

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Madura memiliki puluhan wisata mangrove yang terdapat di berbagai daerah terkhusus wilayah Bangkalan. Adapun wisata mangrove yang sangat unik serta menarik untuk di kaji ialah Taman Pendidikan Mangrove Labuhan yang terletak di desa Labuhan, Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan, Provinsi Jawa Timur (Jatim), berjarak sekitar 40 kilometer (km) dari arah utara Kota Bangkalan sebelum Pantai Siring Kemuning. Objek wisata ini pertama kali di Indonesia yang dirilis di Madura, yang mana tidak hanya menyuguhkan keindahan alamnya namun juga adanya edukasi belajar mengenai ekosistem mangrove dan makhluk hidup di dalamnya menjadi daya tarik yang disuguhkan dari wisata ini. Terhampar di atas lahan pesisir seluas 8 hektare (Ha) serta ditumbuhi lebih dari 10.000 pohon mangrove, Kawasan Hutan Mangrove Labuhan ini sebenarnya adalah bekas kawasan tambak yang diubah menjadi area konservasi mangrove, yang akhirnya dikembangkan menjadi TPM oleh Kelompok Tani Mangrove Cemara Sejahtera, yang merupakan kelompok binaan PHE WMO (Investor Daily,-Amrozi Amenan).



Gambar 1. 1 Jarak tempuh lokasi wisata TPM

Wisata mangrove ini selain menjadi objek wisata juga sebagai keseimbangan alam yang mana Madura ialah sebagai pulau garam yang geografisnya di kelilingi oleh lautan, maka dari itu dengan adanya mangrove berfungsi sebagai keseimbangan ekologi lingkungan perairan berfungsi sebagai biofilter, agen pengikat dan perangkap polusi. Mangrove juga merupakan tempat hidup berbagai jenis gastropoda, kepiting pemakan detritus, dan bivalvia pemakan plankton sehingga akan memperkuat fungsi mangrove sebagai biofilter alami. Ekosistem mangrove merupakan ekosistem yang berada di wilayah tepi pantai yang di pengaruhi oleh pasang surut dari air laut sehingga pantainya

secara periodik tergenang air. Ekosistem mangrove terletak di antara tingkat pasang naik paling tinggi hingga tingkat disekitar ataupun diatas permukaan laut rata-rata pada wilayah tepi pantai yang terlindungi (Supriharyono, 2009).

Perlunya pemberdayaan wisata mangrove juga harus di perhatikan oleh masyarakat sekitar yang mengelola alam tersebut, adanya perhatian pemerintah juga menjadi faktor pendukung terjaganya alam Indonesia terkhusus untuk sebagai pengendalian pencegahan bencana alam. Sebab pada dasarnya jika mangrove rusak dan tidak dijaga adanya resiko terkenanya tsunami kepermukaan laut menjadi sangat tinggi. Adanya fungsi lain mangrove dimana kekuatan tanaman bakau yang dapat meredam adanya arus gelombang tsunami sebelum menerpa pesisir, di buktikan dengan tsunami Aceh pada tahun 2004 Mongabay yang mana beberapa daerah yang lolos tsunami karena adanya perlindungan dari hutan mangrove sekitar tempat tersebut.

