

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Skripsi ini berjudul “**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DINAS PARIWISATA PESISIR BARAT DALAM PENGEMBANGAN KAWASAN PANTAI PULAU PISANG**” untuk menghindari kesalahan dalam memahami tujuan dan maksud dari skripsi ini, perlu dijelaskan mengenai judul tersebut.

Strategi adalah suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, bagaimana mengerjakannya, kepada siapa saja hal tersebut dikomunikasikan, dan perlu menilai kinerja yang sudah dilakukan.¹ Ahmad S. Adnanputra mengatakan bahwa strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan, yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.²

Dari uraian diatas maka strategi yang dimaksud dalam skripsi ini adalah suatu cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang didalamnya meliputi proses perencanaan dan kerja sama. Saat ini istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi dan ide – ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan, namun pengaplikasiannya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya.

Marketing Public Relations adalah sebuah proses perencanaan, eksekusi dan evaluasi program-program yang mendorong menganjurkan pembelian dan kepuasan konsumen melalui komunikasi yang kredibel dalam menyampaikan informasi dan menciptakan impresi yang mengidentifikasi perusahaan dan produknya dengan kebutuhan, keinginan, perhatian, dan kepentingan konsumen.³ Menurut Keith Butterick dalam *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik* mengatakan bahwa *Marketing Public Relations* atau *Public Relations* pemasaran adalah *Public Relations* yang secara khusus mendukung aktivitas penjualan.⁴

Dari penjelasan diatas maka *Marketing Public Relations* yang dimaksud dalam skripsi ini adalah suatu kegiatan perencanaan dan mengevaluasi program dalam penyebaran informasi tentang suatu produk untuk merangsang daya tarik konsumen.

Dinas Pariwisata adalah unsur pelaksanaan teknis pemerintah daerah yang mempunyai tugas pokok membantu Bupati Kepala Daerah dibidang pengembangan kebudayaan dan pariwisata daerah dipimpin oleh seorang kepala Dinas yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati Kepala Daerah.

Dinas Pariwisata dapat membantu dalam pengembangan suatu wilayah, karena pengembangan wilayah merupakan bagian penting dari pembangunan suatu daerah terutama yang rentan dan berat menghadapi perubahan yang berskala global. Perubahan ini, jika tidak didukung suatu perencanaan wilayah yang baik dengan mempertimbangkan aspek internal, sosial dan pertumbuhan ekonomi maka akan berakibat bertambahnya desa-desa tertinggal.

¹ Prof.Dr. Sofjan Assauri, MBA , *Strategic Management*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016) h.3

² Ruslan Rosady, SH , MM , *Manajemen Public Relotions & media komunikasi*,(Jakarta: Rajawali Pers, 2016) h.133

³ Rachmat Kriyantono, Ph.D. , *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*, (Jakarta: Kencana, 2012) h.58

⁴ Kiith Butterick, *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rajawali Pers 2012) h.55

Pengembangan adalah sebagai penyiapan individu yang memiliki tanggung jawab yang berbeda atau yang lebih tinggi didalam organisasi.. pengembangannya biasanya berhubungan dengan peningkatan kemampuan intelektual atau emosi yang diperlukan untuk menunaikan pekerjaan yang lebih baik.⁵

Kawasan Pantai Pulau Pisang adalah pulau yang masuk wilayah Pesisir Barat, Provinsi Lampung, Pulau Pisang bagian barat dan selatan pulau tersebut berbatasan langsung dengan samudra Hindia, sedangkan bagian Utara dan Timur berbatasan dengan Pulau Sumatera. Pulau Pisang yang merupakan wilayah satu kecamatan memiliki 6 (enam) desa, yaitu Pekon Labuhan, Pekon Pasar, Sukadana, Suka Marga, Pekon Lok, dan Bandar Dalam. Secara administrasi Pulau Pisang terletak pada Kecamatan Pulau Pisang, Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung. Status tanah yang berada di pulau pisang sebagian bersertifikat dan sisanya berstatus kepemilikan ulayat/adat.

Melihat potensi kawasan pantai pulau pisang bisa dikembangkan menjadi tempat wisata, potensi wisata dalam penelitian ini lebih mengarah daya tarik objek wisata berupa fasilitas dan layanan yang dapat di kembangkan oleh masyarakat, pengusaha maupun dinas pariwisata. Pengembangan wisata berkaitan dengan pelestarian budaya dengan memanfaatkan seluruh potensi keindahan dan kekayaan alam. Memanfaatkan disini bukan berarti merubah secara total, tetapi mengelola, mengembangkan, memanfaatkan dan melestarikan setiap potensi yang ada, potensi tersebut dirangkai menjadi satu daya tarik wisata.

B. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki 17.508 pulau dengan panjang garis pantai 81.000 km, serta memiliki kawasan pantai pesisir dan laut kaya akan sumberdaya alam dan jasa lingkungan. Namun meskipun kaya dengan sumberdaya alam dan jasa lingkungan wilayah pantai pesisir dan laut indonesia belum mampu dimanfaatkan secara optimal dan masih perlu adanya pengembangan.

