaik untuk penulis.
7. Dinas Pariwisata Ekonomi dan Kreatif Provinsi Lampung khususnya Destinasi wisata ibu Uli Rebecca Hutagalung dan seluruh pegawai yang telah berkenan memberikan informasi dan data untuk kebutuhan penulis, sehingga penulisan ini dapat di selesaikan.
8. Teman-teman Tongkrongan terima kasih sudah memberikan semangat, canda tawa kalian dan sudah menemani cerita dihidupku dari kecil hingga saat ini, penulis do'akan kalian sukses dan bahagia selalu.
9. Teman-teman seperjuangan jurusan Humas 2018 khususnya Himagaber yang selalu membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Pacar penulis terima kasih sudah membantu memberikan ide, saran dan masukan untuk penulisan tugas akhir ini. Semoga anda kedepannya bisa jauh lebih sukses dari sekarang.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
MENYETUJUI	iii
MENGESAHKAN	iv
PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	viii
SANWACANA	ix
DAFTAR ISI	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Metode Pengumpulan Data	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Peranan Humas	7
2.1.1 Peranan.....	7
2.1.2 Pengertian Humas.....	9
2.2 Fungsi Humas	11
2.3 Destinasi Wisata.....	13
2.3.1 Pengertian Destinasi Wisata	13
2.3.2 Destinasi Wisata Lampung	14
2.4 Mempromosikan Destinasi Wisata	16

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1 Profil Instansi.....	19
3.1.1 Gambaran Umum	19
3.1.2 Struktur	21
3.1.3 Fungsi	22
3.2 Visi dan Misi	22
3.3 Tujuan dan Sasaran.....	24
3.4 Tagline Branding Promotion Lampung.....	26
3.4.1 Pengertian.....	26
3.4.2 Logo <i>The Treasure of Sumatra</i>	27
3.5 Tugas Kerja Bidang Pengembangan Destinasi Wisata	27

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	29
4.2 Pembahasan	34

4.2.1 Analisis Peran Humas	36
---	-----------

BAB V SARAN DAN KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan	43
-----------------------------	-----------

5.2 Saran	44
------------------------	-----------

DAFTAR PUSTAKA.....	45
----------------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Teluk Kiluan	16
Gambar 2. Struktur Organisasi	21
Gambar 3 Logo The Treasure Of Sumatra	27
Gambar 4 Koran Online	37
Gambar 5 Tokoh Masyarakat Lampung Membangun Pariwisata	38
Gambar 6 Surat Kabar Lama.....	39
Gambar 7 Aplikasi Si Siger Berjaya.....	41
Gambar 8 Instagram Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Lampung	42
Gambar 9 Youtube Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Lampung	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Wawancara	30
Tabel 2 Rekapitulasi Pariwisata	35

DAFTAR LAMPIRAN

Foto Dokumentasi	48
-------------------------------	-----------

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor Pariwisata saat ini merupakan salah satu sektor unggulan yang dikembangkan oleh banyak negara dalam rangka meningkatkan pendapatan nasionalnya. Ini disebabkan karena disamping meningkatkan pendapatan nasional, sektor ini mempunyai dampak yang sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat. Dalam perekonomian dunia, pariwisata saat ini dipandang sebagai sektor yang paling terkemuka, karena mempunyai pengaruh secara strategis pada perekonomian di banyak daerah.

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 Ekonomi Kreatif 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.

Dengan perkembangan teknologi yang kian maju, sejumlah potensi pariwisata terus dikembangkan dan dipromosikan melalui teknologi berbasis online termasuk di Provinsi Lampung yang merupakan salah satu Kawasan wisata yang cukup menjanjikan. Lampung menjadi satu dari 34 Provinsi yang ada di tanah air yang menjadi tujuan wisata dengan segala objek wisata yang ditawarkan baik wisata alam, budaya, bahkan wisata buatan. Namun demikian, keberadaan teknologi yang ada belum dimanfaatkan secara maksimal oleh Humas pemerintah daerah. Hal ini dikuatkan dengan minimnya promosi dan informasi kepariwisataan secara online utamanya di media sosial yang kini banyak digandrungi oleh masyarakat. Padahal, sejatinya penerapan promosi secara online lebih efektif dibandingkan promosi dengan cara manual, baik dari segi efisiensi waktu maupun efisiensi finansial.

Dunia pariwisata saat ini merupakan salah satu sektor yang menjadi andalan beberapa negara di dunia untuk menjadikan sektor yang mampu menambah devisa negara. Hal ini dikarenakan bahwa sektor pariwisata sangatlah berpotensi untuk mendapatkan keuntungan yang nantinya akan sektor pariwisata tersebut menjadi salah satu sektor yang menunjang daerah. Namun yang menjadi tumpuan utama daerah baru adalah peran pemerintah dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah dengan tugas dan fungsi dari bagian Humas dalam instansi pemerintah Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung.

Dengan demikian perlu disadari oleh pemerintah daerah untuk mencari solusi atas permasalahan-permasalahan tersebut, mengingat Provinsi Lampung merupakan potensi perekonomian yang mempunyai andil besar dalam meraup pendapatan asli daerah dari destinasi wisata. Selain itu, nama Provinsi Lampung sudah dikenal sebagai serambi sumatera secara Lokal maupun internasional seharusnya menjadi pertimbangan besar oleh pemerintah setempat untuk lebih mengembangkan kawasan Destinasi wisata di Provinsi Lampung.

