STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DALAM MEMPROMOSIKAN PEKON PASAR SEBAGAI DESTINASI WISATA DI KABUPATEN PESISIR BARAT
(Studi Pada Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat)

(Skripsi)

Oleh

Rhamanda Rahmat Akbar

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DALAM MEMROMOSIKAN PEKON PASAR SEBAGAI DESTINASI WISATA DI KABUPATEN PESISIR BARAT
(Studi Pada Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat)

Oleh :

RHAMANDA RAHMAT AKBAR

Pariwisata adalah indstri pelayanan jasa yang memberikan efek berganda dalam perekonomian negara, bangsa dan dunia. Suatu negara yang mengelola industri pariwisata akan mendapat keuntungan. Sektor pariwisata tidak akan berjalan tanpa adanya wisatawan yang datang berkunjung, untk menarik perhatian para wisatawan diperlukam strategi komunikasi pemasaran. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian mengenai startegi komunikasi dinas pariwisata dalam mempromosikan Pekon Pasar sebagai destinasi wisata di Kabupaten Pesisir Barat. Metode penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif, teori yang digunakan ilah teori Strategi Komunikasi. Data yang diolah berasal dari wawanara perangkat desa, pemerintah dan masyarakat sekitar. Peneliti juga melakukan studi pustaka untuk mencari data yang sesuai dengan penelitian. Untuk menguji keabsahan data peneliti memeriksa data dengan teknik triangulasim sehingga didapatkan hasil penelitian yaitu pemerintah memanfaatkan media sosial sebagai media untuk mempromosikan destinasi wisata yang ada di Pulau Pisang, seperti Instagram dan Facebook. Pemerintah juga mengupayakan promosi dengan menyelenggarakan acara Semarak Pulau Pisang. Upaya lain yang dilakukan pemerintah ialah membangun sarana pendukung pariwisata seperti, UPTD Pariwisata Pulau Pisang, jaringan listrik,

Kata Kunci : Pariwisata, Strategi Komunikasi, Promosi , Wisata Pulau Pisang

ABSTRACT

TOURISM SERVICES COMMUNICATION STRATEGY IN PROMOTING THE PEKON PASAR AS A TOURISM DESTINATION IN WEST COAST REGENCY
(Study in Pekon Pasar, Pulau Pisang District, West Coast Regency)

By :

RHAMANDA RAHMAT AKBAR

Tourism is a service industry that has a multiplier effect on the economy of the country, nation and world. The country that manages the tourism industry will benefit. The tourism sector will not run without tourists who come to visit, to attract the attention of tourists, a marketing communication strategy is needed. Therefore, the researcher conducted research on the communication strategy of the tourism office in promoting Pekon Pasar as a tourist destination in Pesisir Barat Regency. This research method is a qualitative research method, the theory used is the theory of Communication Strategy. The processed data comes from interviews with village officials, the government and the surrounding community. The researcher also conducted a literature study to find data that was in accordance with the research. To test the validity of the data, the researchers examined the data with the triangulation technique so that the results of the study were that the government used social media as a medium to promote tourist destinations on Pulau Pisang, such as Instagram and Facebook. The government is also trying to promote it by organizing the Pulau Pisang Live event. Another effort made by the government is to build tourism supporting facilities such as the Pulau Pisang Tourism UPTD, electricity networks.

Keywords: Tourism, Communication Strategy, Promotion, Pulau Pisang Tourism

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DALAM MEMPROMOSIKAN PEKON PASAR SEBAGAI DESTINASI WISATA DI KABUPATEN PESISIR BARAT
(Studi Pada Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat)

Oleh

Rhamanda Rahmat Akbar

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univesitas Lampung

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DALAM MEMPROMOSIKAN PEKON PASAR SEBAGAI DESTINASI WISATA DI KABUPATEN PESISIR BARAT (Studi Pada Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat)**

Nama Mahasiswa : *Rhamanda Rahmat Akbar*

Nomor Pokok Mahasiswa : **1646031017**

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

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

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 198007282005012001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dra. Ida Nurhaida, M.Si.** .....

Penguji Utama : **Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos.,M.Si** .....

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **09 Agustus 2022**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Rhamanda Rahmat Akbar
NPM	: 1646031017
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Alamat	: Jl. Kavling Raya No 13, Gg Tulang Bawang No 353, Kecamatan Rajabasa Pemuka, Bandar Lampung.

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **(Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Pekon Pasar Sebagai Destinasi Wisata Di Kabupaten Pesisir Barat)** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 09 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,

Rhamanda Rahmat Akbar
NPM. 1646031017

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Rhamanda Rahmat Akbar. Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada 17 Januari 1998. Penulis lahir dari pasangan Anuar Amiri dan Noviana,SE,MM. yang merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis menyelesaikan pendidikan di SD AL-Kautsar Bandar Lampung pada tahun 2010, SMP AL-Kautsar Bandar Lampung pada tahun 2013, dan SMA AL-Kautsar Bandar Lampung tahun 2016.

Kemudian pada tahun 2016 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Selama menjadi mahasiswa penulis aktif dalam kegiatan organisasi pada tahun 2017-2018 menjadi anggota mahasiswa bidang *Jurnalistik* di Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Selama menjadi anggota himpunan penulis giat mengikuti setiap kegiatan yang diselenggarakan HMJ Ilmu Komunikasi. Setelah itu penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di salah satu Kabupaten Mesuji Timur yakni Desa Muara Asri Pada tahun 2020. Pada tahun yang sama penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Balai Monitoring Frekuensi Radio Kelas II Lampung. Penulis menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk mencapai kelulusan dan meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada FISIP Universitas Lampung.

MOTTO

"*Selamat dunia akhirat, Dunia akhirat selamat*"

[Aminnudin Syarif]

"*Demen dunia sira nganggur bukti mengko balik kubur*"

[Syekhunal Mukarom]

"*Lebih baik memancing ikan dilaut daripada memancing perkara di kantor*"

[Rhamanda Rahmat Akbar]

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

Kedua orang tua terkasih
Terimakasih kepada ayah dan ibu yang telah mendoakan serta memberikan semangat dan motivasi demi terselesaikannya skripsi ini.

Adik dan istri tersayang
Terimakasih telah menemani penulis selama mengerjakan skripsi ini ,berkat dukungan kalian skripsi ini dapat terselesaikan.

Keluarga besar Majelis Taklim AsySyahadatain
Terimakasih doa serta dukungannya kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Almamaterku
Universitas Lampung.

SANWACANA

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penelitian dengan judul **STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DALAM MEMPROMOSIKAN PEKON PASAR SEBAGAI DESTINASI WISATA DI KABUPATEN PESISIR BARAT** ini dapat selesai, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang banyak berjasa dalam memberikan doa, bantuan dan semangat kepada penulis, yaitu:

1. Allah SWT atas segala berkat, rahmat, hidayah-Nya serta kesehatan dan petunjuk yang selalu Engkau berikan.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si, selaku dosen pembimbing penelitian skripsi yang penulis lakukan. Terimakasih Ibu Ida karena telah membimbing penulis untuk menyelesaikan penelitian ini, terimakasih atas kesabaran ibu dalam mengedukasi dan memotivasi peneliti mengenai penelitian ini.
6. Ibu Dr. Anna Gustina Z, S.Sos., M.Si , selaku dosen penguji dalam penelitian ini. Terimakasih atas kritik dan saran yang bermanfaat, serta pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Tina Kartika, M. Si., selaku dosen pembimbing akademik bagi peneliti selama menjalani masa perkuliahannya di jurusan Ilmu Komunikasi.
8. Ibu Hestin Oktafiani, M. Si., selaku dosen pembimbing pada saat peneliti melakukan praktik kerja lapangan, terimakasih dukungan dan pengertian ibu selama peneliti menjalankan PKL dan seterusnya.

9. Seluruh dosen, staff, administrasi, dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya staff Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membantu dan memberikan kemudahan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai.
10. Kedua orang tua penulis, Ayah dan Ibu yang selalu memberi dukungan kepada penulis selama melaksanakan perkuliahan. Terima kasih sudah mendidik, membimbing dan memenuhi kebutuan penulis selama ini..
11. Bapak Aminnudin Syarif selaku guru agama penulis, terimakasih dukungan dan doanya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Untuk istriku Amy, Terimakasih selalu menemani, mendukung dan mendoakan penulis dikala sedang susah maupun senang. semoga kita terus bersama sampai maut memisahkan.
13. Mas Salman, Mba Diana, Bahri dan Faqih, Terimakasih saudaraku kalian telah membantu penulis dengan memberikan masukan yang membangun serta wi-fi gratis untuk kelancaran skripsi ini, semoga kita terus bersama sampai waktu yang tidak ditentukan.

Bandar Lampung, 12 Juli 2022
Penulis,

Rhamanda Rahmat Akbar

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI ..... **i**
DAFTAR TABEL ..... **iii**
DAFTAR GAMBAR ..... **iv**

I. PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Kerangka Fikir 7

II. TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Penelitian Terdahulu 9
2.2 Gambaran Umum Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang 11
2.2.1 Sejarah Kecamatan Pulau Pisang 11
2.2.2 Pekon Pasar Pulau Pisang 12
2.3 Kerangka Teoritis 15
2.3.1 Strategi 15
2.3.2 Strategi Komunikasi Pemasaran 16
2.3.3 Promosi 18
2.4 Pariwisata 22

III. METODE PENELITIAN .....

3.1 Tipe Penelitian 27

3.2 Fokus Penelitian.....27

3.3 Penentuan Informan 28

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....29

3.5 Teknik Analisis Data.....30

3.6 Keabsahan Data 33

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....