Pengembangan wilayah merupakan hal yang paling penting dari pembangunan dari suatu daerah terutama wilayah yang rentan dan berat menghadapi perubahan yang secara global. Perubahan itu, jika tidak didukung dengan perencanaan wilayah yang baik dengan pertimbangan aspek internal, sosial dan pertumbuhan ekonomi yang akan berakibat semakin bertambahnya daerah-daerah yang tertinggal.

Undang-Undang Republik Indonesia 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata serta Ayat Alqur'an tentang pengembangan pariwisata menyatakan bahwa: Tuhan Yang Esa telah menganugrahi bangsa Indonesia kekayaan berupa sumber daya alam nonhayati, dan sumber daya buatan, sumber daya alam dan buatan yang dapat dijadikan objek dan daya tarik wisata berupa keadaan alam, flora dan fauna, hasil karya manusia, serta peninggalan sejarah dan budaya yang merupakan modal bagi pengembangan dan peningkatan kepariwisataan di Indonesia.⁶

⁵ Burhanuddin Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers 2015) h. 134

⁶ Hilna, "*Strategi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Terhadap Pengembangan Pariwisata Pantai Marina di Desa Korong Batu, Kecamatan Pa'jukukang, Kabupaten Bantaeng*". (Skripsi Program Sarjana Sosial Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin, Makasar, 2012), h. 2

Allah SWT berfirman dalam QS. Al Baqarah 2: 164 yang berbunyi:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفُلْكِ الَّتِي تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَعُ النَّاسَ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ مَّاءٍ فَأَحْيَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيهَا مِنْ كُلِّ دَابَّةٍ وَتَصْرِيفِ الرِّيْحِ وَالسَّحَابِ الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَعْقِلُونَ

Terjemahan: *Sesungguhnya pada penciptaan langit dan bumi, pergantian malam dan siang, bahtera yang berlayar di laut membawa apa yang berguna bagi manusia, dan apa yang Allah SWT turunkan dari langit berupa air, lalu dengan air itu dia hidupan bumi sesudah mati (kering) –nya dan dia sebarkan di bumi itu segala jenis hewan, dan pengisaran angin dan awan yang di kendalikan antara langit dan bumi Sungguh (terdapat) tanda-tanda (keesaan dan kebesaran Allah) bagi kaum yang memikirkan.*

Ayat diatas menjelaskan tentang kebesaran dan kekuasaan Allah SWT yang menciptakan langit dan bumi beserta isinya, sudah sepatutnya manusia bisa merenungkan segala Rahmat Nya, dengan begitu maka akan ditambah luas ilmu pengetahuan mengenai ciptaan Nya dan dapat dimanfaatkan ilmu pengetahuan itu sebagaimana dikehendaki Nya.

Hendaknya manusia memperhatikan apa yang di sebutkan didalam ayat tersebut, yaitu bumi yang di tempati manusia beserta isinya yang tidak akan pernah abis di darat maupun dilaut, dilangit dengan bintang dan planet-planet lainnya, berjalan dan bergerak menurut tata tertib dan aturan Nya, tidak ada yang menyimpang maupun tertukar. Semuanya membawa manfaat dan faedah bagi manusia. Pengendalian dan pengisaran angin di suatu tempat adalah salah satu bukti kekuasaan dan kebesaran rahmat Allah SWT bagi manusia.

Nikmat Allah SWT kepada manusia yang begitu banyak, rahmat yang diciptakan Allah SWT termasuk apa yang tersebut dalam ayat 164 sudah sepatutnya dipikirkan dan direnungkan bahkan di teliti untuk meresapkan keimanan yang mendalam, dan untuk memajukan ilmu pengetahuan yang juga membawa pengakuan akan keesaan dan kebesaran Allah SWT. Oleh karena itu kita sebagai manusia yang menempati bumi sudah seharusnya menjaga dan merawat bumi, salah satunya dengan cara pengembangan dan mengelola serta merawat objek wisata alam misalnya yang ada di Kawasan Pantai Pulau Pisang.

Pengembangan kawasan pantai pulau pisang sebagai potensi wisata perlu adanya pemahaman mengenai berbagai tantangan dan hambatan yang dihadapi, untuk itu diperlukan adanya strategi pemerintah dalam melindungi pengunjung, menyediakan fasilitas yang dibutuhkan dan kenyamanan pengunjung dan tersedianya jalur akses kelokasi dan sarana prasarana yang aman, untuk mencapai tujuan pengembangan kawasan pantai sebagai potensi wisata harus ada promosi agar memiliki daya tarik wisata dapat lebih dikenal dan mampu menggerakkan para calon pengunjung untuk mengunjungi dan menikmati tempat wisata. Harapan dalam pengembangan kawasan pantai sebagai potensi objek wisata tidak hanya melihat dari hasil jangka pendek saja, namun harus melihat bagaimana kelangsungan jangka panjang maka perlu adanya dukungan yang kuat dari pemerintah dan masyarakat sekitar.