Hubungan masyarakat (Humas) adalah bagian dari komunikasi, karena merupakan mekanisme yang menyebabkan adanya hubungan antar manusia di dalam masyarakat dan mempunyai proses yang jelas, baik itu proses secara primer maupun proses secara sekunder. Proses komunikasi secara primer tidak lain adalah proses komunikasi yang dilaksanakan secara langsung. Adapun komunikasi secara

sekunder adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan dengan menggunakan media kedua setelah media bahasa. Public Relations atau Hubungan Masyarakat (Humas) memiliki Peran dan fungsi yang penting dalam pengembangan organisasi. Peran tersebut menuntut organisasi untuk membangun hubungan baik dengan publik, sehingga diperlukan Humas yang menangani masalah tersebut agar organisasi atau Lembaga tidak mengecewakan publik.

Humas merupakan devisi yang memiliki pengaruh besar terhadap jalannya kegiatan di suatu instansi maupun perusahaan. Dibalik fungsi dan tugasnya, humas berperan sebagai komunikator dan juga untuk membangun citra organisasi atau instansi. Peran humas terbesar bagi sebuah organisasi adalah menciptakan, meningkatkan, dan menjaga citra organisasi di mata masyarakat atau publiknya (Mustafa, 2017:31). Jadi bisa dikatakan humas bertugas menjaga keserasian antara suatu organisasi dan publiknya.

Komunikasi pada hakikatnya merupakan wahana utama bagi kehidupan manusia dan merupakan jantung dalam segala hubungan sosial. Melalui komunikasi terjadi interaksi sosial baik antar pribadi, antar kelompok, antar suku hingga antar bangsa. Komunikasi sendiri memiliki peran yang sangat penting untuk menciptakan pemahaman melalui pengetahuan yang disebut humas. Pada umumnya humas merupakan jembatan penghubung antara lembaga atau organisasi dengan publiknya yang ikut menentukan kelangsungan dari suatu lembaga, khususnya pada instansi pemerintahan. Peranan humas dalam suatu organisasi merupakan kunci utama yang menentukan pemahaman akan fungsi humas dan komunikasi organisasi di samping sebagai sarana pengembangan informasi.

Humas menjadi sebuah kebutuhan mendasar dalam masyarakat, utamanya yang bergerak dalam bidang industri, pendidikan, sosial politik hingga instansi pemerintahan yang memiliki potensi kepariwisataan yang lebih, termasuk Provinsi Lampung yang merupakan salah satu tempat destinasi pariwisata di ujung sumatera. Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah yang paling diminati para wisatawan lokal hingga wisatawan mancanegara. Hal ini di dasarkan pada potensi yang dimiliki oleh daerah Provinsi Lampung sendiri dengan *tagline branding* “*The Treasure of Sumatra*” menunjukkan bahwa Lampung sebagai suatu tempat yang

menyenangkan dan masih banyak kekayaan alam dan budaya yang bisa dinikmati wisatawan di dalam negeri dan menunjukkan wisatawan mancanegara.

Dalam menggaet kunjungan wisatawan domestik dan internasional untuk berkunjung ke Provinsi Lampung, Humas di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung tentu harus terlibat langsung dalam menyebarkan informasi kepada publik. Humas menjadi bagian yang sangat penting dan sangat menentukan keberhasilan kinerja Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam hal kepariwisataan. Letak dan kondisi geografis Provinsi Lampung yang terdiri dari gunung maupun lautan, tentunya akan banyak potensi alam dan objek wisata yang bisa dieksplorasi oleh masyarakat maupun pemerintahnya. Melihat kondisi saat ini, kebutuhan untuk berwisata akan terus meningkat seiring penambahan jumlah penduduk dunia dengan jam kerja yang semakin padat.

Tak dapat dipungkiri, objek wisata merupakan karakteristik dan ikonik 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. Sebagai contoh Pantai Minang Rua. Pantai Minang Rua adalah destinasi wisata yang berada di Desa Kelawi, Kecamatan Bakauheni, Kabupaten Lampung Selatan. Pantai yang sudah masuk daerah Minang Rua ini telah dikelola oleh beberapa Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Pantai Minang Rua memiliki pasir putih yang bersih, serta beberapa bebatuan yang unik. Dalam hal ini membantu perekonomian penduduk sekitar Pantai Minang Rua.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas, rumusan masalah yang peneliti kaji dalam penelitian ini adalah Bagaimana Peranan Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung mempromosikan destinasi wisata Provinsi Lampung.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah Peranan Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam mempromosikan destinasi wisata Provinsi Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang yang dikemukakan tersebut, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan penelitiannya itu :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan keilmuan khususnya dalam kajian komunikasi dan lebih Khususnya dalam Bidang Peranan Humas.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan maupun masukan bagi Humas di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam mempromosikan destinasi wisata di Provinsi Lampung.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data untuk penulisan Tugas Akhir ini adalah:

1. Teknik Observasi

Metode observasi adalah suatu pengumpulan data melalui pengamatan langsung di tempat kejadian tersebut pada objek penulisan yaitu menjelaskan

dan mencari gejala-gejala yang terjadi secara langsung yang penulis lihat di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam mempromosikan destinasi wisata yang ada di Provinsi Lampung.

2. Teknik Wawancara

Metode wawancara merupakan pengumpulan data dan informasi secara langsung dengan memberikan pertanyaan antara narasumber dengan pewawancara. Dalam teknis pelaksanaannya peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan bebas dimana peneliti hanya menggunakan garis-garis besar maupun yang penting dalam mengajukan pertanyaan yang berkenaan dengan penelitian. Penulis melakukan wawancara dengan pihak Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung Khususnya Bidang Destinasi Wisata.

3. Teknik Dokumentasi

Dalam metode dokumentasi ini digunakan ketika mencari data dari subjek yang berupa tulisan. Dalam teknik dokumentasi, penulis mendapatkan dokumen-dokumen tentang Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung seperti Visi misi tujuan dan peranan dalam bidang pariwisata dan sejarah Dinas Pariwisata.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Peranan Humas

Peranan humas adalah sebuah usaha untuk meningkatkan citra humas dalam mata publik. Menurut Moore (2005) 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.