Adanya pergeseran fasilitas alam yang sudah di kelola oleh manusia dengan *property* seperti bangunan serta pembuatan fasilitas yang bersifat merusak alam, akan sangat mempengaruhi adanya bencana alam yang bersiko berdampak pada masyarakat sekitar. Kerusakan mangrove dan terumbu karang yang ada di pesisir Labuhan salah satunya disebabkan karena ketidak pahaman masyarakat akan manfaat mangrove. Masyarakat Desa Labuhan sering kali mengambil batang pohon mangrove untuk digunakan sebagai kayu bakar dan daun muda yang digunakan sebagai makanan hewan ternak. Tidak hanya itu Mangrove jenis sentigi yang memiliki nilai budaya yang tinggi karena dianggap memiliki kekuatan mistis, banyak diburu orang luar desa untuk dijadikan bonsai/jimat. Setidaknya dalam 1 bulan terdapat 2-3 pohon mangrove jenis sentigi yang ditebang. Di sisi lain, nelayan dari luar Desa Labuhan saat ini memperluas jangkauan mencari ikan dengan menggunakan troll, bom dan juga pukot yang merusak ekosistem terumbu karang (Ulil Masruroh, 2022). Maka dari itu adanya kegiatan merusak alam tersebut membuat abrasi, semula wilayah Taman Pendidikan Mangrove ialah berupa tambak udang milik beberapa warga ini menjadi sering rusak dan tergenang oleh arus air yang di bawa oleh pantai yang menggenangi wilayah tersebut setiap dekadenya.

Melihat berbagai permasalahan yang dialami oleh masyarakat tersebut, PHE WMO sebagai salah satu perusahaan dengan Ring I nya adalah Desa Labuhan, pada tahun 2014 tergerak untuk melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan Perusahaan atau yang biasa disebut dengan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).

Kegiatan tersebut diwujudkan melalui pengembangan ekowisata pesisir Labuhan yang lebih mengarah pada kegiatan eco eduwisata dengan fokus kegiatan konservasi mangrove di pesisir Labuhan Timur yang dimulai sejak tahun 2014 dan kemudian dikembangkan pula kegiatan konservasi terumbu karang di pesisir Labuhan Barat pada tahun 2017.

Dengan adanya pelestarian cagar alam yang mana juga di alih fungsikan menjadi wisata akan terbentuk sasaran yang tepat untuk bisa mengendalikan cagar alam serta ikut ambil peran dalam pemberdayaan pemutaran ekonomi setempat. Maka dari itu adanya beberapa strategi yang tepat untuk bisa konsisten dalam pelestarian alam serta pertumbuhan eksistensi wisata sangat mendukung adanya faktor keberhasilan suatu perencanaan. Mengikuti alur perubahan zaman pun juga masuk dalam beberapa strategi, yang mana tidak menutup kemungkinan seiring berjalannya waktu teknologi akan sangat menguasai sektor pendapatan negara, apalagi yang mana berhubungan dengan penyambung informasi dari manusia satu kemanusia lain.

Berdiri pada Tahun 2013 yang di awali dengan penanaman pohon bakau mangrove dan pohon cemara, kemudian Tahun 2014 di susulah dengan aula dan pembangunan fasilitas seperti kamar mandi dan lain-lain. Bekerjasama dengan PT Pertamina sebagai media partner penyumbang dana pembangunan dalam pembentukan wisata ini. PT Pertamina tidak hanya sebagai penyumbang dana namun juga ikut ambil bagian dari terlaksananya wisata TPM ini menjadi eksis pada zamannya, di karenakan dalam hal ini PT Pertamina melaksanakan program CSR nya dimana sering mengadakan perkumpulan antar warga yang mengelola TPM dan mengedukasi terkait perkembangan wisata. Seperti mengajari warga mengenai pembibitan dan penanaman pohon mangrove.

Dalam program CSR PT Pertamina memberikan pendidikan dan pelatihan kepada masyarakat. Dalam melaksanakan sebuah program CSR Si Komo Pasir – Taman Pendidikan Mangrove, salah satu bentuk strategi *Community Relations* PHE WMO adalah dengan memberikan pelatihan-pelatihan kepada masyarakat Labuhan. Pelatihan-pelatihan yang diberikan PHE WMO kepada masyarakat yang dilakukan terkait dengan pelaksanaan program CSR Si Komo Pasir – Taman Pendidikan Mangrove adalah Pelatihan Pembibitan dan Penyemaian Tanaman Mangrove di Mangrove Centre Tuban serta Penguatan Kelembagaan Kelompok Nelayan serta