Pulau pisang merupakan salah satu objek wisata di Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung yang memiliki potensi cukup besar sebagai salah satu kawasan wisata pantai, pulau pisang memiliki potensi pengembangan yang cukup besar karena letaknya strategis dari aspek ekonomi, pertahanan dan keamanan serta adanya ekosistem khas iklim tropis dengan

produktivitas hayati yang tinggi. Kondisi tersebut menarik minat wisatawan baik domestik maupun mancanegara untuk berkunjung ke pulau pulau pisang.

Perkampungan di Pulau Pisang dapat dinikmati dengan adanya kasana budaya lokal yang meliputi bentuk rumah khas adat Lampung, Kebanyakan rumah-rumah tua dan kosong yang ada di pulau pisang memiliki desain yang antik. masyarakat yang ramah, ikan segar, dan pembuatan tapis. Tapis merupakan pakaian adat Lampung dan terkenal paling bagus kualitas nomor satu adalah buatan dari pengrajin masyarakat Pulau Pisang. Selain itu, di pulau ini para wisatawan dapat menikmati agrowisata perkebunan cengkeh yang tumbuh subur. Di Lampung, Pulau Pisang terkenal sebagai penghasil cengkeh dari zaman penjajahan dulu. Pulau Pisang juga terkenal sebagian warganya sebagai nelayan dan merupakan salah satu pemasok ikan di wilayah Lampung Barat. Pulau Pisang memberikan sensasi tersendiri.

Cengkeh dari Pulau Pisang konon masuk dalam golongan terbaik diantara cengkeh dari daerah Sumatera lainnya. Dan cengkeh di pulau ini juga dikenal sebagai cengkeh berkualitas dari Pulau Sumatera. Memetik cengkeh menjadi pemandangan dan tradisi bagi mereka yang memiliki kebun, sedangkan bagi masyarakat yang tidak memiliki kebun hanya bisa memungut cengkeh yang berjatuhan dari pohonnya. Masyarakat di pulau ini menamakan kegiatan memungut cengkeh yang jatuh dari pohonnya dengan kegiatan “melahang”.

Jika potensi ini dapat tergali maka selain pemerintah, masyarakat setempat juga mendapatkan keuntungan dalam hal ekonomi. Objek wisata membutuhkan pelaku informasi dan yang sektor pariwisata merupakan suatu sektor yang memiliki kaitan dengan sektor-sektor lainnya. Untuk itu objek wisata sebaiknya ditangani dengan baik, mulai dari objeknya sampai upaya promosinya, sehingga dapat diketahui wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisata mancanegara. Promosi sangat diperlukan agar mempermudah berkomunikasi dengan masyarakat. Pada dasarnya kegiatan berkomunikasi dengan khalayak ini salah satu kegiatan dari *Public Relations*. *Public Relations* dapat menjadi efektif penopang fungsi *Marketing*. perencanaan harus matang dalam menentukan sasaran dan target perusahaan yaitu dengan penerapan strategi dan taktik promosi untuk promosi suatu produk.

Dinas Pariwisata Pesisir Barat memiliki bidang pembuatan media informasi dan penyebarannya sekaligus pemasarannya bidang tersebut merupakan kegiatan dari *Marketing Public Relations*. Pada era globalisasi ini peran *Marketing Public Relations* menjadi penting karena itikad baik (good will) menjadi suatu bagian dari profesionalisme yang pasti akan terbentuk karena pembentukan simpati konsumen secara efektif dan efisien sudah merupakan keharusan dimana tingkat yang canggih dalam kegiatan pemasaran.

Untuk itu, kegiatan *Marketing Public Relations* sebagai perwujudan dari strategi *Public Relations* yang telah ditetapkan yaitu terdiri atas 3 taktik, yaitu untuk menarik (*pull strategy*), untuk kekuatan (*power*) untuk mendorong (*push strategy*), dan upaya untuk memengaruhi atau menciptakan opini yang menguntungkan serta *Public Relations*, sebaiknya mampu memengaruhi kesadaran publik.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai **“Strategi *Marketing Public Relations* Pada Dins Pariwisata Pesisir Barat Dalam Pengembangan Kawasan Pantai Pulau Pisang”**.