Peranan humas di lingkungan pemerintahan sangat penting dalam membangun citra positif bangsa dan negara. Apalagi pemerintah tengah menghadapi berbagai persoalan kemasyarakatan yang mendasar, yakni peningkatan investasi guna mengurangi kemiskinan dan pengangguran. Sebuah organisasi khususnya di-dalam lingkup pemerintahan daerah, humas memegang peranan yang sangat penting dan strategis.

2.1.1 Peranan

Setiap manusia dalam kehidupannya masing-masing memiliki peran dan fungsi dalam menjalankan kehidupan sosialnya. Dalam melaksanakan perannya, setiap manusia memiliki cara atau sikap yang berbeda-beda. Hal ini sangat di pengaruhi oleh latar belakang kehidupan sosialnya. Dalam Kamus Bahasa

Indonesia menyebutkan pengertian peran adalah pemain yang di andaikan dalam sandiwara maka ia adalah pemain sandiwara atau pemain utama. Pengertian lain dari peran adalah bagian yang di mainkan oleh seorang pemain dalam sandiwara, ia berusaha bermain dengan baik dalam semua peran yang di berikan, serta peran adalah bagian dari tugas utama yang harus dilaksanakan.

Mengenai peranan ini, Horoepoetri, Arimbi dan Santosa dalam Agus (2011:6) mengemukakan beberapa di mensi peran sebagai berikut : (a) Peran sebagai suatu kebijakan. Penganut paham ini berpendapat bahwa peran merupakan suatu kebijaksanaan yang tepat dan baik di laksanakan, (b) Peran sebagai strategi. Penganut paham ini mendalikan bahwa peran merupakan strategi untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat (*public support*). Pendapat ini di dasarkan pada suatu paham bahwa keputusan dan kepedulian masyarakat pada tiap tingkatan keputusan didokumentasikan dengan baik, maka keputusan tersebut memiliki kredibilitas, (c) Peran sebagai alat komunikasi.

Peran didayagunakan sebagai suatu cara untuk mengurangi dan meredam konflik melalui usaha pencapaian konsensus dari pendapat- pendapat yang ada. Asumsi yang melandasi persepsi ini dalah bertukar pikiran dan pandangan dapat meningkatkan pengertian dan toleransi serta mengurangi rasa ketidak percayaan (*mistrust*) dan kerancuan (*biases*) dan (e) peran sebagai terapi. Menurut persepsi ini, peran di lakukan sebagai upaya “mengobati” masalah masalah psikologis masyarakat seperti halnya perasaan ketidak berdayaan (*sense of powerlessness*), tidak percaya diri dan perasaan bahwa diri mereka bukan komponen penting dalam masyarakat.

Menurut Soekamto, (Agus, 2011:7), peran merupakan aspek yang dinamis dalam kedudukan (status) terhadap sesuatu. Apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peran.

Berdasarkan kutipan di atas penulis menyimpulkan peran rangkaian tindakan atau perlakuan nyata yang dilakukan oleh seseorang yang menempati suatu posisi atau kedudukan dengan tujuan tertentu. Analisis terhadap perilaku peranan dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, yaitu ketentuan peranan, gambaran peranan dan harapan peranan, peranan adalah pernyataan formal dan terbuka tentang perilaku yang harus ditampilkan seseorang dalam membawa perannya.

Gambaran peranan adalah suatu gambaran tentang perilaku yang secara aktual ditampilkan seseorang dalam membawakan perannya. Dari berbagai pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan mengenai pengertian peranan dalam hal ini peran pemerintah dalam melaksanakan fungsi dan tujuannya dalam pelayanan, pembangunan, pemberdayaan, dan pengaturan masyarakat. Seperti yang telah dikemukakan oleh Sarjono Sukanto bahwa peranan merupakan aspek dinamis dari kedudukan apabila seseorang melaksanakan hak-hak serta kewajiban sesuai dengan kedudukannya maka ia telah melakukan sebuah peranan.

2.1.2 Pengertian Humas

Humas adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dengan khalayaknya, melibatkan manajemen dalam permasalahan

atau persoalan, membantu manajemen memperoleh penerangan mengenai dan tanggap terhadap opini publik, menetapkan dan menegaskan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan umum, menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif dalam penerangannya sebagai sistem peringatan secara dini guna membantu mengantisipasi kecenderungan, dan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai kegiatan utama.

Pengertian Humas adalah fungsi manajemen yang berusaha membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publik yang menjadi penentu kesuksesan dan kegagalannya. Ruslan (2013:6) menyatakan: Humas merupakan seni dan gabungan dari disiplin ilmu manajemen, komunikasi, psikologi, sosial dan marketing untuk membentuk agar perusahaan atau lembaga, gagasan atau ide yang ditawarkan, nama dan produknya menjadi disukai dan dapat dipercaya oleh *public*.

Menurut Rachmadi (1996:20) terdapat beberapa kesamaan pokok pikiran yang terkandung dalam pengertian humas yaitu:

1. Humas merupakan suatu kegiatan yang bertujuan memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian dan citra yang baik dengan publik/masyarakat.
2. Sasaran humas adalah opini publik yang *favourable*, menguntungkan semua pihak.
3. Humas merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen guna mencapaitujuan yang sangat spesifik dari organisasi/perusahaan.

4. Humas adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara perubahan/organisasi dengan masyarakat melalui proses komunikasi timbal balik atau dua arah. Hubungan harmonis ini timbul dari adanya *mutual understanding*, *mutual confidence*, dan image yang baik. Ini semua merupakan langkah-langkah yang di tempuh oleh humas untuk mencapai hubungan yang harmonis.