4.1 Faktor Pendukung Dan Faktor Penghambat Dalam Mempromosikan Pekon Pasar Sebagai Destinasi Wisata 36

4.2 Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Pekon Pasar Sebagai Destinasi Wisata Di Kabupaten Pesisir Barat.....40

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 48

5.2 Saran 49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. Penelitian Terdahulu 9
Tabel 2. Luas Wilayah Di Kecamatan Pulau Pisang Tahun 2018 12
Tabel 3. Jumlah Penduduk di Kecamatan Pulau Pisang Tahun 2018 13
Tabel 4. Kriteria Informan 29

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Peta Administrasi Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang.....3
Gambar 2. Pelabuhan Penyebrangan Pekon Pasar.....4
Gambar 3. Bangunan Bersejarah Peninggalan Belanda.....4
Gambar 4. Bagan Kerangka Fikir 8
Gambar 5. Contoh Penginapan yang ada di Pekon Pasar 37
Gambar 6. Contoh Cenderamata yang dijual Masyarakat di Pekon Pasar.....37
Gambar 7. Fasilitas yang ada di Pulau Pisang 39
Gambar 8. Transportasi.....39
Gambar 9. Website Pemerintah Daerah Pulau Pisang 41
Gambar 10. Rangkaian Kegiatan Semarak Pulau Pisang.....42
Gambar 11. Penampilan Adat Pekon Pasar di Acara Semarak Pulau Pisang 43
Gambar 12. Akun Instagram mengenai Pulau Pisang.....44

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata memberikan pengaruh *multiplier effect* atau efek berganda dalam perekonomian negara, bangsa dan dunia. Suatu negara yang mengerjakan industri pariwisata akan mendapatkan keuntungan antara lain yaitu kesempatan kerja, peningkatan pendapatan nasional negara yang artinya meningkat pula pendapatan perkapita masyarakat, peningkatan penghasilan pajak dan kuatnya posisi neraca pembayaran luar negeri (Yoeti, 2016:43).

Pariwisata ialah industri dalam hal pelayanan jasa yang bersifat padat karya atau labour intensive. Jenis tenaga kerja yang diperlukan berasal dari pelbagai kalangan, baik dari kalangan tenaga kerja berpendidikan ataupun tenaga kerja yang tidak berpertdidikan. Tenaga kerja seperti itu mayoritas disuplai dari negara bekermbang atau negara yang wilayahnya berekonomi rendah. Oleh karena itu, pariwisata memiliki peran penting dalam mendukung terciptanya lapangan pekerjaan atau mengurangi tingkat pengangguran. Namun kekurangan dari pekerjaan di bidang pariwasata ini ialah pekerjaannya bersifat musiman atau tenggat waktu (*part time)*, hal ini bergantung dengan jumlah wisatawan yang datang. Meski memiliki pengaruh dalam mendukung terciptanya lapangan pekerjaan, interprestasi mengenai seberapa besar pengaruh sektor pariwisata tetap sulit dilakukan, karena industri pariwisata memiliki banyak jenis pekerjaan. (Pearce, 1983. dalam Pramono, 1993:21).

Kabupaten Pesisir Barat adalah kabupaten baru di Provinsi lampung yang memiliki potensi tinggi dalam sektor pariwisata. Hal tersebut didukung dengan keberadaan garis pantai sepanjang 210Km. Wilayah di Kabupaten Perisisir Barat yang dilimpahi kekayaan bahari di sepanjang lautnya adalah

Kecamatan Pulau Pisang, saat ini Kecamatan Pulau Pisang sedang dalam tahap pengembangan. Pengembangan ini adalah keputusan yang tepat dari pemerintah daerah, hal ini dapat dianggap sebagai wujud kepedulian pemerintah daerah untuk menguatkan sektor Pariwisata di Kabupaten Pesisir barat.

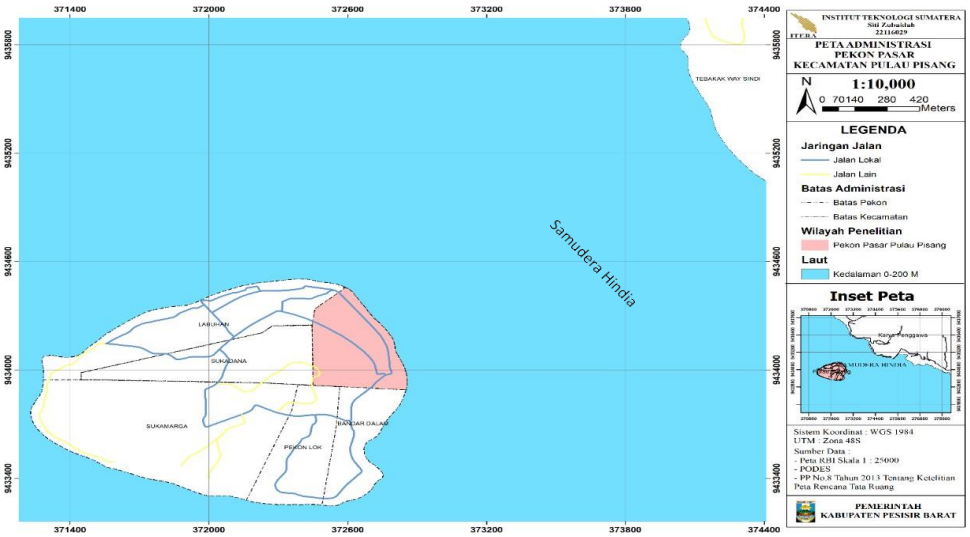
Berdasarkan data dari Peraturan Daerah Kabupaten Pesisir Barat No. 3 Tahun 2017 mengenai Rencana Induk Pariwisata Daerah, peningkatan pembangunan daerah dalam sektor pariwisata akan dibagi menjadi empat zona, antara lain zona satu yaitu Kawasan Tanjung Setia, zona dua yaitu Kawasan Bengkunat Belimbing dan Pulau Betuah, kemudian zona tiga yaitu Kawasan Lemong dan Pulau Pisang, dan zona terakhir ialah zona empat yaitu Kawasan Labuhan Jukung dan Krui Selatan. Karena adanya Peraturan Daerah Kabupaten yang telah ditetapkan dalam RIPPDA, pemerintah daerah kini mengutamakan Kecamatan Pulau Pisang untuk dikembangkan sektor pemerintahannya. Selain itu, pemerintah daerah kabupaten pesisir barat juga telah membentuk adanya UPTD Pariwisata di Kecamatan Pulau Pisang sebagai wujud kepanjangan tangan dari pemerintah daerah agar pengelolaan sektor pariwisata di kecamatan pulau pisang dapat berjalan lebih efektif dan optimal.

Kecamatan Pulau Pisang secara geografis merupakan sebuah pulau yang memang terpisah dari wilayah induk kabupaten pesisir barat yang notabennya berada di pulau sumatera. secara administratif wilayah Kecamatan Pulau Pisang pun merupakan semua wilayah yang mencakupi seluruh pekon yang ada di Pulau Pisangitu sendiri. Kecamatan Pulau Pisang terdiri atas 6 pekon atau desa yaitu Pasar, Labuhan, Bandar Dalam, Pekon Lok, Sukadana, dan Sukamarga. Dalam 6 pekon yang ada Pekon Pasar dikembangkan untuk menjadi pekon paling strategis dalam segi atraksi atau daya Tarik, aksesibilitas dan akomodasi. Hal tersebut telah ditetapkan di dalam Peraturan Daerah Nomor 8 tahun 2017 mengenai Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) di Kabupaten Pesisir Barat Tahun 2017-2037, Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang dinyatakan menjadi derah yang difokuskan pengembangan pariwisatanya,

pengembangan industri kecil, pengembangan perikanan, pengembangan pelabuhan dan pertanian.

Penempatan Pekon Pasar sebagai daerah yang diutamakan dalam pengembangan sektor pariwisata di kecamatan Pulau Pisang kabupaten Lampung Barat dilakukan bukan tanpa alasan.

Gambar 1. Peta Administrasi Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang



(Sumber: (Zubaidah, S.P.W.K, 2021)).

Pekon Pasar memang memiliki keunggulan yang cukup mencolok dibandingan dengan pekon lainnya yang ada di wilayah Kecamatan Pulau Pisang, mulai dari unsur budayanya yakni terdapat tarian-tarian adat yang kerap di tampilkan dalam berbagai kegiatan, kondisi laut dan pantainya yang memiliki garis pantai yang paling luas daripada pekon lainnya serta hamparan pasir putih yang menjadi salah satu daya tarik wisatawan, jumlah penduduk yang paling padat dibandingkan desa lainnya yang ada di wilayah Kecamatan Pulau Pisang, hingga ketersediaan fasilitasyang cukup memadai dibandingkan dengan pekon lainya. Seperti halnya sarana transportasi laut berupa perahu penyeberangan orang dan barang, pelabuhan, dermaga, serta terdapat sekolah peninggalan belanda yang masih difungsikan sebagai sarana belajar-mengajar sekolah dasar dan kelestarian bentuk fisiknya masih dijaga keasliannya hingga kini.

Gambar 2. Pelabuhan Penyebrangan Pekon Pasar

(Sumber : Diolah oleh Peneliti,2022).

Gambar 3. Bangunan Bersejarah Peninggalan Belanda

(Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2022).

Berdasarkan data yang diperolah dari Profil Desa dan Kelurahan atau disingkat PRODESKEL di Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang Tahun 2017, jumlah keluarga pra-sejahtera di Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang terdapat 148 Kepala Keluarga dengan jumlah penduduk sebanyak 595 orang tahun 2017. Merujuk pada definisi konseptual mengenai keluarga pra sejahtera merupakan keluarga-keluarga yang belum dapat terpenuhi kebutuhan dasarnya, seperti kebutuhan sandang, pangan, papan, kesehatan dan pendidikan dasar bagi anak usia sekolah. Oleh karena itu masyarakat di Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang dinyatakan memiliki tingkat

kesejahteraanyang rendah yaitu sebesar 100%, jenis pekerjaan masyarakat sebagai petani dan nelayan mendominasi di daerah ini. Dilihat dari indikatortersebut menunjukan bahwa masyarakat Pekon Pasar Pulau Pisang tergolong kedalam kategori masyarakat miskin.

Sektor wisata merupakan sektor perekonomian hilir yang mempunyai efek pengganda *(Multiplier Effect)* yang paling besar. Artinya apabila muncul satru kegiatan di sektor wisata, maka akan membangkitkan rentetan *demand* di sektor- sektor lainnya terutama untuk sektor-sektor hulu seperti sektor transportasi, komunikasi, perdagangan, perindustrian khususnya industri kecil dan kerajinan, jasa perhotelan dan penginapan, jasa-jasa layanan lainnya bahkan berbagai sektor informal yang sangat kuat dalam menyerap pengangguran yang hampir masif terutama di perdesaan (Karomani, dkk., 2020:2).