C. Fokus Penelitian dan Sub-Fokus Penelitian

1. Fokus penelitian adalah batasan masalah dalam penelitian, yang berisi pokok masalah yang masih bersifat umum.⁷ Untuk membatasi lingkup penelitian, maka peneliti memfokuskan penelitian dengan tujuan agar tidak terjadinya perluasan materi yang akan dibahas, batasan masalah yang akan peneliti bahas adalah tentang Strategi *Marketing Public Relations* Pada Dinas Pariwisata Pesisir Barat Dalam Pengembangan Kawasan Pantai Pulau Pisang.
2. Sub-Fokus dalam penelitian ini adalah Pull strategy, push strategy, pass strategy dan media dalam pengembangan Kawasan Pantai Pulau Pisang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di uraikan diatas, maka ppenulis merumuskan masalah pokok dari pokok dari dari judul skripsi Strategi *Marketing Public Relations* Pada Dinas Pariwisata Pesisir Barat Dalam Pengembangan Kawasan Pantai Pulau pisang, dengan beberapa sub masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi *Marketing Public Relations* Pada Dinas Pariwisata Pesisir Barat Dalam Pengembangan Kawasan Pantai Pulau pisang sebagai objek wisata?
2. Bagaimana Tingkat Keberhasilan Dinas Pariwisata Pesisir Barat Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Pisang?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah dirumuskan, maka ada beberapa yang ingin dicapai dari hasil penelitian yang akan di lakukan, diantaranya:

- a. Untuk mengetahui bagaimana Strategi *Marketing Public Relations* Pada Dinas Pariwisata Pesisir Barat Dalam Pengembangan Kawasan Pantai Pulau pisang sebagai objek wisata.
- b. Untuk mengetahui Tingkat Keberhasilan Dinas Pariwisata Pesisir Barat Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Pisang?

2. Manfaat Penelitian

a. Akademik

Dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan dan sumber bacaan serta informasi mengenai kajian ilmu dibidang *Marketig Public Relations* bagi mahasiswa UIN Raden Intan Lampung khususnya jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

b. Penulis

Menambah pengetahuan untuk penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang telah di peroleh selama kuliah.

c. Lembaga

⁷ Sugiyono, *metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (bandung: CV ALFABETA, 2009), h.285-286

Dari penelitian ini diharapkan penulis dapat memberikan saran dan masukan yang baik serta bermanfaat kepada *Marketing Public Relations* Dinas Pariwisata Pesisir Barat untuk membuat Strategi *Marketing Public Relations* yang lebih baik lagi.

F. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kajian Penelitian Terdahulu yang relevan digunakan untuk bahan telaah dalam penulisan skripsi ini, penulis melakukan penelusuran terhadap penelitian yang dibahas tentang strategi *Marketing Public Relations*, ada beberapa penelitian terdahulu yang penulis temukan terkait penelitian, sebagai berikut:

Pertama, Hilna, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar tahun 2012, dengan judul, “Strategi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Terhadap Pengembangan Pariwisata Pantai Marina Di Desa Korong Batu, Kecamatan Pa’jukukang, Kabupaten Bantaeng”, penelitian tersebut dilakukan untuk mengetahui bagaimana Strategi Humas Dinas Kebudayaan dan pariwisata terhadap pengembangan pariwisata pantai marina di desa korong batu, kecamatan pa’jukukang, Kabupaten Bantaeng. Serta untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terhadap pengembangan pariwisata pantai marina di desa korong batu, kecamatan pa’jukukang, Kabupaten Bantaeng.

Kedua, Intan Safitriani, M, jurusan ilmu komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar tahun 2015, dengan judul skripsi “Peran Public Relations Dalam Mensosialisasikan Perusahaan Asuransi PT.Prudental Life Assurance Cabang Makassar”, penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui peran public relations dalam mensosialisasikan perusahaan asuransi PT. Prudental life assurance dan faktor-faktor yang menunjang dan menghambat dalam mensosialisasikan perusahaan.

Ketiga, Rizky Nurfaejrianto. Jurusan Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2018, dengan judul skripsi strategi “Marketing Public Relations PT Wahana Mitra Wisata Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umrah”, penelitian tersebut dilakukan untuk mengetahui Strategi Marketing Public Relations PT Wahana Mitra Wisata dalam meningkatkan penjualan produk umrah. Metode yang digunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Keempat, Kokom Komariah dan Priyo Subekti, Universitas Pedjadjaran tahun 2019, dengan judul, “Peran Humas Dalam Pengembangan Pantai Pengandaran Sebagai Destinasi Ekowisata Sebagai Destinasi Melalui Kearifsn Lokal Masyarakat Pengandaran”, penelitian tersebut bertujuan untuk meneliti peran Humas dalam pengembangan pantai pengandaran sebagai destinasi ekowisata melalui kearifan lokal masyarakat pengandaran, Metode yang peneliti digunakan adalah metode deskriptif dengan data kualitatif dan sampel purposif.

Kelima, Media Yurida, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2019, dengan judul, “Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Potensi Wisata Pulau Pisang Dikecamatan Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat Provinsi Lampung” penelitian tersebut meneliti tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam meningkatkan perekonomian masyarakat melalui sektor pariwisata dan apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan perekonomian tersebut.

Berdasarkan tinjauan penelitian yang penulis temukan, belum ada penelitian mendalam tentang Strategi *Marketing Public Relations* Pada Dins Pariwisata Pesisir Barat Dalam Pengembangan Kawasan Pantai Pulau Pisang.

G. Metode Penelitian

Metode berasal dari bahasa Yunani (*Methodos*) yang berarti cara atau menuju suatu jalan.⁸ Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya.