Berdasarkan pendapat tersebut di simpulkan bahwa seorang humas memiliki tugas untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, dan semua bentuk komunikasi yang di bangun merupakan komunikasi yang terencana. Seorang humas harus benar-benar mengerti bagaimana cara membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, baik dalam kelompok publik atau perseorangan.

2.2 Fungsi Humas

Fungsi humas berupaya membina hubungan yang harmonis melalui komunikasi dua arah dan melancarkan publikasi antara organisasi dengan publik (khalayak sasaran) atau sebaliknya publik dengan lembaga, agar tercapai opini dan persepsi yang positif dan untuk memperoleh citra yang baik. Kriyantono (2008:18) menyatakan: Fungsi atau peranan adalah harapan publik terhadap apa yang seharusnya di lakukan oleh humas sesuai dengan kedudukannya sebagai seorang humas. Jadi, humas dikatakan berfungsi apabila dia mampu melakukan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna atau tidak dalam menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik.

Menurut Ruslan (2012:27) menyatakan fungsi utama humas atau *public relations* adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang di wakili oleh publiknya.
- b. Membina *relationship*, yaitu berupa membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
- c. Peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
- d. Membentuk *good image maker*, artinya peranan humas berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

Menurut Effendy (1992: 9) fungsi humas sebagai berikut :

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
- b. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal.
- c. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
- d. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.
- e. Operasionalisasi dan organisasi humas adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang di timbulkan dari pihak organisasi maupun publik.

Berdasarkan pendapat yang diuraikan di tarik kesimpulan bahwa fungsi humas adalah penghubung antara organisasi atau lembaga yang di wakili dengan publiknya, membina relationship yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya, berperan sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi dan menciptakan citra yang baik bagi organisasi atau lembaganya.

2.3 Destinasi Wisata

2.3.1 Pengertian Destinasi Wisata

Pengertian Destinasi Pariwisata secara tradisional disebut sebagai wilayah geografis seperti negara, pulau, atau kota. (Burkart and Medlik, 1974; Davidson and Maitland, 1997; Hall, 2000). Sementara itu Tuohino & Konu (2014) menyatakan bahwa pengertian dari destinasi adalah area geografis sebagai lokasi yang dapat menarik wisatawan untuk tinggal secara sementara yang terdiri dari berbagai produk pariwisata, sehingga membutuhkan berbagai prasarat untuk merealisasikannya. Sementara itu menurut Kim & Brown (2012) produk pariwisata sendiri terdiri dari sekelompok atraksi, fasilitas dan layanan kepada wisatawan.

Sementara itu, pengertian destinasi menurut UNWTO (2007) ialah ruang fisik yang memiliki batas-batas fisik dan administrasi yang mencakup campuran (bauran) dari layanan, produk, serta daya tarik. UNWTO (2007) juga menyatakan bahwa daya tarik dan pengalaman destinasi dapat dibentuk oleh berbagai elemen seperti atraksi, fasilitas, aksesibilitas, sumber daya manusia, citra, dan harga (Tuohino & Konu, 2014).

Dari definisi dan penjelasan para ahli tersebut, saya menyimpulkan bahwa destinasi pariwisata itu merupakan suatu wilayah geografis (seperti negara, pulau kab/kota, kecamatan, desa, kampung atau kawasan pariwisata) yang memiliki daya tarik (seperti atraksi wisata, fasilitas, aksesibilitas, SDM, citra dan harga) untuk dikunjungi dan ditinggali oleh individu atau kelompok secara sementara dalam suatu perjalanan yang disebut dengan migrasi wilayah. Oleh karena itu berkembanglah konsep yang disebut dengan area destinasi (destination area) dan area tempat asal pengunjung yang biasa disebut dengan origin.

2.3.2 Destinasi Wisata Lampung

Lampung sebagai salah satu Provinsi di Indonesia juga memiliki potensi alam dan budaya yang bisa dikembangkan sebagai objek wisata. Potensi tersebut antara lain alam yang indah dan hawa sejuk, dikelilingi oleh kehijauan bukit dan gunung yang banyak ditumbuhi aneka ragam bunga dan pohon. Aneka ragam budayanya juga terlihat unik dan menarik, demikian pula adat istiadatnya. Dengan kondisi demikian maka Lampung bisa dijadikan mata rantai tujuan wisata.

Keindahan alam dan budaya di Lampung memang sebagian sudah digarap dengan baik, artinya sudah dijadikan sebagai tujuan wisata. Namun, bila dibandingkan dengan potensi yang ada tampaknya pariwisata di Lampung belum digali secara optimal. Masih cukup banyak potensi alam dan budaya di daerah Lampung yang belum digarap secara serius.

Dalam rangka pembangunan nasional, guna meningkatkan kesejahteraan rakyat, GBHN telah menetapkan bahwa pembangunan kepariwisataan dilanjutkan dan ditingkatkan dengan mengembangkan dan mendayagunakan sumber dan

potensi kepariwisataan nasional menjadi kegiatan ekonomi yang diandalkan untuk memperbesar penerimaan devisa, memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dari lapangan kerja terutama bagi masyarakat setempat, mendorong pembangunan daerah serta memperkenalkan alam, nilai dan budaya bangsa Untuk mencapai target tersebut, maka kegiatan pariwisata perlu ditingkatkan, karena selain menambah devisa negara, juga memperluas lapangan kerja dan memperkenalkan aneka ragam kebudayaan serta alam Indonesia yang indah. Indonesia mempunyai potensi yang besar dalam pengembangan pariwisata, karena selain memiliki alam yang indah juga aneka ragam budaya dan adat istiadat.