Proses pengembangan sektor pariwisata ini dilakukan sebagai langkah strategis pemerintah daerah dengan tujuan memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan sektor ekonomi masyarakat setempat. Melalui program pengembangan sektor pariwisata ini diharapkan bisa menciptakan pertumbuhan ekonomi yang baik untuk masyarakat Pulau Pisang dengan langkah optimalisasi potensi dan sumberdaya alam yang ada. Proses pengembangan ini lebih menempatkan masyarakat setempat sebagai aktor utama dalam pelaksanaannya. Artinya masyarakat benar-benar dilibatkan dalam mengelola sumberdaya alam sektor pariwisata yang ada. Oleh karena itu, masyarakat diminta untuk berperan secara aktif selama proses pegelolaannya, baik dalam kegiatan promosi ataupun pelayanan terhadap wisatawan yang datang ke Pulau Pisang. Berkaitan dengan proses pelayanan, masyarakat harus benar-benar mampu memberikan layanan yang baik terhadap wisatawan, mulai dari cara komunikasi, ramah-tamah, atau tata kramadengan wisatawan yang datang.

Wisata dimanapun berada merupakan produk jasa yang selain menuntut rasa keamanan, kenyamanan, juga yang tidak kalah pentingnya adalah tuntutan akan keramah-tamahan *(hospitality)* layanan yang berkualitas tinggi darai hulu sampai hilir, apalagi tuntutan dari para wisatawan dari mancanegara. Di sektor hulu seperti jasa layanan duane di bandara internasional ataupun bandara domestik, jasa informasi dan jaminan keamanan aparatur pemerintahan pusat sampai daerah, jasalayanan, jasa restoran dan r*etail,* jasa penginapan, jasa transportasi termasuk transportasi lokal seperti bus, taksi bahkan tukang ojek juga tidak luput dari tuntutan terhadap bentuk layanan dengan tingkat keramah-tamahan tinggi tersebut. Jika kinerja keramah-tamahan tersebut dapat dirasakana sangat baik oleh para wisatawan, maka para wisatawan sebaliknya dengan sendirinya akan menjadi*promoter* secara lisan *(mouth promotion)* kepada kerabatnya yang menjadi calon wisatawan berikut dari negara ataupun tempat asalnya masing-masing Karomani, dkk., 2020:3).

Semakin banyaknya wisatawan yang datang ke Pulau Pisang beberapa tahunterakhir ini adalah berkat dukungan dan peran pemerintah daerah yang mengembangkan serta memromosikan Pulau Pisang sebagai salah satu destinasi wisata unggulan yang ada di Kabupaten Pesisir Barat. Diterbitkannya Perda yang menjurus pada optimalisasi sektor pariwisata serta dibentuknya pelbagai bagian serta fasilitas penting sebagai penunjang keberlangsungan sektor pariwisata merupakan langkah awal pemerintah daerah Kabupaten Pesisir Barat dalam upaya promosi dan optimalisasi potensi, juga sumber daya yang ada. Dengan kondisi yang demikian, mendorong penulis untuk meneliti lebih jauh terkait strategi komunikasi dinas pariwisata dalam mempromosikan Pekon Pasar sebagai destinasi wisata di Kabupaten Pesisir Barat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi Dinas Pariwisata dalam mempromosikan Pekon Pasar sebagai destinasi wisata di Kabupaten Pesisir Barat?
2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat dalam mempromosikan Pekon Pasar sebagai destinasi wisata?

1.3 Tujuan Penelitian

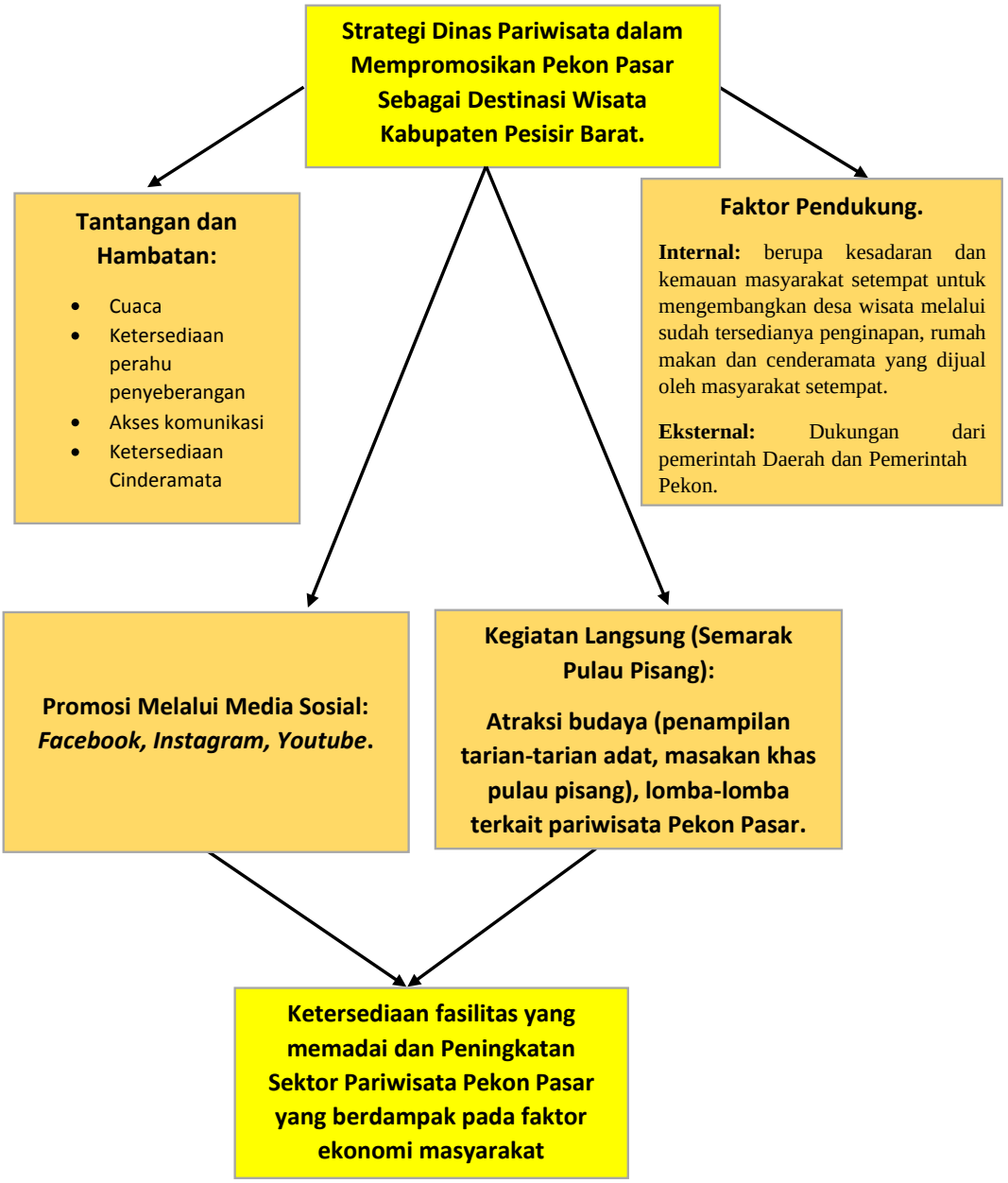
Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Pariwisata dalam mempromosikan Pekon Pasar sebagai destinasi wisata di Kabupaten Pesisir Barat.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam mempromosikan Pekon Pasar sebagai destinasi wisata.

1.4 Kerangka Fikir

Berdasarkan penjelasan yang penulis tuliskan di latar belakang, peneliti akan mengkaji lebih jauh mengenai strategi komunikasi dinas pariwisata dalam mempromosikan Pekon Pasar sebagai destinasi wisata di Kabupaten Pesisir Barat. Keberlangsungan sektor pariwisata tidak hanya didasari oleh potensi sumberdaya alam yang melimpah, tetapi juga bergantung pada bagaimana pihak-pihak terkait mengelola dan mengoptimalkan sumberdaya alam yang ada. Proses pengelolaan tersebut tentunya tidak akan terlepas dari bagaimana strategi, komunikasi, serta kebijakan pemerintah daerah dalam hal memfasilitasi potensi yang ada sehingga bisa mengatasi berbagai tantangan dan hambatan yang ada.

Salah satu langkah pemerintah daerah, khususnya pemerintah Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat adalah melakukan tahapan promosi melalui berbagai media, baik dengan memanfaatkan teknologi ataupun dengan melaksanakan berbagai kegiatan tertentu, sehingga hal tersebut mendorong upaya untuk mengoptimalkan berbagai potensi yang ada dan berdampak positif terhadap meningkatnya ekonomi masyarakat melalui optimalisasi pariwisata.



Gambar 4. Bagan Kerangka Fikir

(Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2022).

