

Rima Tara Dwi Indrawira. Program Studi Ilmu Komunikasi. Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Dalam Upaya Menjadikan Pantai 9 Sebagai Tujuan Wisata Di Sumenep

Abstrak

Sektor wisata merupakan salah satu sektor yang sangat menguntungkan. Sektor wisata menyebabkan perekonomian masyarakat meningkat drastis, khususnya bagi perekonomian masyarakat setempat. Menurut data Disparbudpora Kabupaten Sumenep, pada tahun 2019 sebanyak 1.612 wisman berkunjung kesembilan objek wisata yang ada di Kabupaten Sumenep. Kunjungan wisatawan tertinggi adalah Pantai 9 dengan jumlah 753 wisman, Museum Keraton 309, Masjid Jamik 275, Gili Labak 109, Pantai Giliyang 66, Pantai Lombang 21, Goa Soekarno 6, Rumah Kasur 2, Situs Benteng 2. Terdapat perbedaan yang sangat jauh dari jumlah kunjungan wisman disetiap wisata. Oleh sebab itu dilakukan penelitian mengenai strategi promosi oleh Disparbudpora dalam menjadikan pantai 9 sebagai tujuan wisata di Sumenep.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Subjek pada penelitian ini adalah anggota Dinas Pariwisata Kab. Sumenep, pengelola pantai 9, dan pengunjung pantai 9 dan Objek penelitian ini adalah *promotion mix*. Pemilihan informan menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dari observasi, wawancara, dokumentasi, audio visual, studi literatur. Teknik analisis data terdiri dari reduksi data, penyajian data, kemudian penarikan kesimpulan dan verifikasi. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, triangulasi Teknik, dan triangulasi waktu data. Lokasi penelitian berada di Kantor Disparbudpora dan wisata Pantai 9.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah Disparbudpora Kabupaten Sumenep melakukan strategi promosi yaitu, *advertising*; media *social*, majalah, program acara TV. *Personal selling*; melakukan kerja sama dengan kapal pesiar. *Sales promotion*; memanfaatkan *steik holder* seperti hotel dan guide. *Public Relations*; menjadikan para pelaku wisata untuk menjalankan fungsi PR. *Direct marketing*; menggaet biro travel, pelaku umkm. Pihak Pantai 9 melakukan strategi promosi media *social*, program acara TV, Kerjasama dengan Dinas Pariwisata, fasilitas penginapan, fasilitas permainan air, kuliner. Peneliti melakukan pengembangan pada pantai 9 berupa mengganti tiket yang lama dengan gelang tiket dengan harapan dapat mengurangi dan menghilangkan calo tiket masuk wisata.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Studi Kasus, Pantai 9, Wisata Sumenep

Rima Tara Dwi Indrawira. Program Studi Ilmu Komunikasi. Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Dalam Upaya Menjadikan Pantai 9 Sebagai Tujuan Wisata Di Sumenep

Abstract

The tourism sector is a very profitable sector. The tourism sector causes the community's economy to increase rapidly, especially for the economy of the local community. According to data from the Disparbudpora Sumenep Regency, in 2019 as many as 1,612 foreign tourists visited the nine tourist objects in Sumenep Regency. The highest tourist visits were Beach 9 with a total of 753 foreign tourists, Keraton Museum 309, Jamik Mosque 275, Gili Labak 109, Giliyang Beach 66, Lombang Beach 21, Soekarno Cave 6, Rumah Kasur 2, Situs Benteng 2. foreign tourists visiting each tour. Therefore, a research was conducted on how the promotion strategy by Disparbudpora in making beach 9 a tourist destination in Sumenep.

This research uses constructivism paradigm. Subjects in this study were members of the Department of Tourism Kab. Sumenep, beach managers 9, and beach visitors 9 and the object of this research is the promotion mix. Selection of informants using purposive sampling. Data obtained from observation, interviews, documentation, audio-visual, literature studies. Data analysis techniques consist of data reduction, data presentation, then drawing conclusions and verification. The validity of the data used source triangulation, technique triangulation, and data time triangulation. The research location is at the Disparbudpora Office and Beach 9 tourism.

The results obtained from this study are that the Disparbudpora Sumenep Regency carried out promotional strategies, namely, advertising; social media, magazines, TV programs. Personal selling; cooperate with cruise ships. Sales promotions; use steak holders such as hotels and guides. Public Relations; make tourism actors to carry out PR functions. Direct marketing; hook travel bureaus, SME actors. The 9th Beach party carries out a social media promotion strategy, TV programs, Cooperation with the Tourism Office, lodging facilities, water game facilities, culinary. Researchers carried out developments on beach 9 in the form of replacing old tickets with ticket bracelets in the hope of reducing and eliminating tourist entry ticket brokers.