Ada tujuh wisata unggulan yang terdapat di Lampung, yakni Krakatau, Bandar Lampung (Teluk Betung dan Tanjung Karang), Kiluan (laut yang terdapat banyak ikan lumba-lumba di Kabupaten Tanggamus), Bukit Barisan Selatan, Way Kambas, Tanjung Setra, dan menara Siger. Khusus untuk Teluk Betung dan Tanjung Karang yang sudah digabung dalam satu kesatuan yang menjadi pusat ibukota Lampung ini memiliki potensi wisata unggulan seperti adanya museum yang terletak di tengah kota, sentra kerajinan tapis, sentra penjualan kuliner keripik pisang, dan berbagai sanggar seni. Pengembangan wisata unggulan ini sudah dikemas dengan baik dan menjadi tujuan wisatawan. Adapun pantai, laut, rumah tradisioal, danau, alam pegunungan, biasanya terletak jauh dari ibukota Lampung dan ini merupakan wisata nonunggulan. Contohnya seperti gambar dan penjelasan mengenai Teluk Kiluan.



Gambar 1. Teluk Kiluan

Teluk ini terletak di Kabupaten Tanggamus merupakan sebuah teluk dengan potensi wisata bahari. Panorama eksotik dari teluk ini merupakan jalur lintasan lumba-lumba, mulai dari gugusan Cengkalik ke arah selatan sampai ke Cuku Kementara, lumba-lumba sebaiknya dilihat pada pagi hari pukul 06.00. Tidak jauh dari Teluk Kiluan terdapat pantai berpasir putih. di sekitar pulau merupakan tempat ideal bagi aktifitas wisata air, seperti snorkeling, memancing, dan berperahu. Kehidupan masyarakat sekitarnya yang masih tradisional merupakan perpaduan budaya Bali (transmigrasi), Lampung (pribumi) dan Jawa (transmigrasi), dapat dicermati dalam perjalanan menuju Teluk Kiluan dari Bandar Lampung. Kiluan berjarak 73 km dapat dicapai selama 3 jam perjalanan dari Bandara Lampung.

2.4 Mempromosikan Destinasi Wisata

Pengertian Destinasi Pariwisata secara tradisional disebut sebagai wilayah geografis seperti negara, pulau, atau kota. (Burkart and Medlik, 1974; Davidson and Maitland, 1997; Hall, 2000). Sementara itu Tuohino & Konu (2014) menyatakan bahwa pengertian dari destinasi adalah area geografis sebagai lokasi yang dapat menarik wisatawan untuk tinggal secara sementara yang terdiri dari berbagai produk pariwisata, sehingga membutuhkan berbagai prasarat untuk

merealisasikannya. Sementara itu menurut Kim & Brown (2012) produk pariwisata sendiri terdiri dari sekelompok atraksi, fasilitas dan layanan kepada wisatawan.

Sedangkan menurut Menurut Hu & Ritchie (1993), destinasi adalah sebuah paket (bundle) yang terdiri dari berbagai fasilitas dan layanan pariwisata yang seperti produk jasa yang lainnya, terdiri dari sejumlah atribut multidimensi yang bersama-sama menentukan daya tariknya bagi individu tertentu dalam situasi pilihan tertentu.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau pengguna jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi (Lupiyoadi, 2013:178).

Menurut Tjiptono dalam (Manafe, 2016: 104) Promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Mempromosikan Destinasi Wisata merupakan komunikasi dalam mempromosikan pariwisata. Dalam suatu objek wisata atau destinasi wisata, promosi wajib dilakukan secara baik dan berkesinambungan. Promosi pariwisata yang diadakan adalah untuk memberitahukan, membujuk atau meningkatkan konsumen atau wisatawan supaya wisatawan yang bersangkutan mempunyai

keinginan untuk datang berkunjung ke daerah yang telah dipromosikan. Oleh karena itu promosi harus dilakukan melalui media komunikasi yang efektif, sebab orang-orang yang menjadi sasaran promosi mempunyai selera dan keinginan yang berbedabeda. Promosi akan lebih efektif melalui bauran promosi, yaitu kombinasi yang optimal dari pemilihan berbagai jenis kegiatan promosi yang paling efektif dalam meningkatkan Promosi Destinasi Wisata.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1 Profil Instansi