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengobservasi riset peneliti lain yang memiliki karakteristik yang sama dengan penelitian ini sebagai upaya untuk mengurangi kemungkinan adanya duplikasi penelitian atau mengatasi kesalahan penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu meringankan peneliti untuk memutuskan langkah-langkah sistematis dari teori yang ampu oleh peneliti dan konseptual penelitian. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang peneliti jadikan acuan dan referensi untuk menunjang penelitian mengenaipola dan jaringan komunikasi:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

1	Judul	*Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Japanese Food Dalam Memperkenalkan Brand* (Studi pada Fuku Ichi Ramen Lampung).
	Penulis	Candra halim, Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UNILA, 2021.
	Kontribusi pada penelitian	Penelitian ini dijadikan tambahan referensi bagi penulis dalam proses penyusunan penelitian dan tambahan informasi dalam bidang strategi komunikasi dan promosi.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian ini dengan pnelitian sebelumnya ialah fokus penelitiannya, penelitian peneliti berfokus pada sektor pariwisata, sedangkan skripsi ini berfokus pada suatu gerai makanan.
2	Judul	*Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Rangka Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Pekon Pasar*

		Kecamatan Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat
	Penulis	Siti Zubaidah, Mahasiswa Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota ITERA, 2020.
	Kontribusi pada penelitian	Penelitian berkontribusi sebagai tambahan akan referensi penulis mengenai proses penyusunan penelitian dan tambahan informasi sertadata dalam bidang pariwisata di Pulau Pisang.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan pada penelitian terletak pada fokus penelitian yang berfokus pada peningkatan ekonomi dalam proses pengembangan pariwisata di Pulau Pisang
3	Judul	*Dominasi Tokoh Lokal Dalam KehidupanDemokrasi Desa* (Studi Pada Pemilihan Peratin Pekon Labuhan Kecamatan Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat)
	Penulis	Ezio Maradila, Mahasiswa Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP UNILA, 2018.
	Kontribusi pada penelitian	Sebagai tambahan acuan data atau informasi mengenai kehidupan sosial dan budaya masyarakat Pulau Pisang.
	Perbedaan Penelitian	Pada penelitian ini, masalah penelitian terfokus pada kehidupan demokrasi, sosial dan budaya masyarakat Pulau Pisang.
4	Judul	*Pola dan Jaringan Komunikasi Tentang Pengangkatan Anak Secara Adat Pepadun di Kabupaten Lampung Tengah* (Studi pada kelompok adat di Pekon Way Buyut, Lampung Tengah)
	Penulis	Ade Novianti, Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNILA, 2017.
	Kontribusi pada penelitian	Sebagai tambahan referensi penulis dalammenyusun dan melengkapi teori serta data penelitian.
	Perbedaan Penelitian	Pada penelitian ini, masalah penelitiannya mengenai pola dan jaringan komunikasi tentang pengangkatan

		anak. Sedangkan pada penelitian yang akan diteliti terfokus pada pola komunikasi dalam bidang pariwisata.

Sumber: Diolah oleh Peneliti dari beragam penelitian terdahulu, 2022.

2.2 Gambaran Umum Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang

2.2.1 Sejarah Kecamatan Pulau Pisang

Berlandaskan keputusan Nomor:G/508/B.II/HK/2012 yang ditetapkan pada tanggal 2 Juli 2012, Bapak Gubernur Lampung menyatakan setuju bahwa Kecamatan Pulau Pisang Kabupaten Lampung Barat sebagai penerapan kewenangan pemerintah demi mewujudkan diskresi kewengan atau memberikan solusi dari permasalahan yang ada (Zubaidah, S.P.W.K, 2021). Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Lampung Barat menyetujui, lalu menandatangani berita acara persetujuan bersama Ranperda mengenai pembentukan Kecamatan Pulau Pisang di Kabupaten Lampung Barat. Kecamatan Pulau Pisang menjadi daerah pemekaran dari Kecamatan Pesisir Utara. Kecamatan hasil pemekaran pesisir utara ini memiliki luas wilayah 313 Ha, jumlah penduduk yang menghuni kecamatan ini berjumlah 1.971 jiwa, yang berbatasan langsung dengan Samudera Hindia. Daerah Kecamatan pulau pisang ini terdiri dari 6 desa, anatara lain Pasar Pulau Pisang, Sukadana, Labuhan, Sukamarga, Pekonlok, dan Bandar Dalam.

Nama Pulau Pisang berasal dari pulau yang berbentuk seperti buah pisang, apabila dilihat dari puncak daratan Pulau Sumatera, oleh karena itu sebutan atau nama “Pulau pisang” sangat populer di daerah tersebut. Untuk menempuh perjalanan menuju pulau pisang, wisatawan harus menjelajah daerah barat di provinsi Lampung ini, diawali dengan melakukan perjalanan darat menuju Kota Krui yang memakan waktu tempuh selama 7 jam dengan menunggangi kendaraan dari Kota Bandar Lampung. Setelah itu, perjalanan dilanjutkan pulau dilakukan dengan melalui perjalanan laut, untuk

melakukan perjalan laut, wisatawan atau masyarakat memiliki dua akses yaitu pelabuhan tembakak yang memerlukan waktu sekitar 15 menit sedangkan akses kedua melalui pelabuhan kuala yang membutuhkan waktu sekitar 45 menit.

Kecamatan Pulau Pisang juga merupakan penghasil rempah berupa cengkih *(Syzygium aromaticum)* sampai saat ini tetapi tidak sejaya dulu. Meskipun kini berlokasi di daerah jauh dari jangkauan, dahulu pulau ini merupakan salah satu pulau yang padat aktivitas dan ramai karena keberadaan Cengkihnya. Kini pulau mulai sepi ditinggalkan satu per satu oleh warganya. Akibat harga Cengkih tak lagiberjaya. Walaupun listrik telah masuk ke pulau ini sejak tiga tahun terakhir (jaringan kabel listrik bawah laut), hal itu tak cukup untuk menahan penduduk untuk tak meninggalkannya. Selain sekolah, di pulau ini masih bisa dijumpai juga jejak pelabuhan lama, Mercusuar sejak era Inggris *(Bencoolen Residentie)*, rumah- rumah tua masyarakat asli, hingga keberadaan kompleks *Kerkhof* (Makam Belanda), dan kisah jejak para ulama yang sarat akan cerita dan makna.

2.2.2 Pekon Pasar Pulau Pisang

Pekon Pasar adalah salah satu pekon di Kecamatan Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat Provinsi lampung. Secara keseluruhan, luas wilayah kecamatan Pulau Pisang adalah seluas 2780 Ha yang memiliki rincian sebagai berikut:

Tabel 2. Luas Wilayah Di Kecamatan Pulau Pisang Tahun 2018

	Pekon	Luas Wilayah (Ha)
1	Pasar Pulau Pisang	350
2	Labuhan	650
3	Bandar Dalam	350
4	Pekon Lok	340
5	Sukadana	490
6	Suka Marga	600
TOTAL		**2780 ha**

Sumber: Data Kantor Kecamatan Pulau Pisang, 2022.

Sedangkan untuk rincian jumlah penduduk Kecamatan Pulau Pisang ialah sebagai berikut:

Tabel 3. Jumlah Penduduk di Kecamatan Pulau Pisang Tahun 2018

Pekon	Jumlah Laki-laki	Jumlah Perempuan	Jumlah Keseluruhan	Jumlah KK
Pasar Pulau Pisang	326	266	592	195
Labuhan	201	182	383	112
Bandar Dalam	58	64	122	44
Pekon Lok	57	49	106	31
Sukadana	128	128	256	82
Suka Marga	29	32	61	21
Total	**799**	**721**	**1520**	**485**

Sumber: Data Kantor Kecamatan Pulau Pisang, 2022.

Apabila dilihat berdasarkan letak geografis, Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat memiliki batas-batas wilayah yaitu sebagai berikut:

a. Sebelah Utara : Samudra Hindia.
b. Sebelah Timur : Samudra Hindia.
c. Sebelah Selatan : Pekon Bandar Dalam.
d. Sebelah Barat : Pekon Sukadana.

Berdasarkan topografi, wilayah pekon pasar kecamatan pulau pisang berada di daratan yang rendah. Masyarakat memperdayakan penggunaan tanah sebagai lahan perkebunan dan lahan yang bukan pekebunan. Lahan yang digunakan sebagai lahan perkebunan ialah sebesar 0,50 Ha, sedangkan lahan lainnya tidak digunakan sebagai lahan perkebunan, besar lahan yang tidak digunakan sebagai lahan bukan perkebunan ialah sebesar 348 Ha, Dilihat dari data yang ada, lahan di kecamatan ini mayoritas digunakan sebagai latah non-perkebunan.

Hal menarik lainnya yang menjadi pembeda antara Pekon Pasar dengan Pekon yang lainnya di Kecamatan Pulau Pisang adalah dari unsur budayanya. Hal tersebut tentu merujuk pada latar belakang Pekon Pasar yang berbeda dari

pekon lainnya. Masyarakat Pekon Pasar asal usulnya berasal dari masyarakat melayu yang mendiami wilayah Bengkulu dan sekitarnya, sedangkan pekon lainnya merupakan masyarakat suku Lampung asli. Perbedaan yang begitu mencolok pun terlihat dari bahasa serta panggilan sesama masyarakat yang sehari-hari digunakanpun sedikit berbeda dengan desa lainnya.

Adat budaya yang secara turun temurun dilestarikan menjadi daya tarik tersendiri bagi Pekon Pasar ini, berbagai kegiatan adat pun kerap ditampilkan dalam acara- acara tertentu seperti halnya dalam prosesi pernikahan masyarakat setempat, dan pada acara tertentu yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah setempat. Uniknya masyarakat Pekon lain baik yang ada di wilayah Kecamatan Pulau Pisang ataupun di kecamatan lainnya yang ada di wilayah Kabupaten Pesisir Barat sering kali menggunakan adat yang dimiliki Pekon Pasar ini sendiri, tentunya dengan cara mendatangkan tokoh-tokoh adat Pekon Pasar dan para penampiladatnya yang tentunya disepakati dalam bentuk sewa jasa.

Artinya apabila terus dikembangkan hal-hal seperti ini tentu akan semakin menciptakan ketertarikan masyarakat luar akan Pulau Pisang itu sendiri. Oleh karenanya Pemerintah Daerah Kabupaten Pesisir Barat pun ikut mendukung kegiatan-kegiatan yang bernuansa adat istiadat untuk terus dikembangkan dann dilestarikikan keberadaannya, salah satu bentuk kongkritnya adalah dengan menyelenggarakan *event* yang bertajuk Semarak Pulau Pisang yang diselenggarakan pada tahun 2016 hingga 2018. Pada pelaksanaannya selain mengadakan lomba-lomba yang bernuansa pariwisata, penyelenggara pun memberikan kesempatan adat istiadat yang ada di Pulau Pisang uuntuk ditampilkan,sehingga secara tidak langsung adat istiadat setempat pun ikut di promosikan yangdikolaborasikan dengan unsur pariwisatanya.