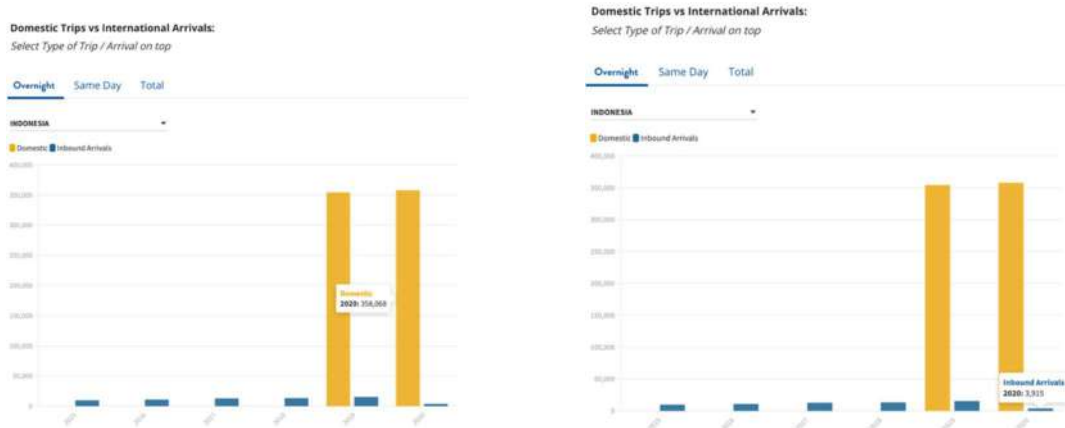
Pelatihan Pemandu Mangrove dan Manajemen Kepariwisata di BPHM (Balai Pengelolaan Hutan Mangrove) Bali. Soekijo (2000, p.4) mengatakan bahwa untuk meningkatkan kualitas kemampuan yang menyangkut kemampuan spesifik, berpikir, dan keterampilan maka pendidikan dan pelatihan yang paling penting diperlukan.

“Lebbi Bagus Abangun Dhisah Dhibik e Tembeng Neng Rantau Oreg. Saya merasa terharu dan sangat terbuka wawasan saya saat melihat di Taman Pendidikan Mangrove banyak potensi yang bisa dikembangkan dan begitu banyaknya turis yang hadir disana. Yang dulunya saya selalu hidup dengan tidak punya harapan yang baik maka saya pergi merantau ke Malaysia akan tetapi saya kembali pulang karena tidak ada kedamaian. Dan setelah saya kembali dan melihat Taman Pendidikan Mangrove yang dibangun oleh PHE WMO bersama masyarakat saya menjadi yakin dan penuh harapan bahwa lebih baik membangun desa sendiri daripada merantau ke negeri orang. Saya juga mendapatkan pelatihan dan pembinaan dari PHE WMO, saya mendapatkan banyak pengetahuan tentang bagaimana menjaga mangrove. Mangrove ternyata memberikan banyak manfaat, khususnya bagi desa kami yang sering terkena abrasi pantai. Selain itu, hidup kami berbeda dengan yang dulu, sekarang kami menjadi semakin sejahtera.

(Wawancara 20 Januari 2017 dengan Sahril, 40 Tahun, Profesi sebagai PIC Silvopasturi Taman Pendidikan Mangrove dan menjadi Local Hero pilihan Pertamina tahun 2016)”.

Adanya potensi besar yang dimiliki wisata TPM membuat beberapa kecenderungan tempat ini sangat layak untuk di jadikan Pariwisata eksotis di Madura. Pariwisata sangat berpengaruh di suatu daerah karena menjadi salah satu aspek pembangunan kemandirian suatu daerah itu sendiri dalam mengembangkan potensi yang ada di daerahnya. Adanya faktor meningkatnya pendapatan perekonomian nasional dan daerah cukup menjadi perhatian pemerintah untuk berperan aktif dalam mendukung adanya rencana sektor pariwisata daerah di Indonesia, yang mana pada baru-baru ini adanya program Desa Wisata ialah salah satu bentuk pemerintah dalam meningkatkan sektor ekonomi masyarakat. Dalam aturan Menteri Kebudayaan Dan Pariwisata Nomor: PM.26/UM.001/MKP/2010 tentang pedoman umum program nasional pemberdayaan masyarakat (PNPM) dalam memandirikan sebuah desa perlu adanya program Desa Wisata yang bertujuan membentuk integrasi kearah atraksi di dukung dengan adanya fasilitas akomodasi yang terstruktur untuk kehidupan masyarakat dalam menyatukan tradisi yang ada. Kebanyakan orang rela untuk mengeluarkan budget yang tidak sedikit hanya untuk menyenangkan diri mereka dan menghabiskan waktu di luar kegiatan harian. Dalam hal ini sangat sudah menjadi bagian dari gaya kehidupan