3.1.1 Gambaran Umum Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif Provinsi

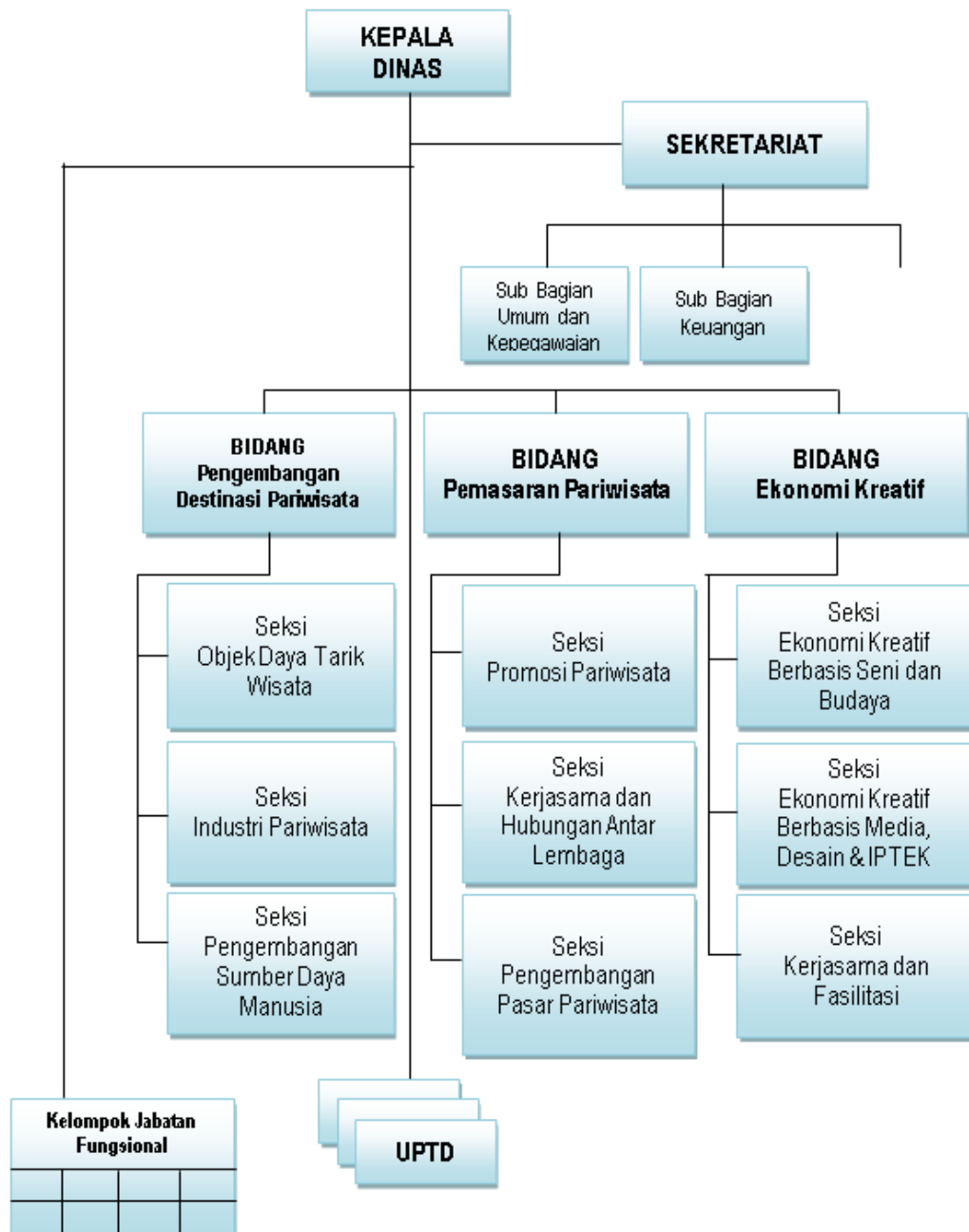
Lampung

Berdasarkan UU No.25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional, perencanaan adalah suatu proses untuk menentukan tindakan masa depan yang tepat, melalui urutan pilihan, dengan memperhitungkan sumber daya yang tersedia. Sedangkan pembangunan nasional adalah upaya yang dilaksanakan oleh semua, komponen bangsa dalam rangka mencapai tujuan bernegara. Perencanaan secara umum juga dapat diartikan sebagai usaha menentukan cara terbaik guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pelibatan masyarakat sebagai subyek dan sekaligus obyek pembangunan merupakan unsur utama dalam perencanaan partisipatif. Dimana pengertian perencanaan partisipatif adalah proses pengambilan keputusan secara kolektif terhadap suatu kegiatan tertentu, tentang bagaimana mengelola sumber daya yang ada dan melaksanakan kegiatan dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Perencanaan pembangunan merupakan suatu fungsi utama dari manajemen pembangunan yang mutlak diperlukan mengingat kebutuhan akan pembangunan lebih besar dari sumber daya yang tersedia. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merupakan salah satu

Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan daerah di bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung sebagai instansi teknis bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif harus memiliki indikator pembangunan yang diperlukan selain untuk perencanaan, pemantauan dan evaluasi sasaran pembangunan, juga untuk kebutuhan pelayanan pemerintahan dan masyarakat.

Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 4 Tahun 2014 tentang Perubahan kedua atas Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 13 Tahun 2009 Tentang Organisasi dan Tatakerja Dinas 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.

3.1.2 Struktur Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung



Gambar 2. Struktur Organisasi

3.1.3 Fungsi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, mempunyai fungsi :

- a. Perumusan kebijakan teknis di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.
- b. Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.
- c. Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.
- d. Pelaksanaan pengembangan pariwisata, ekonomi kreatif, pembinaan karakter dan pekerti bangsa.
- e. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi seni budaya.
- f. Pelaksanaan kebijakan promosidan standarisasi pariwisata.
- g. Pelaksanaan rencana induk pengembangan pariwisata dan sumber daya manusia.
- h. Pelayanan administratif.

3.2 Visi dan Misi

Pariwisata Lampung memiliki slogan “The Treasure Of Sumatera” yang memiliki arti bahwasannya Provinsi Lampung memiliki banyak potensi yang menjanjikan yang dapat dikembangkan. Situs resmi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung menyediakan berbagai informasi mengenai keanekaragaman budaya dan destinasi pariwisata bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Lampung. Visi adalah kondisi yang dicita-citakan untuk di wujudkan. Secara antologis, visi merupakan *das sollen*, yaitu apa yang sebenarnya menjadi tujuan atau keinginan yang ideal yang disepakati oleh seluruh *stakeholders* dan terkristalisasi dalam bentuk jati diri. Pada umumnya visi dibangun untuk

mendorong semangat seluruh *stakeholders* agar dapat berperan serta aktif dalam pembangunan dan sekaligus sebagai inspirasi untuk menggerakkan seluruh kemampuan *stakeholders* untuk secara bersama dan sinergis membangun daerah. “Rakyat Lampung Berjaya”(Aman, Berbudaya, Maju dan Berdaya Saing, Sejahtera).