Menanggapi usaha yang sedang dikerjakan oleh Pemerintah Daerah, sambutan positif pun ditunjukkan oleh masyarakat Pekon Pasar itu sendiri, masyarakat beranggapan bahwa ada sebuah kepedulian dari Pemerintah dalam hal

mendukung kemajuan pariwistanya dengan tidak mengesampingkan unsur budayayang ada di Pekon Pasar. Terlebih bagi para tokoh adat yang ada di Pekon Pasar itusendiri, upaya-upaya yang mereka lakukan dalam melestarikan adat istiadat yang ada dianggap tidak sia-sia jika ada dukungan dari pemerintah, adapun langkah- langkah yang dilakukan oleh Tokoh Adat setempat dalam melestarikan adatnya adalah dengan memberikan pelatihan kepada pemuda-pemuda setempat mengenai adat istiadat yang ada, contohnya tarian-tarian adat serta kebiasaan adat lainnya yang kerap ditampilkan dalam acara-acara tertentu.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Strategi

Secara etimologis kata strategi memeiliki arti “strategik”, dalam manajemen, suatu organisasi merancang secara sistematik sebagai bentuk kiat, cara, dan taktik utama untuk menjalankan fungsi-fungsi manajemen yang tersusun demi meraih tujuan organisasi tersebut (Nawawi, 2012. dalam Siger, 2019:9). Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang dan damai.

Chandler (Rangkuti, 2005:20-21) juga menjelaskan strategi adalah teknik untuk meraih tujuan sebuah organisasi dalam jangka waktu yang panjang, menindak lanjuti program dan membuat prioritas terhadap pembagian sumber daya. Artinya strategi adalah jalan pilihan yang tujuannya bukan untuk mencapai tujuan semata, tetapi bertujuan untuk memertahankan eksistensi organisasi, sehingga di dalam lingkungan hidup organisasi tersebut dapat melanjutkan kegiatan atau aktivitasnya.

Strategi yang telah direncanakan secara matang digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Tanpa strategi tujuan suatu organisasi itu tidak akan mudah tercapai, karena hal ini didasari oleh segala tindakan untuk pembuatan tujuan tidak akan lepas dari pemikiran mengenai strategi raatau cara efektif untuk mencapai tujuan tersebut (Yunita, 2015:17). Menurut Suryono (Primadany, dkk., 2013:139-140) strategi secara prinsip berkaitan dengan persoalan, seperti yaitu: Kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang akan dicapai, dan penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana dan prasarana. 3 (tiga) yang berkaitan dengan sebuah strategi adalah tujuan, sarana, dan cara. Oleh sebab itu, sebuah strategi harus pula dilengkapi dengan keterampilan dalam mempersiapkan diri di setiap kesempatan. Pelaksanaan fungsi dan peranan dalam pembangunan pariwisata di daerah, pemerintah daerah harus melakukan pelbagai usaha untuk mengembangkan sarana dan prasarana sektor pariwisata.

Setelah membaca dan merangkum beberapa pendapat mengenai startegi, bisa disimpulkan bahwa strategi ialah sebuah rencana yang telah diformulasikan secara sistematik atau disusun oleh sebuah organisasi, baik itu organisasi publik ataupun organisasi swasta. Rencana yang telah ditata itu dijadikan sebagai langkah-langkah terencana dan diorientasikam untuk jangka panjang, hal ini dilakukan agar tujuan di dalam organisasi tersebut dapat tercapai. Apabila dikaitkan dengan penelitian ini, Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat melakukan berbagai cara strategis yang diawali dengan adanya proses komunikasi dari pelbagai bidang, sehingga melahirkan kebijakan-kebijakan yang berorientasi kepada potensi wisata secara optimal yang ada di Pekon Pasar Kecamatan Pulau PisangKabupaten Pesisir Barat.

2.3.2 Strategi Komunikasi Pemasaran

Strategi komunikasi pemasaran merupakan teknik dasar yang dirancang sedemikian rupa supaya dapat mencapai tujuan perusahaan untuk membangun kelebihan secara kompetitif demi berkelanjutan perusahaan melalui pasar

yang diperkenalkan dan program pemasaran yang digunakan dalam pelayanan dan pada sasaran pasar tersebut (Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran,1997:34). Artinya berdasarkan pengertian tersebut jika dihubungkan dengan konsep penelitian ini maka strategi komunikasi dapat disimpulkan sebagai upaya atau strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat dalam memasarkan atau memperkenalkan pariwisata Pekon Pasar KecamatanPulau Pisang sehingga dari tahapan-tahapan ini diharapkan bisa siap dan mampu dalam menghadapi berbagai tantangan, hambatan atau persaingan dari berbagai kompetitor dan mampu memperkirakan peluang lainnya di masa mendatang. Adapun tujuan dari strategi komunikasi pemasaran antara lain sebagai berikut:

a. Kognitif

   Perubahan kognitif merupakan perubahan yang memberikan gambaran bahwakonsumen yang mulanya tidak mengetahui suatu produk menjadi tahu dan sadar atas keberadaan produk tersebut. Selain itu juga konsumen juga dapat mengetahui tujuan penciptaan produk, sasaran pasar produk tersebut, dan pengetahuan lain mengenai produk yang tengah dipasarkan. Dalam hal ini perubahan kognitif yang dimaksud adalah bagaimana Dinas Pariwisata KabupatenPesisir Barat memberikan gambaran kepada seluruh masyarakat khusunya kepada wisatawan mengenai pariwisata di Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang, sehingga tingkat popularitas mengenai keunggulan pariwisata ini semakinberkembang dan menambah daya tarik bagi wisatawan.

b. Attitude

   Perubahan attitude merupakan perubahan yang memberikan gambaran kondisi *scoring*, *feeling*, serta kecondongan seseorang berbeda antara sebelum dan sesudahmenerima terpaan komunikasi pemasaran. Artinya setelah dinas pariwisata memberikan gambaran mengenai keunggulan destinasi wisata di Pekon PasarKecamatan Pulau Pisang ini, kita bisa melihat kecenderungan perubahan perilaku, tanggapan atau bahkan ketertarikan wisatawan mengenai kondisi pariwisata di Pekon Pasar ini.

c. Perilaku atau Behavior

Perubahan pada behavior ini memiliki tujuan yaitu konsumen tetap loyal terhadap *product* yang kita pasarkan serta selalu setia menggunakan produk dengan merek yang sama secara kontinu dan tidak memilih mengkonsumsi produk sejenis dari perusahaan lain. Pemilihan strategi dan teknik komumikasi yang tepat amat pentingdemi menyesuaikan karakter produk, kondisi perusahaan, target *market* yang ditujudan identitas serta tujuan *marketing* perusahaan. Dalam hal ini, perilaku ataubehavior yang dimaksud adalah bagaimana konsumen yang dalam hal ini adalah wisatawan tetap loyal dengan kondisi pariwisata yang ada di pekon pasar ini sehingga timbul kecenderunga untuk terus berkunjung ke Pulau Pisang untukmenikmati keindahan wisatanya.

2.3.3 Promosi

Promosi adalah bentuk komunikasi yang biasa digunakan oleh para penjual. Promosi bertujuan mempengaruhi calon pembeli yang sebelumnya tidak mengenaliproduk, menjadi mengenali dan mengetahui produk, sebelumnya tidak ingin memperoleh produk, menjadi ingin memperolehnya, serta yang sebelumnya tidak ingin membeli produk menjadi ingin membelinya. Artinya dalam penelitian ini Dinas Pariwisata akan melakukan komunikasi dalam bentuk ptomosi dengan maksud untuk memengaruhi calon wisatawan yang sebelumnya tidak tertarik untuk berkunjung ke Pulau Pisang, menjadi mengenali, mengetahui serta tertarik akan keunggulann pariwisata di Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisangsehingga timbul kecenderungan untuk segera berkunjung kesana.

Dalam melakukan promosi terdapat teknik promosi yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk menyampaikan pesan kepada konsumen dan membangun hubungan dengan konsumen. Hal ini disebut sebagai bauran promosi (*promotion mix)*. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam (Azzahrani, 2018:147-148), terdapat lima macam bauran promosi yaitu :

a) Iklan (*Advertising*)

Iklan merupakan kegiatan komunikasi yang menggunakan media massa dan dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai bentuk sarana komunikasi massa seperti televisi, radio, majalah, koran, atau pesan yang didesain secara langsung dan khususuntuk *client* bisnis.

b) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Kegiatan Promosi penjualan adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang memiliki tujuan untuk mendorong konsumen untuk melakukan proses konsumsi sebuah produk dengan cepat, dapat dikatakan proses transaksi dilakukan dalam waktu yang sangat singkat.

c) Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Hubungan masyarakat merupakan kegiatan perusahaan untuk menjaga citra dan nama baik serta hubungan baik antara perusahaan dengan *stakeholder* eksternal daninternal dalam menciptakan dan mewujudkan tujuan perusahaan dan didasarkan atas azas pengertian. *Marketing Public Reltions* adalah hal yang penting dalam kegiatan *public relations*. *Marketing Public Relations* merupakan kegiatan perancangan program–program yang dapat memicu kegiatan konsumsi dan kepuasan pembeli terhadap barang atau jasa yang dijual melalui suatu kegiatan komunikasi. Humas memiliki tugas penting demi mencapai tujuan suatu perusahaan, seperti meningkatkan popularitas dari produk–produk perusahaan, menciptakan citra baik dan menjaga nama baik perusahaan serta melaksanakan banyak tugas lain seperti publisitas. Publisitas adalah kegiatan penempatan berita atau artiker terkait orang, perusahaan atau organisasi menggunakan media massa. Publisitas dapat diartikan juga sebagai usaha seseorang, perusahaan, atau organisasi agar media massa dapat meliput segala kegitan mereka. Publisitas ini merupakan kegitan komunikasi yang bersifat satu arah.

d) Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perseorangan adalah kegiatan komunikasi secara langsung yang dilakukan antara penjual dengan konsumennya. Penjual harus berusaha meyakinkan calon konsumennya agar berminat dan tertarik untuk membeli produk yang dijualnya.

e) Penjualan Langsung (*Direct Selling*)

Penjualan langsung merupakan kegiatan orgnisasi atau perusahaan untuk melakukan *face-to-face-communication* dengan para calon pembeli dengan tujuan mendapatkan respon balik secara langsung dan menimbulkan perilaku pembelian.

Pemasaran dalam sektor pariwisata menggunakan teknik yaitu *Marketing Mix* atau Panduan Pemasaran. Ini merupakan sebuah teknik operasi yang bertujuan untuk mempertemukan penawaran dan permintaan (J. Spillane, 1987).