modern. Hal tersebut sudah terdeteksi sejak akhir Perang Dunia II saat di mana pariwisata membludak dalam skala besar dan menjadi salah satu kekuatan sosial berekonomi pada saat ini (MacDonald, 2004: 7).



Gambar 1. 2 Perbandingan perjalanan domestic dengan kedatangan internasional

Sumber: *World Tourism Organization a United Nations.*

Tahun 2020, menurut data dari World Tourism Organization a United Nations Agency wisata, di Indonesia didominasi oleh perjalanan domestic mencapai 358.068.000, sedangkan kedatangan dari luar negeri mencapai 3.915.000 perjalanan. Tamu di hotel dan sejenisnya, didominasi oleh tamu domestik sebanyak 36.356.000 dan tamu luar negeri sebanyak 2.615.000. Pada tahun 2019 orang yang bekerja di industri pariwisata Indonesia sebanyak 2.057.600 jiwa mengalami penurunan dibanding tahun 2019 yang mencapai 2.919.8000 jiwa.

Presentase data di atas Indonesia mampu bersaing di kanca internasional dalam basis pariwisata, memiliki beragam nilai budaya melimpah menjadi aspek keunikan pariwisata yang disuguhkan di setiap daerah masing-masing dan juga keindahan alam yang melimpah menjadi salah satu daya tarik pengunjung manca negara untuk bisa berdestinasi menikmati alam Indonesia.

Tekhusus pada pariwisata Taman Pendidikan Mangrove Labuhan ini yang memang sangat indah dan melimpah potensi alam karena adanya konservasi mangrove yang di unggulkan dan pada saat ini melimpahnya spesies mangrove yang tumbuh sehingga peningkatan ekosistem makhluk hidup terjaga dengan baik hingga saat ini terbukti dari kondisi terumbu karang yang baik mampu meningkatkan spesies fauna akuatik dari sebelumnya di tahun 2017 sebanyak 8 dan di tahun 2021 mencapai 36 spesies.



Gambar 1. 3 Kunjungan Bas Van Balen Peneliti Burung Internasional

Sumber. (Ulil Masrurroh) Vol. 01, No. 02, Desember, 2022,

Dengan adanya hal ini faktor perekonomian Wisata Taman Pendidikan Mangrove labuhan menjadi sangat terbantu yang mana pendapatan kelompok melalui jasa wisata menjadi 1,5 juta hingga 3 juta per bulan serta peningkatan UMKM sebelumnya tidak bekerja, kini memiliki pendapatan rata – rata 2,2 juta hingga 4,8 juta per bulan. Namun angka presentase pendapatan tersebut hanya pada tahun 2022 saja. Sebab pada saat wisata ini sempat di tutup selama 2 tahun pada tahun 2019 di karenakan adanya pandemi Covid19 kemudian di buka kembali pada tahun 2021, dalam jangka waktu 2 tahun itu adanya penurunan pengunjung dalam skala signifikan menjadi faktor tergerusnya eksistensi dan merosotkan perekonomian wisata TPM ini, yang dulunya sempat ramai oleh pengunjung dari luar hingga dalam pulau Madura.