1. Jenis dan sifat penelitian

Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian maka penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif dengan melakukan penelitian pada kondisi obyek yang alamiah, penulis mengambil sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan data dengan menggabungkan dan menganalisis data kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau secara lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dalam memahami istilah penelitian kualitatif perlu mengemukakan salah satu teori menurut Bogdan dan Taylor menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif atau berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, atau partisipan, informan, teman, dan guru dalam penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber primer dan sekunder. Sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misal lewat orang lain atau lewat dokumen.⁹ meliputi:

- a. Data primer, adapun yang menjadi sumber data primer adalah wawancara mendalam dari Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat meliputi Kepala Dinas Pariwisata, Kasi Bidang Pemasaran, Anggota Bidang Destinasi dan SDM, dua pegawai UPTD Pariwisata Pulau Pisang sekaligus Masyarakat, satu dari wisatawan.
- b. Data sekunder antara lain, tentang Dinas Pariwisata, sejarah Pulau Pisang, buku-buku, internet, dokumentasi peristiwa dan fenomena yang ditemukan selama penelitian dan catatan-catatan yang berkaitan dengan objek penelitian.

3. Partisipan dan Tempat penelitian

- a. Dalam menentukan partisipan sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan cara *purposive* dan bersifat *snowball sampling*. Teknik ini memilih sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap memiliki kaitannya dengan situasi sosial yang didalamnya menjadi semacam muara dari banyak dominan lainnya.
- b. Tempat Penelitian, penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat dan UPTD Pariwisata Pulau Pisang, karena kedua tempat tersebut merupakan Dinas dan tempat yang berhubungan dengan Pariwisata Kawasan

⁸ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 24

⁹ Sugiyono, *metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: CV ALFABETA, 2009), h.308-309

Pantai Pulau Pisang, dan ikut terlibat dalam kegiatan pengembangan dan promosi Objek Wisata Kawasan Pantai Pulau Pisang, sehingga penulis mendapatkan informasi tentang Strategi Marketing Public Relations Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Kawasan Pantai Pulau Pisang.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survei melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap subjek.¹⁰ Wawancara merupakan metode pengumpulan data untuk mendapatkan keterangan lisan melalui tanya jawab dan berhadapan langsung kepada orang yang dapat memberikan keterangan. teknik ini memberikan data sekunder dan data primer yang akan mendukung penelitian.¹¹ Dengan demikian peneliti melakukan wawancara pada dasarnya merupakan usaha untuk menggali keterangan yang lebih dalam dari sebuah kajian dari sumber yang relevan berupa pendapat, kesan, dan pemikiran.

b. Metode Observasi

Menurut Nasution observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan.¹² Observasi merupakan pengumpulan data dengan bantuan alat yang canggih, sehingga benda-benda yang kecil maupun benda yang jauh. Penelitian dalam segi proses pelaksanaan, pengumpulan data, observasi dibagi beberapa macam observasi partisipasi (*participant observation*), observasi nonpartisipansi (*Nonparticipant Observation*), dari segi instrumentasi yang digunakan observasi terstruktur dan observasi tak berstruktur (*unstructured observation*). Di penelitian ini penulis menggunakan observasi tak partisipan, dengan menggunakan alat bantu seperti alat tulis dan sebagainya.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi peneliti sosial untuk menelusuri data historis.¹³ Pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi dengan cara melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang berisi data yang menunjang analisis data penelitian.

5. Analisis Data

Menurut miles dan huberman analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, kegiatan dalam analisis data yaitu data reduksi data display data dan kesimpulan atau verifikasi data.¹⁴ Analisis data dilakukan setelah melakukan penelitian, mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dalam suatu penelitian, menurut Bogdan dan Biglen analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis

¹⁰ *Ibid.* h.23

¹¹ Hilna, "Strategi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Terhadap Pengembangan Pariwisata Pantai Marina Di Desa Korong Batu, Kecamatan Pa'jukukang, Kabupaten Bantaeng". (Skripsi Sarjana Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin, Makassar Desember 2012), h. 35

¹² *Ibid.*, h. 310

¹³ Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), h.167

¹⁴ Sugiyono, *metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*, (bandung: CV ALFABETA, 2009), h.337

data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami, dan dan temuannya dapat diinfokan kepada orang lain.¹⁵

H. Sistematika Pembahasan

Didalam sistematika pembahasan penulis menjadikannya terdiri dari lima BAB adapun rinciannya. Sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang penegasan judul, latar belakang masalah, fokus penelitian dan Sub-Fokus Penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang Strategi (pengertian dan jenis strategi), *Public Relations* (pengertian, peran, dan fungsi *Public Relations*), *Marketing* (pengertian *Marketing* dan keterkaitan antara *Public Relations* dan *Marketing*), *Marketing Public Relations* (konsep *Marketing Public Relations*, strategi *Marketing Public Relations*, peranan *Marketing Public Relations* dan kegiatan *Marketing Public Relations*).