Jika visi merupakan tujuan akhir, maka misi adalah serangkaian langkah yang perlu diambil untuk meraih tujuan tersebut. Pembentukan Disparekraf Lampung juga merupakan salah satu langkah untuk meraihnya. Berikut ini adalah misi yang diemban oleh Disparekraf Lampung :

- 1) Menciptakan kehidupan yang religius (agamis), berbudaya, aman, dan damai.
- 2) Mewujudkan “*Good Governance*” untuk meningkatkan kualitas dan pemerataan pelayanan publik.
- 3) Membangun kekuatan ekonomi masyarakat berbasis pertanian dan wilayah pedesaan yang seimbang dengan wilayah perkotaan.

Tujuan wisata utama, adalah tujuan wisata yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan, meningkatkan pendapatan nasional, daerah dan masyarakat. Daerah tujuan wisata utama harus memiliki daya tarik wisata yang berkualitas dan dikenal luas secara nasional dan internasional, serta membentuk jejaring produk wisata dalam bentuk pola pemaketan produk dan pola kunjungan wisatawan. Daerah tujuan wisata utama ditandai dengan tingginya tingkat pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun nusantara. Maju, mempunyai konotasi modern atau industrialized. Lampung sebagai daerah tujuan wisata yang maju memiliki karakteristik berbasis industry

dan didukung oleh infrastruktur yang mantap dan memadai. Daerah tujuan wisata di Lampung harus didukung oleh ketersediaan sarana dan prasarana yang modern, aksesibilitas yang tinggi serta berbasis teknologi informasi.

Sejahtera, mempunyai konotasi *wealthy* atau *prosperous*. Masyarakat yang sejahtera berarti secara ekonomi makmur, dengan pembagian yang lebih adil dan merata. Jumlah penduduk terkendali (laju pertumbuhan lebih rendah), derajat kesehatan tinggi, angka harapan hidup tinggi, dan kualitas pelayanan sosial lebih baik. Masyarakat sejahtera terjamin hak-haknya dan berkesempatan sama untuk meningkatkan hidup, memperoleh pekerjaan, pendidikan, kesehatan, dan pelayanan sosial, serta kebutuhan dasar yang layak.

Tanah Sai Bumi Ruwa Jurai, sejahtera melalui revitalisasi dan transformasi budaya Lampung. Masyarakat Lampung menjadi lebih kreatif, produktif, dan inklusif yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan dengan segala potensi dan kelebihan yang dimiliki. Sektor pariwisata Provinsi Lampung harus menjadi sektor yang mampu menunjang terwujudnya kondisi masyarakat Lampung seperti diuraikan diatas.

3.3 Tujuan dan Sasaran

Tujuan pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif Provinsi Lampung adalah :

- a) Meningkatkan kompetensi SDM aparatur dan *stakeholders* kepariwisataan dan Ekonomi Kreatif yang mampu memberikan pelayanan bermutu bagi wisatawan;

- b) Mendayagunakan Kekayaan seni budaya Daerah dalam pengembangan kepariwisataan;
- c) Meningkatkan kualitas produk/ODTW yang nyaman bagi wisatawan dan mampu meningkatkan lama tinggal dan kualitas pengeluaran wisatawan;
- d) Meningkatkan sarana dan prasarana promosi serta kegiatan promosi pemasaran pariwisata ekonomi kreatif dalam dan luar negeri dalam rangka meningkatkan arus kunjungan wisatawan ke daerah Lampung;
- e) Mengembangkan kemitraan dan kerjasama kepariwisataan dan ekonomi kreatif regional, nasional dan internasional.

Sasaran dari tujuan pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif Provinsi Lampung adalah :

- a) Meningkatnya kualitas dan kuantitas SDM yang kompeten di bidang kepariwisataan;
- b) Meningkatnya kreativitas pemanfaatan SDA dan buatan dalam pengembangan kepariwisataan;
- c) Meningkatnya promosi kekayaan seni budaya dalam kerangka kepariwisataan daerah;
- d) Berkembangnya kreativitas seni budaya sekitar obyek wisata;
- e) Meningkatnya diversifikasi produk pariwisata dan ekonomi kreatif yang menarik minat kunjungan wisata;
- f) Bertambahnya sarana, Prasarana dan pemanfaatan TIK dalam promosi kepariwisataan daerah;

- g) Bertambahnya jumlah kegiatan promosi kepariwisataan dalam dan luar negeri;
- h) Berkembangnya kelompok-kelompok sadar wisata;
- i) Terbangunnya jaringan kemitraan dengan pemangku kepentingan kepariwisataan dan ekonomi kreatif Terbangunnya jejaring dan kerjasama pariwisata dan ekonomi kreatif dengan kab/kota lain baik dalam maupun luar negeri.

3.4 Tagline Branding Promotion Lampung

3.4.1 Pengertian Tagline Branding Promotion Lampung

a. Lampung

Lampung (Provinsi Lampung) adalah satu Provinsi di ujung Sumatera. Banyak daya tarik alam, budaya, kuliner, yang bisa kita nikmati di Lampung. Di logo Pariwisata Lampung, terdiri dari tulisan Lampung dan kurva berbentuk siger berwarna-warni di atas tulisan. Bisa diartikan bahwa Lampung adalah sebuah tempat yang menyenangkan dan terbuka bagi siapapun yang datang. Lampung memiliki alam yang menyegarkan dan menyenangkan. Lampung juga sarat akan budaya yang hidup dan kuat.

b. *Treasure*

Treasure dapat diartikan sebagai harta karun, harta benda, sesuatu yang berharga. Harta karun adalah harta atau kekayaan yang tersembunyi, maupun ditemukan namun tidak diketahui asal-usulnya.