Menurut Ali Usman selaku pengelola, wisata tersebut di pelopori oleh warga setempat yang sifatnya per individu, anggota ini berjumlah 16 orang yang rata-rata berumur 30-50 tahun. Dalam hal ini kurangnya pengetahuan akan media digital sebagai sarana media marketing wisata cukup menjadi pertimbangan peneliti karena masing-masing dari anggota tidak terlalu handal menggunakan sosial media, yang mana tujuannya sebagai mata pencarian warga setempat. Sejak peresmian dan pembukaan Taman Pendidikan Mangrove pada bulan September 2016 jumlah pengunjung telah mencapai angka 4.844 orang dan pengunjung yang datang selain penduduk asli Madura juga berasal dari Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, DKI Jakarta dan Luar Negeri (Czech Republic). Namun sekarang wisata ini sepi pengunjung hanya sedikit para wisatawan yang berkunjung ke TPM, hari Sabtu dan Minggu terkadang terdapat beberapa orang yang datang. Hasil pengamatan dan wawancara bersama pihak

pengelola tunggal TPM saat ini yaitu Pak Ali Usman memaparkan jika dalam satu hari hanya ada beberapa wisatawan yang mengunjungi wisata TPM.

“Disini selalu ada kok dek pengunjung setiap harinya, tapi ya gitu Cuma satu dua aja yang datang dalam sehari. Gak kayak dulu kan masih rame, sekarang ya gini udah sepi”.

(Wawancara 8 November 2023 bersama Pihak Pengelola TPM Pak Ali Usman)

Jika di lihat dari segi fasilitas yang ada, dulunya terdapat tempat lapak oleh-oleh khas warga setempat yang sudah kosong tidak di gunakan kembali akibatnya sedikit minat pengunjung yang datang. Tidak hanya itu ulasan mengenai wisata TPM ini di sosial media pun juga cukup minim, yang akibatnya jarang orang tau keberadaan wisata mangrove ini. Namun tidak bisa di pungkiri bahwa adanya informasi wisata mangrove “Taman Pendidikan Mangrove Labuan” dengan rating 4,2 dari beberapa pengunjung yang memberikan rating pada akun google milik wisata tersebut, pada pencarian informasi mengenai masing-masing wisata di media sosial tidak cukup memadai, yang mana informasi hanya ada di Google serta gambar-gambar yang di sajikan tidak terlalu menyeluruh. Akses di sosial media pun tidak terlalu banyak review dari pengunjung sebelumnya.

Dengan adanya hal ini dapat mempengaruhi media pemasaran wisata menurun sehingga tidak terlalu banyak kunjungan yang bisa menikmati wisata tersebut. Sedangkan dalam hal ini adanya cagar alam yang menjadi primadona sebuah wilayah atau daerah akan menjadi faktor pemutar ekonomi di sebuah wilayah tersebut yang dapat di buktikan dalam sebuah penelitian dari Yakup (2019). Menurut Yoeti (2016) adanya nilai jual sebuah alam yang seimbang dengan manusia yang mampu menenangkan serta memberikan lingkungan yang alami dan asri. Sebagai salah satu ekowisata yang dibanggakan di Madura mampu bersaing dan menjadi potensi besar bagi masyarakatnya.

Pemerintah terus mendorong pemanfaatan teknologi digital ini untuk meningkatkan produktivitas dan nilai tambah UKM (Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, 2020). Para pelaku UMKM sebanyak 59,2 juta, 8 persen (3,79 juta) sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya dengan berselancar di dunia maya, hal ini diharapkan dapat mempercepat transformasi UKM di Indonesia menuju digital (Wuragil, 2017). Dalam hal ini akan menjadi sangat penting sebuah riwayat digital wisata yang mana berisi sebuah foto, video, serta pendapat pengunjung

sebagai pengulas untuk bisa menjadi media pemasaran wisata agar bisa tetap eksis. Sebab pada saat ini tidak dapat di pungkiri bahwa semua orang akan selalu mengakses media sosial dan memanfaatkan digitalisasi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sekitar 77 persen penduduk Indonesia sudah memiliki akses internet. Pada tahun 2022, diperkirakan ada sekitar 210 juta pengguna internet di Indonesia (Dewi, 2022).