Sebuah buku berjudul Pemasaran Pariwisata milik (Yoeti Oka, 1996:56) menuliskan bahwa terdapat 7 (tujuh) poin terpenting dalam memromosikan kepariwisataan adalah:

a. *Promotion*, pada point ini kegiatan promosi mencakup pada kegiatan distribusi "*promotion materials"*, seperti contohnya film, advertisement, booklets, folders, slides, dan brochures. Distribusi ini dilakukan dengan pelbagai macam saluran atau *channel.* Seperti yaitu televisi, majalah, pesan langsung (*direct mail),* dan bioskop. Promotions materials atau materi promosi ini disebarkan melalui saluran-saluran yang disebutkan kepada masyarakat yang telah menjadi turis tetap di wisata tersebut ataupun kepada masyarakat yang memiliki potensi untuk menjadi wisatawan. Hal ini memiliki tujuan untuk memberikan informasi, pengetahuan, dan memengaruhi calon wisatawan agar dapat berkunjung di daerah wisata yang telah ditargetkan menjadi tujuan wisaya yang dipromosikan.

b. Perencanaan dan pelaksanakan promosi merupakan salah satu hal yang pentik, yaitu berupa:

   1.*Advertising*, publikasi dengan bermacam cara.

   2. *Sales support*, dengan mengeluarkan *brochures, folders, leaflets, booklets.*

   3. *Public Relations*, melalui mass-media yang sesuai untuk masing – masing *promotion materials* yang ada.

c. Tujuan promosi, setiap promosi memiliki tujuan yang ditekankan untuk meningkatkan penjualan. Promosi yang dilakukan biasanya bertujuan untuk memberitahu informasi mengenai produk yang dipromosikan.

d. Promosi yag dilakukan juga lebih mengutamakan kegiatan berbagi informasi dan cara meningkatkan penjualan yang beragam dan terpisah – pisah.

e. *Promotion*, tidak dapat bertindak demikian, karena tugasnya yang utama ialah mempromosikan produk yang siap jual.

f. Promosi akan dilakukan setelah produksi selesai dikerjakan.

g. Ada hal yang tidak wajib dilaksanakan dalam kegiatan promosi yaitu *after sales service*, hal ini karena tugas promosi ialah memperkenalkan produk, tanpa memerhatikan syarat–syarat penjualan.

Ciri khas promosi pariwisata dalam bukunya Salah Wahab (1996) Manajemen kepariwisataan adalah:

a. Kegiatan promosi bergerak dari pelaksanaan produksi, hal ini berkaitan dengan upaya meningkatkan penjualan.

b. Promosi biasanya dilakukan dengan perantaraan media, seperti:
   1) Iklan.
   2) Publisitas dengan segala macam caranya.
   3) Hubungan masyarakat.

c. Untuk mencapai tujuan, melakukan promosi saja tidaklah cukup, sebab pelaksaan promosi hanya berkaitan dengan menyebarkan informasi dan memacu tingkat penjualan.

d. Pelaksaan promosi tidaklah termasuk ke dalam kebijakan menyeluruh, sebab pelaksanaan promosi tidak bisa mendapat umpan balik secara langsung untuk memperbaiki produk.

e. Pelaksanaan promosi akan mecakup seluruh kegiatan yang telah direncanakan, tpenyebaran informasi sebagai bentuk promosi akan dilakukan melalui saluran media yaitu periklanan, film, brosur, buku panduan, poster, dan lainnya. Bukan hanya itu, pelaksanaan kegiatan promosi juga disebarkan melalui saluran media massa, seperti surat kabar, bioskop, radio, TV, pengiriman surat, dan lain sebagainya. kepada wisatawan yang sudah menjadi wisatawan tetap, juga kepada masyarakata yang berpotensi menjadi wisatawan, kegiatan promosi ini akan mengutamakan turis asing sebagai sasaran promosi. Kegiatan bertujuan untuk menyebarkan pengetahuan dan informasi mengenai temoat wisata dan juga untuk memengaruhi calon wisatawan supaya berminat datang ke tujuan wisata yang dipromosikan.

2.4 Pariwisata

Merujuk pada Undang-Undang No.10 Tahun 2009 mengenai Kepariwisataan, dinyatakan bahwa pariwisata ialah pelbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh pelbagai fasilitas dan layanan yang disediakan pengelola yaitu masyarakat sekitar daerah wisata, pengusaha yang ada, pemerintah setempat

dan pemerintah daerah. Pariwisata dapat dikatakan sebagai aktivitas atau kegiatan yang kompleks, hal ini karena pariwisata menggenggam komponen siswtem yang besar, sperti perekonomian, politik, sosial budah dan lainnya. Apabila memandang pariwisata sebagai system, analisis perlu dilakukan dengan pelbagai aspek yang tidak bisa terlepas dari sub-sistem lain. Setiap komponen bersinambungan dalam hubungan yang bergantung satu sama lain atau bisa disebut terikat (*interconnectedness*), karena tidak berdiri sendiri di dalam simtem ini, terjadi hubungan interdepensi yakni setiap perubahan pada satu system, maka sub-sistem lain akan ikut berubah hingga akhirnya dapat Kembali berjalan secara harmonis (Rani, 2014:414).

Industri pariwisata berasal dari berkumpulnya pelbagai mecam perusahaan, kemudian Bersama-sama menghasilkan barang dan menyediakan jasa yang dibutuhkan dalam sektor pariwisata, khususnya kebutuhan wisatawan. Terjadinya peningkatan sektor pariwisata akan memberi pengaruh kepada sektor lainnya. Seperti sektor pertanian, perternakan, kerajinan masyarakat, mebel, dan tekstil. Hal ini berpengaruh karena produk dari sektor tersebut digunakan dan diperlukan sebagai penunjang fasilitas tempat wisata, seperti hotel dan restoran (Yoeti, 2016:24).

Pada sektor pariwisata terdapat superhero yang berlakon sebagai aktor yang menjalankan system. Aktor yang dimaksud ialah masyarakat, pihak swasta dan pemerintah. Ketiganya dikatakan sebagai tiga pilar. Setiap aktor memiliki perannya masing-masing, masyarakat ialah aktor yang ada di tempat wisata, berperan menjadi pemiliki sumber daya, dalam hal ini masyarakat akan berbagi rkebudayaan yang ada. masyarakat yang termasuk di dalam klasifikasi ini adalah tokoh masyarakat, masyarakat yang berpendidikan, LSM dan media massa. Aktor kedua adalah wiraswasta yaitu orang yang memiliki usaha di bidang pariwisata. Terakhir, aktor ini merupakan kelompok pemerintah yang beragam, dari pemerintah daerah hingga pusat (Rani, 2014:415).

Komponen dasar pariwisata diklasifikasikan menjadi:

a. Atraksi dan Kegiatan-kegiatan Wisata

Melakukan kegiatan di arena wisata, kegiatan tersebut menonjolkan lingkungan alami tempat wisata, hal-hal unik dan kebudayaan yang ada sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung.

b. Akomodasi

Dalam pengelolaan sektor pariwisata pelayanan yang tidak bisa di lewatkan adalah layanan akomodari seperti hotel dan fasilitas lainnya.

c. Fasilitas dan Pelayanan Wisata

Seperti poin sebelumnya, fasilitas-fasilitas yang diperlukan dalam pengelolaan objek wisata seperti fasilitas pelayanan travel dan tour guide, restoran, took oleh-oleh, pusat informasi objek wisata, unit Kesehatan, unit keamanan dan layanan imigrasiatau bea cukai.

d. Fasilitas dan Pelayanan Transportasi

Hal yang perlu difikirkan pula dalam pengelolaan pariwisata ialah akses transportasi yang dapat menghubungkan wisatawan ke daerah wisata, fasilitas pelayanan ini meliputi transportasi darat, air dan juga udara.

e. Infrastruktur Lain

Dalam pariwisata tentunya pengelola pariwisata harus memerhatikan infrastuktur berupa air bersih, listrik, akses telekomunikasi, dan saluran air yang baik.

f. Elemen Kelembagaan

Untuk melakukan dan menyiapkan 5 poin diatas, tentunya diperlukan tokoh atau organisasi atau Lembaga sebagai pengelola. Hal yang dilakukan pada proses pengelolaan ialah seperti merencankan tenaga kerja yang sesuai, memrogram pelatihan dan pemberian Pendidikan, menata strategi penjualan dan promosi. Aktor di Lembaga ini disusun ke dalam

sebuah struktur organisasi, mulai dari umum hingga swasta. Mereka menjalankan kebijakan sesuai dengan undang-undang, membuat keputusan terkait kebijakan investasi bagi masyarakat umum dan pihak swasta, juga sebagai pengendali program-program ekonomi, sosial budaya dan lingkungan.

Hal-hal dasar pasiwisata juga dijelaskan menurut (Gunn. dalam Suryadana & Octavia, 2015:54), yaitu:

a. Daya tarik wisata dikategorikan menjadi:
    1) Sumber daya alam : air mancur, kolam, sungai.
    2) Sumber daya dan budaya, meliputi arkeologi, sejarah, hiburan, olahraga, kesehatan, keagamaan, dan perdagangan.
b. Akomodasi, rumah makan, pusat perbelanjaan, aksesibilitas.
c. Transportasi udara, air, dan darat.
d. Air bersih, pembuangan limbah, keamanan, listrik dan pemadam kebakaran.

Berdasarkan uraian di atas, tokoh ahli memiliki perspektif yang berbeda-beda tentang hal-hal dasar pariwisata, meski berbeda terdapat bagian yang sama.

Berlandaskan penjelasan sebelumnya, peneliti memiliki tujuan yang juga merujuk pada Undang-Undang No.10 Tahun 2009 mengenai Kepariwisataan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitasserta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Pariwisata bertujuan untuk:

a. meningkatkan ekonomi,
b. meningkatkan kesejahteraan rakyat,
c. mengurangi angka kemiskinan,
d. menurunkan angka pengangguran,
e. melestarikan alam, lingkungan, dan mengelola sumber daya,
f. mengedepankan kebudayaan,
g. meningkatkan citra bangsa,

h. meningkatkan rasa cinta tanah air,
i. menunjukan jati diri dan memperkokoh persatuan bangsa,
j. mengeratkan persahabatan antarbangsa.