BAB III : GAMBARAN UMUM DINAS PARIWISATA DAN KONDISI KAWASAN PANTAI PULAU PISANG

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum dinas pariwisata kabupaten pesisir barat (visi, misi, tugas pokok, fungsi, struktur organisasi, dan data kepegawaian dinas pariwisata), gambaran kawasan pantai pulau pisang (sejarah singkat pulau pisang, dan kondisi kawasan pantai pulau pisang)

BAB IV : HASIL TEMUAN DAN ANALISIS

Di bab ini membahas tentang Strategi *Marketing Public Relations* Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat Dalam Pengembangan Kawasan Pantai Pulau Pisang.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari pembahasan dan hasil penelitian, serta memberikan saran sebagai bahan pertimbangan.

¹⁵ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), h.248

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah penulis lakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Strategi Marketing Public Relations Dinas Pariwisata Pesisir Barat dalam Pengembangan Kawasan Pantai Pulau Pisang sebagai objek wisata

menggunakan *pull strategy*, *push strategy* dan *pass strategy* untuk menerapkan *strategi marketing public relation* dalam pengembangan kawasan pantai pulau pisang sebagai objek wisata:

- a. *Pull strategy* dengan kegiatan publikasi tentang informasi dan event yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat melalui sejumlah media seperti media sosial, elektronik, cetak dan internet merupakan sarana yang tepat untuk menyebarkan informasi mengenai objek wisata kawasan pantai pulau pisang kepada khalayak yang pada akhirnya mampu menarik dan mempengaruhi serta membangkitkan minat calon wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Kawasan Pantai Pulau Pisang. Media yang aktif digunakan dalam kegiatan promosi objek wisata yaitu media sosial terutama Instagram, dikarenakan hampir setiap orang didunia menggunakan media sosial, ini memudahkan bagi bidang pemasaran untuk membantu kegiatan promosi yang memiliki jangkauan yang sangat luas dan selain mempermudah dalam kegiatan promosi juga dapat menimalisir pengeluaran dana.
- b. *Push strategy* dengan cara melakukan pengembangan produk pariwisata. Karena produk pariwisata yang dapat merangsang para wisatawan untuk mengunjungi objek wisata adalah yang berkualitas dengan segala kenyamanan. Berkualitas dalam arti memiliki nilai lebih dibandingkan dengan objek wisata yang lain. mengunjungi objek wisata Kawasan Pantai Pulau Pisang pengunjung mendapatkan sepaket liburan yang disuguhkan, mulai dari keindahan alamnya yang asri, tempatnya, kulinernya, budaya dan hasil kerajinannya, serta fasilitas yang cukup sehingga para wisatawan akan merasanya nyaman saat mengunjungi objek wisata ini.
- c. *Pass strategy* dalam mempengaruhi dan membujuk khalayak untuk menciptakan opini publik yang menguntungkan bagi wisatawan ataupun calon wisatawan serta menguntungkan bagi Dinas Pariwisata dan masyarakat pulau pisang, strategi yang dilakukan untuk memperluas pemasaran adalah dengan melakukan kegiatan publikasi, selain itu Dinas Pariwisata mengadakan event-event di Kabupaten Pesisir Barat maupun diluar daerah yang bertujuan untuk memperluas jaringan kepada publik. Strategi yang digunakan Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat dalam pemasaran objek wisata Kabupaten Pesisir Barat untuk memperluas pemasaran dan membentuk opini publik yang positif untuk memicu masyarakat atau wisatawan lain agar berkeinginan untuk berpartisipasi dalam kegiatan pemasaran objek wisata Kabupaten Pesisir Barat oleh Dinas Pariwisata.

2. Tingkat Keberhasilan Dinas Pariwisata Pesisir Barat Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Pisang

Tingkat keberhasilan Dinas Pariwisata dalam mempromosikan objek wisata Pulau Pisang menggunakan Strategi *Marketing Public Relations* dapat dilihat dari peningkatan wisatawan yang berkunjung ke Pulau Pisang. Dari grafik di penyajian fakta dan data peneliti yang ada di BAB III, Jumlah peningkatan wisatawan yang berkunjung ke Pulau Pisang dari tahun 2017 ke 2018 sebanyak 47% wisatawan domestik dan 24% wisatawan mancanegara, peningkatan jumlah wisatwan ini sangat dipengaruhi Stategi Marketing Public Relations yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pesisir Barat tahun 2018, pada pelaksanaan beberapa strategi masih mengalami kendala dan sebagian lagi belum dilakukan secara maksimal.