Pihak pengelola Taman Pendidikan Mangrove Labuhan ini hanya menggunakan media marketing secara tradisional, dengan cara dari mulut ke mulut. Postingan dari hasil pencarian di media sosial belum ada atas nama akun wisata TPM, dalam hal ini pengunjung kesulitan untuk mengakses media sosial mereka sebagai sarana rekomendasi kepada teman-temannya. Sedangkan dari hasil penelitian dari Al-Afifi et.al. (2015) menjelaskan bahwa digital marketing sudah menjadi bagian terpenting sebuah perusahaan atau organisasi pada saat ini memasarkan atau menyebarkan produk (wisata) akan cukup efisien jika menggunakan media sosial atau pun media digital lainnya.

Dalam hal ini adanya kecenderungan beberapa faktor yang ada di wisata Taman Pendidikan Mangrove Labuhan ini di perkuat dari beberapa sumber terkait yang dijabarkan di atas menjadi sangat menarik untuk di teliti penyebab pihak mengelola tanpa sadar menimbulkan adanya hal tersebut. Penerapan komunikasi pemasaran pihak pengelola menjadi sangat penting untuk keberhasilan sebuah perusahaan ataupun organisasi yang sedang dijalankan. Perencanaan *strategi marketing* yang tepat dalam mengelola serta pertimbangan dalam beberapa aspek komunikasi berjalan lancar dari semua kalangan pihak demi kesuksesan pariwisata ini. Fungsi komunikasi dalam membantu menyetabilkan adanya masalah dengan berbagai macam media, mulai dari sebagai saluran pemasaran, aksesibilitas, destinasi dan kesenjangan SDM dan kelembagaan pariwisata yang ada. Dengan adanya ini mampu menjadi proses penyampaian pesan atau informasi yang di tujuhan kepada masyarakat sekitar SDM dan wisatawan yang ada tidak lupa sebagai bahan acuan pengelola dalam menfungsikan media itu sendiri (Burhan Bungin, 2015:88-89).

Komunikasi yang baik mampu membawa struktur keorganisasian atau sebuah perusahaan mengatasi masalahnya dengan menggunakan strategi yang tepat, dengan adanya komunikasi menjadi peranan penting dalam mengembangkan pariwisata,

dengan wujud strategi komunikasi mampu mendorong keberhasilan daerah dalam menggait wisatawan untuk berdestinasi. Meliputi adanya komponen pemasaran pariwisata, baik dari komunikasi personal, komunikasi massa, persuasif dan yang lainnya memerlukan adanya komunikasi sebagai kelancaran aksesibilitas, mengkomunikasikan destinasi dan sumber daya yang ada di wisata Taman Pendidikan Mangrove Labuhan.

Pada dasarnya kurangnya pengendalian eksistensi digital yang menjadi faktor utama informasi mengenai wisata tersebut cukup minim. Sedangkan saat ini segala informasi sudah mulai diambil alih oleh digitalisasi yang mana segala informasi akan selalu lari pada pencarian di media sosial. Saat seseorang ingin mengunjungi sebuah wisata pun mereka akan lebih dulu mencari informasi yang ada pada wisata tersebut di media digital, yang mana informasi tersebut di dapat pada riwayat pengunjung yang mengunggah pendapat mereka akan wisata tersebut, seperti merekomendasikan di sosial media pribadi mereka (Cahyono, 2016; Ayutiani & Putri, 2018; Retnasary et al., 2019; Romadhan & Rusmana, 2017; Arisandi & Pradana, 2018).