Sedangkan menurut (Sari, 2015:15-17) tujuan pariwisata antara lain, ialah:

a. menghabiskan waktu luang, waktu luang bisa dihabiskan untuk berrekreasi atau berlibur, memmulihkan kesehatan, mecari pelajaran dan menambah pengetahuan, serta untuk menjalankan ibadah maupun berolahraga.
b. Selain itu waktu berpariwasata juga bisa untuk kepentingan usaha atau bisnis, mengunjungi sanak-saudara, mengemban tugas, dan menghadiri konfrensi tertentu.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tipe penelitian deskriptif dengan Judul Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Mempromosikan Pekon Pasar sebagai Destinasi Wisata di Kabupaten Pesisir Barat, proses penelitiannya mengaitkan konseptualisasi dan menghasilkan terbentuknya struktur klasifikasi dengan pendekatan kualitatif (*qualitative approach*). Penelitian kualitatif biasa dikenal dengan sebagai metode penelitian naturalistik, karena penelitian dilaksanakan secara alamiah, metode ini dinamakan etnographi (Sugiyono, 2018:8).

3.2 Fokus Penelitian

Penelitian kualitatif didasari oleh pandangan seseorang terhadap suatu masalah. Masalah pada penelitian kualitatif bertumpu pada focus penelitian (Moleong, 2014:69). Fokus penelitian merupakan sasaran utama dalam sebuah penelitian ilmiah. Pada dasarnya, fokus penelitian dapat bersumber dari pengalaman pribadi, fenomena menarik yang dijadikan bahan perbicangan, atau bisa pula dari literatur atau pustaka yang bisa dijadikan acuan. Fokus penelitian dibutuhkan untuk memfokuskan penelitian sehingga dapet menggali informasi lebih rinci dan luas.

mengatakan "*A focused refer to a single cultural domain or a few related domains*", yang artinya focus penelitian ialah domain tunggal atau beberapa domain yang terkait dari situasi sosial. Pada penelitian kualitatif, penentuan fokus dalam proposal lebih dasar, lalu akan ditingkatkan dengan data baru yang didapatkan di lapangan.

Fokus penelitian ini ialah strategi komunikasi dinas pariwisata dalam mempromosikan pekon pasar sebagai destinasi wisata di kabupaten pesisir barat. Sehingga, merujuk kajian teoritis yang dideskripsikan di bab sebelumnya, penulis merujuk pada teori agar dapat mengerti pola komunikasi antara masyarakat dengan wisatawan. lalu, untuk pelaksanaan operational dan menajamkan pemahaman penulis, maka fokus penelitian disusun ke dalam panduan wawancara sehingga memudahkan penulis untuk melakukan proses pengumpulan data.

3.3 Penentuan Informan

Dalam penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* menurut (Sugiyono, 2018:207) adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sample ditentukan dengan syarat tertentu yang sesuai denga penelitian. Ciri-ciri khusus *Purposive Sampling*, yaitu:

a. *Emergent sampling*/sementara.
b. Serial selection of sample units/menggelinding seperti bola salju *(snowball).*
c. *Continuous adjustment of 'focusing' of the sample*/disesuaikan dengan kebutuhan.
d. *Selection to the point of redundancy*/dipilih sampai jenuh.

Pada penelitian ini informan yang dipilih oleh peneliti ialah masyarakat atau tokoh setempat, karena dirasa dapat memberikan data dan informasi secara efektif terkait permasalahan ppada penelitian ini. Adapun informan yang ditetapkan penulisdalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. Kriteria Informan

Sasaran Informan	Informasi yang Dibutuhkan	Informan yang Dituju
Pemerintah Daerah	Strategi Dinas Pariwisata dalam mempromosikan destinasi wisata Pekon Pasar	Kepala Dinas Pariwisata atau Kepala Bidang yang membidangi sesuai dengan fokus Penelitian ini.
Aparatur Desa	Partisipasi masyarakat dalam mendukung pengembangan Pariwisata Pulau Pisang	Kepala Desa, Tokoh Adat, Tokoh Pemuda dan Tokoh Masyarakat di Pekon Pasar
Masyarakat	Partisipasi masyarakat dalam menunjang keberlangsungan serta pengembangan pariwisata Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang	Penyedia layanan jasa transportasi, penginapan, serta pedagang disekitar lokasi wisata

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2022.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

   Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara. Wawancara dipilih karena meski responden yang ditentukan sedikit, peneliti dapat mengetahui permasalahan secara detail, sebelumnya peneliti akan memelajari dan memahami permasalahan yang diteliti. Wawancara dapat dilakukan secara sistematis ataupunn tidak sistematis, wawancara juga bisa dilakukan secara tatap muka (*faceto face*) atau memakai ponsel (Sugiyono, 2018:231-232). Pada penelitian ini peneliti mengumpukan informasi dengan wawancara terstruktur, artinya peneliti sudah merancang instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan, juga menyiapkan jawaban alternatif.

2. Studi Pustaka

   Studi pustaka adalah mengumpulkan data dengan cara menelusuri data dari pelbagai kepustakaan, karya ilmiah, majalah, jurnal, dan sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. Observasi

   Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dilakukan apabila penelitian berkaitan dengan tingkah-laku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan responden yang diteliti tidak terlalu besar. Observasi dibedakan menjadi observasi berperan serta *(Participant Observation)* dan observasi non-partisipasi dalam proses pengumpulan data (Sugiyono, 2018:230). Penelitian ini menggunakan teknik observasi non-partisipasi, peneliti tidak melibatkan diri secara langsung, melainkan mengamati saja. Observasi dilakukan untuk menggali data terkait keberadaan jumlah akomodasi, kegiatan ekonomi, sosial dan budaya yang ada, beserta potensi wisata yang ada di Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang.

3.5 Teknik Analisis Data

Data yang sudah diolah akan melalui tahap analisis deskriptif, hal ini dilakukan supaya penulis mendapat penjelasan secara terstruktur, konkret dan akurat mengenai realitas yang ada, sifat-sifat dan hubungan dengan fenomena yang diteliti. Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2018:243) mengutarakan bahwa kegiatan menganalisis data kualitatif dikerjakan secara interaktif dan berjalan secara konstan hingga selesai, hingga datanya sudah penuh. menganalisis data menurut Milesdan Huberman (Sugiyono, 2018:244) sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

   Reduksi data ialah kegiatan meringkas, memilah pokok penelitian, berfokus pada hal-hal penting, mencari tema dan pola penelitian. Kemudian data yang telah direduksi akan diberikan penjelasan untuk mempermudah peneliti untuk melanjutkan pengumpulan data, dan mencari data kembali jika dibutuhkan.Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu (Sugiyono, 2018:248).

   Pada penelitian ini reduksi data dilakukan dengan analisis yang dipertajam, dikelompokan, terarah, juga menyisihkan data yang tidak diperlukan, sehingga didapatkan simpulan yang dapat diverifikasi dan hanya berfokus pada Pola Komunikasi Masyarakat dengan Wisatawan dalam Menunjang Keberlangsungan Sektor Pariwisata di Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. Peneliti menggunakan reduksi data agar data yang diperoleh melalui wawancara dan studi pustaka dapat diklasifikasikan sesuai jenis, jadi mempermudah penulis ketika pengelolaan data.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

   Setelah data direduksi, langkah analisis berikutnya ialah penyajian (*display*) data.Pada penelitian kualitatif penyampaian data diarahkan agar data hasil reduksi terorganisir, tertata ke dalam pola hubungan, sehingga semakin mudah dimengerti. Penyajian data dapat dikerjakan ke dalamnbentuk uraian naratif, bagan, hubungan antar kategori, diagram alur (*flow chart*) dan lainnya. (Sugiyono,2018:249). Dalam hal ini Miles and Huberman menyatakan *"the most frequent from of display data for qualitative research data in the pas hasbeen narrative text"* (Sugiyono, 2018:249). Artinya suatu penyajian data dalam penelitian kualitatif disajikan dengan teks yang bersifat naratif.

Data pada penelitian ini disajikan dalam bentuk teks naratif yang bersifat deskriptif, hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang didapatkan di lapangan, kemudian mengelompokan data yang didapat agar sesuai dengan jenisnya. Data yang didapat dalam bentuk tabel akan dideskripsikan supaya dapat ditarik sebuah kesimpulan. Begitu pula Ketika mengerjakan *display* data, selain dibuat ke dalam teks naratif, dapat juga dibuat menjadi tabel, grafik, matrik, *network* (jejaring kerja) dan *chart.*

Peneliti melakukan penyajian data agar data yang telah direduksi dan sesuai jenisnya dapat ditampilkan, sehingga hasil pengumpulan data terlihat dan dapat dibaca. Penyajian data dapat mempermudahkan untuk memahami apa yang terjadi, kemudian membuat rencana kerja berlandaskan data yang tekah dipahami. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan penyajian data dalam teknik analisis data sehingga hasil penelitian akan lebih fokus.

3. Kesimpulan (*Conclusin Drawing/Verification*)

   Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (Sugiyono, 2018:250) adalah menarik kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang dinyatakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukannya bukti-bukti yang kuat serta mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. namun, apabila kesimpulan yang dikatakan padatahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten, Ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, kesimpulan yang dinyatakan sebagai kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2018:250).

   Dengan begitu, kesimpulan dalam penelitian kualitatif bisa menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi bisa pula sebaliknya, karena masalah dan rumusan masalah di dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatuobjek yang sebelumnya tidak jelas menjadi jelas setelah dilakukan penelitian, hal ini bisa berupa hubungan kausal atau interaktif dan hipotesis atau teori (Sugiyono, 2018:250).

3.6 Keabsahan Data

Teknik keabsahan data adalah suatu teknik yang penting Ketika menentukan data yang diperoleh validi dan reliabilitas. Uji keabsahan data dalam penelitian difokuskan pada uji validitas dan reliabilitas. Validitas merupakan derajat ketepatan antara yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan begitu, datavyang valid tidak berbeda, antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya tejadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2018:267).

Susan Stainback menyatakan bahwa: *"reliability is often defined as the consistency and stability of data orfindings. From as positivistic perspective, reliability typically is considered to be synonymous with the consistency of data produced by observations made by different researchers (e.g interrater reliability), by the same researcher at different times (e.g test retest), or by splitting a data set in twoparts (splithalf)"* (Sugiyono, 2018:267-268).