B. SARAN

Penelitian yang penulis teliti ini lebih kepada Strategi Marketing Public Relations Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat dalam pengembangan kawasan pantai pulau pisang sebagai objek wisata oleh karena iu penulis akan memberikan saran sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang akan mendalami dan melanjutkan teori marketing public relations untuk lebih melihat dari segi dari keterlibatan masyarakat setempat dalam partisipasinya bersama dengan pemerintah daerah untuk mengembangkan objek wisata kawaasan pantai Pulau Pisang.
2. Saran untuk dinas pariwisata untuk lebih ditingkatkan lagi bekerjasama dengan biro perjalanan penyedia paket wisata, kerjasama dengan publik yang berkecimpung di bidang pariwisata, bahkan bekerja sama dengan dinas-dinas yang lain yang berhubungan dengan pengembangan objek wisata.
3. Peneliti menyarankan untuk dinas pariwisata dalam mempromosikan objek wisata atau memposting feed mengenai informasi di media sosial lebih sering update konten-konten terbaru, dan saat memposting di media sosial sebaiknya di seragamkan mulai dari warna, bingkai dan lain-lain sehingga selain terlihat rapi juga memiliki ciri khas tersendiri.
4. Penggunaan media sosial seperti instagram, facebook dan youtube merupakan keputusan yang tepat maka dari itu saran untuk dinas pariwisata terutama bidang pemasaran agar menjadwalkan untuk postingan di ketiga media sosial tersebut baik mengenai objek wisata maupun mengenai informasi tertentu dan event yang akan di selenggarakan.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Ardianto, Elvinaro. *Metodelogi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2010.
- Arianto. Efendi. *Under Common Share Alike Attribution Posted in Strategi*. Jakarta. 2007.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi* Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2017
- Assauri, Sofjan. *Strategic Management*, Jakarta: Rajawali Pers. 2016.
- Butterick Kiith. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*, Jakarta: Rajawali Pers. 2012.
- Jefkins, Frank, Di Sempurnakan Daniel Yadin. *Public Relations*, Jakarta: Erlangga. 2013
- Kriyantono, Rachmat. *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana. 2012.
- Maryam. "Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Tamu Hotel Pantai Marina Bengkalis." *Jom FISIP* Vol. 4, No. 2 (2017)
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2009.
- Morrisan. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Grub. 2010.
- Rachmadi, F. *Public Relations dalam Teori dan Praktek: Aplikasi Dalam Badan Usaha Swasta Dan Lembaga Pemerintah*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama. 1996
- Rosady, Ruslan. *Manajemen Public Reletions & media komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2016
- Saputra, Wahidin. & Nasrullah, Rulli. *Public Relations 2.0: Teori Dan Praktek Di Era Cyber*. Jakarta: Gramata Publishing. 2011.
- Scott, David Meerman. *The New Rules Of Marketing And PR*. 2007.
- Solihin, Ismail. *Manajemen Stregik*, Jakarta: Erlangga. 2012,
- Sugiyono. *metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV ALFABETA. 2009
- Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, 1997, *Kamus Besar bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Yusuf, Burhanuddin. *Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers. 2015.

Sumber Jurnal Dan Karya Ilmiah

- Hilna. “Strategi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Terhadap Pengembangan Pariwisata Pantai Marina di Desa Korong Batu, Kecamatan Pa’jukukang, Kabupaten Bantaeng”. Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin, Makasar. 2012.
- Krismiyati, Lina Sinatra Wijawa. 2013, Identifying Marketing Public Relations Strategies Implemented In Private Universities For Increasing Student Intake In Central Java – Indonesia, Vol.4.
- Nurfajrianto, Rizky. “Strategi Marketing Public Relations PT Wahana Mitra Wisata Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umroh, Skripsi.” Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta September 2018.
- Tulis,Christian,dkk.2019. Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Kepulauan Talaud-Sulawesi Utara. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*. 5(01): 107-117
- Maryam, 2017. Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Tamu Hotel Pantai Marina Bengkalis. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 4(2)

Sumber Internet

- <https://www.tebarpesonatravel.com/pulau-pisang-lampung-yang-menakjubkan/>
- <https://travel.tempo.co/read/1063040/paket-lengkap-di-pulau-pisang-pesisir-barat>
- <https://kumparan.com/lampunggeh/berkunjung-ke-pulau-pisang-surganya-pesisir-barat-lampung-1sP7Y2d5Fbm>
- <https://dispar.pesisirbaratkab.go.id/>



Lampiran-Lampiran



PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN 1

<u>PERTANYAAN</u>	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana peran dinas pariwisata dalam pengembangan kawasan pantai pulau pisang sebagai objek wisata dalam meningkatkan pengunjung?2. Bagaimana strategi yang dilakukan untuk pengembangan kawasan pantai pulau pisang sebagai objek wisata?3. Apa yang mendasari pengembangan kawasan pantai pulau pisang sebagai objek wisata ?4. Apa saja program-program yang pengembangan yang dilakukan untuk membenahi dan melengkapi kawasan pantai pulau pisang sebagai objek wisata?5. Bagaimana dengan system transportasi / akses menuju kawasan pantai pulau pisang apakah perlu dilakukan pembangunan kembali atau dibuka trayek angkutan baru khusus untuk menjangkau objek wisata pulau pisang?6. Dari segi anggaran dana, bagaimana ketersediaan dana yang ditinggalkan untuk pengembangan kawasan pantai pulau pisang sebagai objek wisata secara khusus?7. Menurut data base, bagaimana dengan grafik pengunjung yang datang setiap tahunnya ke objek wisata pulau pisang?8. Apakah yang menjadi faktor penghambat dalam pengembangan kawasan pantai pulau pisang? Dan bagaimana dinas pariwisata menyikapinya?9. Apa harapan kedepannya terhadap ojek wisata pulau pisang?
-------------------	---

PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN 2

<u>PERTANYAAN</u>	<ol style="list-style-type: none">1. Apa potensi yang dimiliki oleh kawasan pantai pulau pisang sebagai objek wisata ?2. Apa strategi promosi wisata yang dilakukan dinas pariwisata kabupaten pesisir barat?3. Adakah program-program yang telah dirancang dalam upaya strategi promosi objek wisata pulau pisang?4. Kapan promosi dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten pesisir barat?5. Siapa yang menjadi sasaran kegiatan promosi wisata oleh dinas pariwisata kabupaten pesisir barat?6. Siapa saja yang terlibat dalam mempromosikan objek wisata di dinas pariwisata kabupaten pesisir barat?7. Apa faktor pendukung kegiatan promosi objek wisata pulau pisang pada dinas pariwisata kabupaten pesisir barat?8. Apa kendala yang dihadapi dinas pariwisata kabupaten pesisir barat dalam mempromosikan objek wisata pulau pisang?9. Apa upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan kegiatan promosi objek wisata dinas pariwisata kabupaten pesisir barat?
-------------------	--

PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN 3

<u>PERTANYAAN</u>	<ol style="list-style-type: none">1. Apa upaya yang dilakukan untuk mengelola sarana dan prasarana pariwisata khususnya di kawasan pantai pulau pisang sebagai objek wisata?2. Apa fasilitas yang akan dilengkapi dalam rangka pengembangan kawasan pantai pulau pisang sebagai objek wisata?3. Upaya apa yang dilakukan agar lokasi objek wisata pulau pisang dengan segala sarana dan prasarana yang telah tersedia dapat terpelihara dengan baik? Dan bagaimana sistem keamanan disana?4. Apakah masyarakat setempat dilibatkan dalam kegiatan pengelolaan sarana dan prasarana dikawasan objek wisata ini? Seperti apa keterlibatan mereka?5. Apa permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan kawasan pantai pulau pisang sebagai objek wisata?6.
-------------------	--

PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN 4 DAN 5

<u>PERTANYAAN</u>	<ol style="list-style-type: none">1. Secara umum, bagaimana pandangan bapak tentang kepariwisataan di kawasan pantai pulau pisang ini? Apakah potensi yang dimiliki telah dikelola dan dimanfaatkan semaksimal mungkin2. Apakah masyarakat setempat sudah menerapkan pola hidup yang sadar wisata?3. Bagaimana bentuk kerja sama antara dinas pariwisata dengan masyarakat pulau pisang dalam hal mengelola objek wisata?4. Bagaimana konsep pengelolaan objek wisata yang di laksanakan oleh dinas pariwisata kabupaten pesisir barat?
-------------------	--

PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN 6

<u>PERTANYAAN</u>	<ol style="list-style-type: none">1. Dari mana anda mengetahui tentang objek wisata ini dan lokasi kesini sulit tidak?2. Sudah berapa kali anda mengunjungi obek wisata ini?3. Apakah biaya menuju wisata ini tergolong murah atau tidak?4. Bagaimana dengan sarana dan prasarana di objek wisata ini?5. Bagaimana kesan dan pesan untuk pengelolaan pariwisata ?
-------------------	---

FOTO-FOTO FENOMENA SELAMA PENELITIAN

Kantor dinas pariwisata



Objek Wisata Kawasan Pantai Pulau Pisang



Dermaga Lama Pulau Pisang



Sekolah Dasar Peninggalan Belanda



Rumah Masyarakat Pulau Pisang Yang Masih Identik Dengan Bangunan Tradisional



Salah Satu Bangunan Masjid Yang Ada Di Pulau Pisang



Salah Satu Villa Yang Di Bangun Dan Dikelola Oleh Masyarakat Pulau Pisang



Salah Satu Penginapan Yang menyatu dengan Rumah Masyarakat Pulau Pisang



Sewa sepeda



Akses Jalan yang ada di Pulau Pisang



Objek Wisata Batu Guri



Salah Satu Kamar Mandi Umum yang ada di Pulau Pisang



Kerajinan Tangan membuat tapis Lampung yang ada di Pulau Pisang



Wawancara Langsung Dengan Wisatawan



Wawancara Langsung dengan Masyarakat sekaligus Pegawai UPTD Pariwisata Pulau Pisang



Wawancara Langsung dengan Kepala Dinas Pariwisata Pesisir Barat



Wawancara Langsung dengan Bidang Destinasi dan SDM Dinas Pariwisata Pesisir Barat



Wawancara Langsung dengan Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Pesisir Barat