Jadi, Lampung *The Treasure of Sumatra* dapat kita jelaskan: Sebuah tempat yang menyenangkan dan terbuka bagi siapa saja yang datang karena alam dan budayanya, yang masih tersembunyi dan patut kita jelajahi di pulau Sumatera. Demikian kira-kira makna dari logo pariwisata Lampung ini dan menjadi tagline Festival Krakatau 2016 ini silam dan secara terus menerus dipakai sampai sekarang.

3.4.2 Logo *The Treasure of Sumatra*



Gambar 3. Logo *The Treasure of Sumatra*

3.5 Tugas Kerja Bidang Pengembangan Destinasi Wisata

Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata mempunyai tugas melakukan perumusan kebijakan teknis, fasilitasi, koordinasi, pemantauan, dan evaluasi pelaksanaan kerjasama pengembangan destinasi pariwisata, pengembangan dan pemberian ijin usaha pariwisata serta pengembangan sumber daya wisata, alam, dan budaya.

Tugas sebagaimana dimaksud diatas, Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata mempunyai fungsi :

- a. Pelaksanaan koordinasi di bidang pengembangan destinasi pariwisata Kabupaten/Kota.
- b. Penyelenggaraan pembinaan, bimbingan teknis di bidang pengembangan produk wisata, usaha pariwisata, pemberdayaan masyarakat, standarisasi di seluruh Kabupaten/Kota berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- c. Pelaksanaan koordinasi dengan instansi terkait, dunia usaha, *stakeholder* pusat dan daerah untuk pengembangan destinasi pariwisata.
- d. Pelaksanaan pelaporan tugas Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata kepada Kepala Dinas.
- e. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata, membawahi :

- a. Seksi Obyek Daya Tarik Wisata
- b. Seksi Industri Pariwisata
- c. Seksi Pengembangan Sumber Daya Manusia

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis kualitatif yang telah dilakukan pada dinas pariwisata ekonomi kreatif dengan judul peran humas dalam mempromosikan destinasi wisata di Provinsi Lampung dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dalam sektor pariwisata sangatlah bergantung pada kegiatan komunikasi, oleh karena itu, dibutuhkan kegiatan promosi kepada khalayak publik mengenai informasi yang luas tentang Pariwisata dengan sasaran promosi yaitu para pelaku usaha wisata dan masyarakat setempat.
2. Peranan humas dalam proses komunikasi yang dilakukan oleh bagian humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam kaitannya mempromosikan Provinsi Lampung yaitu :
 - a. Melalui kerjasama untuk menguatkan peran atau tugas pihak terlibat
 - b. Bentuk-bentuk komunikasi yang digunakan dalam mempromosikan destinasi wisata yang ada di Provinsi Lampung
 - c. Media yang digunakan oleh humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam mempromosikan potensi pariwisata.

- d. Aplikasi Si Siger Berjaya untuk informasi tentang destinasi wisata di Provinsi Lampung.
3. Tiga fungsi utama humas yaitu memberikan penerangan kepada masyarakat, melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung serta berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

5.2 Saran

Setelah peneliti menyimpulkan hasil penelitian berdasarkan rumusan masalah maka peneliti juga memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja Bagian Humas Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam menjalankan perannya sebagai humas, antara lain :

1. Peranan Humas Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam mempromosikan potensi destinasi wisata di Provinsi Lampung ditingkatkan dengan selalu mengikuti menyelenggarakan *Event* yang bertajuk promosi destinasi wisata, di setiap daerah, baik.
2. Aplikasi Si Siger Berjaya lebih dimanfaatkan oleh humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung untuk memudahkan tujuan destinasi wisata di Provinsi Lampung.
3. Peranan Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam Mempromosikan Destinasi Wisata Provinsi Lampung harus lebih intens mendukung Dinas Pariwisata dalam hal dukungan anggaran yang lebih besar, demi mencapai target yang diharapkan atau diinginkan

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro M. Linggar, (2001). *Teori dan Profesi Kehumasan*. Bumi Aksara. Jakarta
- Army, P. F. (2021). *Upaya Pengembangan Wisata Kota Tanjungpinang Sebagai Daya Tarik Wisata di Era New Normal*. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 2(2), 101-109.
- Astuty, S., Setyastuti, Y., Maulina, N., & Hanief, L. (2018). *Analisis Fungsi dan Peran Humas dalam Upaya Implementasi Good Governance (Studi pada Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Banjarmasin)*. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 2(1).
- Effendy, Onong Uchjana. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Karya.
- Fajar, Marhaeni. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lamarang, A. (2013). *Peranan humas dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara*. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(3).
- Manafe, J. D., Setyorini, T., & Alang, Y. A. (2016). *Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya (Studi Kasus di Pulau Rote NTT)*. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 4(1), 101-123.
- Manafe, J. D., Setyorini, T., & Alang, Y. A. (2016). *Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya (Studi Kasus di*

Pulau Rote NTT). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 4(1), 101-123.

Oka A. Yoeti. (1996.) *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

Onong Uchjana Effendy. (1992). *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Purwo, R. H. S., & Puspasari, D. (2020). *Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur*. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), 458-467.

Ruslan. (2001). *Manajemen Humas & Manajemen Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Soerjono Soekanto, *Elit Pribumi Bengkulu* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), 268.

Syahputra, D. I., Hendra, Y., & Hidayat, T. W. (2018). *Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara Pada Kantor Biro Humas Gubernur*. *PERSPEKTIF*, 7(1), 24-29.

Widjaja. A. W., (1986), *Komunikasi: dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Bina Aksara.

Sumber Lainnya :

Data Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung.

<https://pemasaranpariwisata.com/2019/10/12/destinasi-adalah/>