Artinya, teknik keabsahan data atau kredibilitas ialah proses penyesuaian antara informasi yang didapat peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi di lapangan. Data tersebut dianalisis dengan teknik keabsahan data yaitu dek triangulasi. Tteknik Data yang didapatkan dikaji kebenaran datanya dengan memanfaatkan hal lainnya disebut triangulasi, artinya Data yang berasal dari pelbagai sumber, cara dan waktu ini diuji kredibilitasnya (Sugiyono, 2018:269).

Penulis memutuskan menggunakan teknik triangulasi karena data penelitian danteknik pengumpulan datanya butuh diperiksa derajat kredibilitasnya supaya diperoleh sebuaah penelitian yang ilmiah.

Denzim dalam (Moleong, 2014:327) mengelompokan empatmacam triangulasi sebagai teknik pengecekan, teknik ini memanfaatkan sumber, metode, penyelidik, dan teori. Dalam penelitian ini triangulasi yang digunakan meliputi:

1. Triangulasi sumber dilakuakn untuk memeriksa kredibilitas data. Pengecekan data yang didapat dikerjakan dengan cara diperiksanya beberapa sumber. Selain itu, data yang didapatkan dari waktu dan alat yang berbeda akan dibandingkan dan diperiksa Kembali Contohnya ialah data yang diperoleh dari hasil wawancara informan A diperiksa lagi dengan wawancara dari infroman B.

2. triangulasi metode memiliki dua cara, *pertama*, memeriksa kredibilitas hasil temuan peneliti dengan beberapa teknik pengumpulan data, lalu yang *kedua*, pemeriksaan derajat kredibilitas beberapa sumber data menggunakan metode yang sama. Dalam penelitianini, triangulasi teknik dilakukan dengan pemeriksaan data pada sumber yang sama tetapi menggunakan teknik yang berbeda (Sugiyono, 2014:241). Misalnya data hasil wawancara diperiksa dengan dokumen dan diobservasi.

3. Triangulasi penyidik dijalankan dengan memanfaatkan peneliti atau ilmuwan laun sebagai alat pengecekan kembali kredibilitas data (Moleong, 2014:329). Artinya ter,apat pengamat lain yang takan mengecek hasil aktivitas penelitian secara menyeluruh, contohnya dosen pembimbing penelitian.

4. Triangulasi dengan teori, menurut Lincoln dan Guba dalam (Moleong, 2014), fakta tidak bisa dicek kredibilitasnya dengan satu atau lebih teori. Namun berbanding terbalik, Patton dalam (Moleong, 2014:329) menyatakan hal itu bisa dilakukan, teknik ini disebut sebagai penjelasanan banding (*rival explanation*) yang artinya pemeriksaan hasil penelitian dilakukan dengan teori yang berbeda untuk menganalisis kasus yang sama.

Sesuai dengan penjelasam di paragraph sebelumnya, triangulasi adalah teknik yang tepat untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruktif kenyataanyang ada di dalam konteks studi, Ketika menyatukan data tentang dari pelbagai kejadian dan hubungan dari banyak pendapat. Dengan kata lain, peneliti dapat memeriksa penemuannya dengan cara memperbandingkan dari pelbagai sumber, metode, penyidik ataupun teori yang berbeda menggunakan triangulasi. Menggunakan triangulasi meminimalisir adanya bias data penelitian, sehingga penelitian yang dilakukan menjadi lebih dapat dipercaya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat dalam mempromosikan Pekon Pasar sebagai destinasi wisata Kabupaten PesisirBarat sudah cukup baik. Pemerintah melakukan strategi komunikasi dan promosi yang dilakukan diantaranya dengan memanfaatkan media sosial seperti *facebook, instagram* dan juga *youtube*. Kemudian selain memanfaatkan media sosial, pemerintah daerah pun melalui Dinas Pariwisata melaksanakan kegiatan Semarak Pulau Pisang yang bertujuan untuk mempromosikan wisata di Pekon Pasar dengan mengkolaborasikannya dengan unsur budaya. Media sosial yang bertujuan untuk mempromosikan wisata Pulau Pisang ini beisi foto keindahan Pulau Pisang dari segala sudut, juga menunjukan segala destinasi yang bisa wisatwan kunjungi, selain itu terdapat paket *privat trip* yang akan memudahkan wisatawan memilih paket perjalanannya di Pulau Pisang.

2. Masyarakat Pekon Pasar menanggapi dengan positif dan mendukung berbagai upaya yang dilakukan pemerintah dengan tujuan mengoptimalkan sumberdaya pariwisata yang ada. Bak gayung bersambut, selain pemerintah daerah menambah fasilitas seperti halnya pembangunan kamar mandi atau MCK di pinggir pantai, masyarakat pun semakin banyak membuka usaha penginapan disekitar pantai di Pekon Pasar. Selain itu juga masyarakat yang bergerak dibidang jasa layanan transportasi penyeberangan dan penyedia penginapan pun melakukan metode jemput bola dengan bekerjasama dengan berbagai pihak diluar

pulau pisang, seperti halnya penyedia hotel dan penginapan di daerah krui, sehingga tindakan ini kian menambah efektifitas terhadap kemajuan pariwisata Pekon Pasar.

3. Tantangan atau hambatan yang paling besar adalah faktor cuaca, terlebih posisi Pulau Pisang ini berbatasan langsung dengan Samudera Hindia, oleh karena itu pemerintah daerah harus bekerjasama dengan pemerintah pekon dalam mengatasi hal tersebut, diantaranya dengan memperbaiki fasilitas transportasi sehingga wisatawan semakin nyaman untuk berkunjung ke Pulau Pisang atau bahkan membangun jembatan penyeberangan menuju Pulau Pisang itu sendiri. Karena apabila hanya dibangun dermaga tetapi perahu penyeberanggannya kurang layak maka tetap saja akan menimbulkan kekhawatiran bagi setiap wisatawan yang akan menyeberang ke Pulau Pisang.

5.2 Saran

Adapun saran yang ingin disampaikan oleh peneliti adalah:

1. Program-program yang dilaksanakan pemerintah daerah harus berkelanjutan, tidak hanya sampai disini saja, akan tetapi kegiatan-kegiatan seperti yang telah diselenggarakan sebelumnya harus terus dilakukan guna untuk terus menggencarkan promosi wisata di Pekon Pasar ini agar semakin eksis.

2. Diharapkan pemerintah daerah bekerjasama dengan pemerintah Pekon Pasar dalam melakukan program promosi terus disertai dengan penambahan fasilitas di sekitar pantai Pekon Pasar Pulau Pisang agar wisatawan yang berkunjung ke Pulau Pisang tidak monoton hanya menikmati keindahan alam yang masih alami saja, akan tetapi juga diselingi dengan penambahan fasilitas buatan misalnya *cafe*, atau wahana bermain

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Fandy Tjiptono. (1997), Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi, 06.

Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Pramono, H. (1993). Dampak Pembangunan Pariwisata Terhadap Ekonomi, Sosial dan Budaya. *Cakrawala Pendidikan*, 83-93.

Rangkuti, Freddy. 2005. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka

Spillane, J. James. (1987). Ekonomi Pariwisata: Sejarah Dan Prospeknya: Yoyakarta: Kanisius.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta.

Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia, *Pengantar Pemasaran Pariwisata*, Bandung: Alfabeta, 2015.

Wahab, Salah. (1996). Manajemen Kepariwisataan Cetakan 2. Jakarta: Pradnya Paramita.

Yoeti, A. Oka. (1996). Pemasaran Pariwisata: Bandung: Angkasa.

Yoeti, A. Oka. (2016). Pengantar Ilmu Pariwisata: Bandung: Angkasa.

Peraturan Daerah dan Undang-Undang

Kabupaten Pesisir Barat. 2017. Peraturan Daerah Kabupaten Pesisir Barat No. 3 Tahun 2017 tentang Rencana Induk Pariwisata Daerah. Jaringan Dokumen dan Informasi Hukum Peisisr Barat.

Kabupaten Pesisir Barat. 2017. Peraturan Daerah No. 8 tahun 2017 tentang RTRW Kabupaten Pesisir Barat Tahun 2017-2037. Jaringan Dokumen dan Informasi Hukum Peisisr Barat

Pemerintah Pusat. 2019. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. Dpr.go.id.

Jurnal

Azzahrani, M. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia dalam. *Jurnal Manajemen Komunikasi, II*(2), 144-161.

Karomani, M.Si, P. D., Nurhaida, M.Si, D., Windah S.I.Kom., M.Com, A., & Study,. (2020). *Model Komunikasi Antaretnik Di Provinsi Lampung (Studi Kasus Pada Sektor Wisata Di Kabupaten Lampung Selatan).* Bandar Lampung: Universitar Lampung.

Maradila, E. (2018). *Dominasi Tokoh Adat Dalam Kehidupan Demokrasi Desa.* Retrieved from Digital Repositoty Unila Web site: http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/33531.

Primadany, S. R., Mardiyono, & Riyanto. (2013). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). *Administrasi Publik (JAP), I*(4), 135-143.

Rani, D. P. (2014). Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang). *Jurnal Politik Muda, 3*(3),412-421.

Skripsi

Zubaidah, S.P.W.K, S. (2021). *Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Rangka Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Pekon Pasar Kecamatan Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat.* Lampung Selatan: http://repo.itera.ac.id/assets/file_upload/SB2101270045/22116029_3_200458.pdf.

Yunita. (2015). *Strategi Pengembangan Pariwisata Di Desa Sawarna Kecamatan Bayah Kabupaten Lebak.* Retrieved from repository.fisip-untirta.ac.id: http://repository.fisip-untirta.ac.id/653/1

Sari, F. N. (2015). Manfaat dan Tujuan Pariwisata. *Geografi Pariwisata*, 17-15.

Siger, R. E. (2019). *Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Pisang Kabupaten* Pesisir *Barat.* Universitas Lampung.

Internet

http://malahayati.ac.id/?p=11941, diakses pada tanggal 15 Maret 2022, Pukul 18.35.

https://www.berandadesa.com/2021/03/selusur-sejarah-ke-pulau-pisang-lampung-ada-lokasi-bersejarah-dan-bukti-peninggalannya%20.html?m=1, diakses pada tanggal 15 Maret 2022, Pukul 19.00.