Strategi komunikasi pemasaran digital (*digital marketing*) yang akan menjadi tolak ukur peneliti dalam membuka dan mengupas satu per satu pokok permasalahan yang ada di Wisata Taman Pendidikan Mangrove Labuhan ini melalui kajian yang melihat adanya potensi besar di wisata ini, membuat peneliti tertarik untuk mengembangkan lagi wisata yang dulunya ramai pengunjung dapat ramai lagi dengan mengikuti alur strategi digital yang ada. Penting bagi peneliti untuk bisa mengedukasi masyarakat sekitar wisata mengenai cara mengembangkan sebuah objek wisata dengan mengikuti alur globalisasi yang ada agar tetap eksis. Sebab pada dasarnya wisata ini juga sangat mempengaruhi perekonomian masyarakat sekitar, dengan adanya perkembangan wisata yang cukup bagus roda perekonomian warga pun bisa ikut berdampak lagi dari adanya wisata ini.

Ada pun beberapa potensi-potensi kritis di atas menjadi faktor yang perlu di bedah dan di benahi. Dengan menggunakan analisis SWOT terhadap strategi komunikasi (*digital marketing*) dan basis penelitian yang berjenis *fieldresearch* penelitian lapangan, peneliti tertarik untuk memetakan temuan yang ada dengan menggunakan teknik analisis SWOT sebagai acuan menemukan titik terang dari beberapa masalah yang ada. Dengan adanya strategi pemasaran digital yang tepat mampu memulihkan

kembali perekonomian masyarakat TPM dan mengenalkan adanya potensi besar yang dimiliki wisata ini kepada masyarakat luas sebagai acuan menggait minat pengunjung untuk berdestinasi ke wisata Taman Pendidikan Mangrove Labuhan di Bangkalan.

Oleh karena itu adanya sumber daya kreatif masyarakat berupa destinasi wisata Taman Pendidikan Mangrove Labuan ini menjadi aspek penting bagi peneliti untuk mengkaji lebih dalam adanya penguatan eksistensi wisata dalam dunia digitalisasi serta strategi komunikasi pemasaran digital (*marketing digital*) yang dapat digunakan untuk menggait minat pengunjung dalam berdestinasi. Melalui pemaparan peneliti pada latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam adanya hal tersebut dengan mengusung tema penelitian '*PENGELOLAAN KOMUNIKASI PEMASARAN TAMAN PENDIDIKAN MANGROVE LABUHAN BANGKALAN (Study Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran Pariwisata TPM)*'.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah yang peneliti temukan untuk bisa dikaji lebih dalam, ialah:

1. Bagaimana pengelolaan komunikasi pemasaran TPM dalam upaya meningkatkan minat pengunjung?
2. Apa saja faktor penghambat dalam pengelolaan komunikasi pemasaran Taman Pendidikan Mangrove Labuhan?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Ada pun tujuan penelitian yang mengacu pada paparan peneliti di atas dengan erat kaitannya dengan rumusan masalah yang ada, yakni:

1. Untuk mengetahui pengelolaan komunikasi pemasaran TPM dalam menggait minat pengunjung.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat pihak pengeloa dalam komunikasi Wisata Taman Pendidikan Mangrove Labuhan.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Melalui penelitian ini di harapkan pembaca dapat memperoleh manfaat yang ada pada penelitian yang di kaji oleh peneliti, yakni:

- **Manfaat Teoritis**

Dalam manfaat teoritis ini memberikan sumbangsih bagi penelitian manajemen komunikasi dan pengetahuan komunikasi pemasaran pariwisata. Sebagai refrensi untuk penelitian selanjutnya.

- **Manfaat Praktis**

Dalam penelitian ini di harapkan adanya tindakan dan pemikiran yang lebih cerdas dalam menanggapi perubahan pada keadaan tidak setabil. Mendapatkan pengalaman serta ilmu yang berguna bagi setiap individu, di antaranya ialah:

- a) **Bagi Masyarakat**

Masyarakat di sekitar TPM di harapkan bisa berperan aktif dalam meningkatkan pariwisata di daerahnya.

- b) **Bagi Pihak Pengelola**

Pengelola wisata bisa memanfaatkan teknologi dalam upaya promosi pariwisata berbasis digital.