Keywords: Strategy Promotion, Case Study, Beach 9, Sumenep Tourism

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH..	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
UCAPAN TERIMA KASIH.....	Error! Bookmark not defined.
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.	Error! Bookmark not defined.
Abstrak.....	i
DAFTAR ISI.....	3
DAFTAR TABEL	3
DAFTAR GAMBAR.....	7
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat Teoritik.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC).....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Landasan Konseptual	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Strategi	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.3 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3 Tabel Matriks	Error! Bookmark not defined.

2.4 Kerangka Berfikir.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Paradigma Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4 Teknik Pemilihan Informan	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Observasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Wawancara.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
3.5.4 Studi Literatur	Error! Bookmark not defined.
3.5.5 Audio Visual	Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Reduksi Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.2 Penyajian Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi...	Error! Bookmark not defined.
3.7 Keabsahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Triangulasi Sumber	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Triangulasi Teknik	Error! Bookmark not defined.
3.7.3 Triangulasi Waktu Data	Error! Bookmark not defined.
3.8 Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN OBJEK PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kab. Sumenep	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 VISI MISI	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Tugas Pokok Dan Fungsi	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Struktur Organisasi	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Data Kepegawaian	Error! Bookmark not defined.
4.2 Wisata Pantai 9.....	Error! Bookmark not defined.

4.2.1	Sejarah singkat pantai 9	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Monografi.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Kondisi sekitar pantai 9.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V		Error! Bookmark not defined.
HASIL DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
5.1	Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga	Error! Bookmark not defined.
5.1.1	<i>Advertising</i> (Periklanan).....	Error! Bookmark not defined.
5.1.2	<i>Personal Selling</i> (penjualan perseorangan).....	Error! Bookmark not defined.
5.1.3	<i>Sales Promotion</i> (promosi penjualan)...	Error! Bookmark not defined.
5.1.4	<i>Public Relations</i> (hubungan masyarakat).....	Error! Bookmark not defined.
5.1.5	<i>Direct Marketing</i> (pemasaran langsung).....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Strategi Promosi Pihak Pantai 9	Error! Bookmark not defined.
5.2.1	Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
5.2.2	Komunikasi Massa	Error! Bookmark not defined.
5.2.3	Kerjasama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Sumenep	Error! Bookmark not defined.
5.2.4	Fasilitas di Pantai 9	Error! Bookmark not defined.
5.2.5	Fasilitas fotografi gratis.....	Error! Bookmark not defined.
5.3	Pengembangan Pantai 9	Error! Bookmark not defined.
BAB VI		Error! Bookmark not defined.
PENUTUP		Error! Bookmark not defined.
6.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
6.2	Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
Lampiran 1		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

1.1 Data Pengunjung Wisata Di Sumenep	1
1.2 Data Pengunjung Wisata Pantai Di Kab. Sumenep Tahun 2019	3
1.3 Data Pengunjung Wisata Pantai Di Kab. Pamekasan Tahun 2019	3
1.4 Data Pengunjung Wisata Pantai Di Kab. Bangkalan Tahun 2019	3

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Perahu Penyebrangan Pantai 9 Pulau Gili Genting	30
Gambar 4.2 Tiket Penyebrangan Pantai 9 Pulau Gili Genting	31
Gambar 4.3 Penghargaan Pariwisata Berkelanjutan	32
Gambar 4.4 Tempat Penyewaan Tenda Camping	33
Gambar 4.5 Tiket Masuk Wisata Pantai 9	34
Gambar 5.1 Media Social Instagram.....	42
Gambar 5.2 Media Sosial Facebook	43
Gambar 5.3 Media Social Youtube.....	44
Gambar 5.4 Cuplikan Acara MTMA Di Pulau Gili Labak	46
Gambar 5.5 Isi Dari Majalah	47
Gambar 5.6 Tampak Belakang Branding Cover	48
Gambar 5.7 Tampak Depan Branding Cover Visit.....	49
Gambar 5.8 Media Sosial Instagram Milik Pantai 9	62
Gambar 5.9 Story Instagram Yang Direspost Sorotan.....	63
Gambar 5.10 Penggunaan Hastag Pada Instagram Pantai 9	64
Gambar 5.11 Media Social Facebook Milik Pantai 9	65
Gambar 5.12 Pantai 9 Masuk Pemberitaan Net.TV	66
Gambar 5.13 Tiket Gelang	71