

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KABUPATEN
TANGGAMUS DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI WISATA AIR TERJUN
WAY LALAAAN**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

OLEH:

PUTRI ANITASARI

19321197

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA
KABUPATEN TANGGAMUS DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI
WISATA AIR TERJUN WAY LALAN**



Disusun oleh

Putri Anitasari

19321197

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di

hadapan tim penguji skripsi

Tanggal: 26 Juni 2023

Dosen Pembimbing Skripsi,

المعنى الاستاذة الباندا


Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0529098201

PERNYATAAN PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KABUPATEN TANGGAMUS
DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI WISATA
AIR TERJUN WAY LALAN**

Disusun Oleh

PUTRI ANITASARI

19321197

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 14 Juli 2023

Dewan Penguji :

1. Ketua : Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0529098201


(.....)

2. Anggota : Ratna Permata Sari, S.I.Kom., M.A.

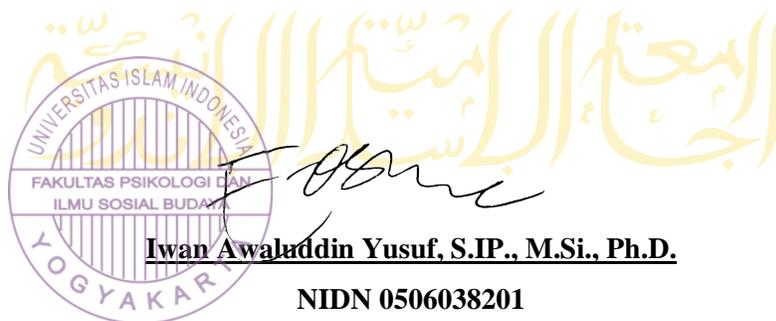
NIDN 0509118601


(.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D.

NIDN 0506038201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Putri Anitasari

Nomor Mahasiswa : 19321197

Melalui surat ini, saya menyatakan bahwa

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 20 Mei 2023



Putri Anitasari

19321197

SURAT IZIN PENELITIAN



FAKULTAS
PSIKOLOGI &
ILMU SOSIAL BUDAYA

Gedung Dr. Soekiman Wirjosandjojo
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaluran km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 2106, 2114
F. (0274) 898444 ext. 2106
E. fpisbi@uii.ac.id
W. fpisbi.uii.ac.id

Tanggal : 14 November 2022
Nomor : 2370/Dek/70/DURT/XI/2022
Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data Skripsi

Kepada :
Yth. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tanggamus

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah maupun Swasta. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Putri Anitasari
Nomor Induk Mahasiswa : 19321197
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pembimbing : Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom
Judul Skripsi :

"STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KABUPATEN TANGGAMUS DALAM
MENGEMBANGKAN POTENSI WISATA AIR TERJUN WAY LALAN"

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb



Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Qurotul Uyun
Dr. phil. Qurotul Uyun, S.Psi., M.Si., Psikolog
NIP: 963200102

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

 **PEMERINTAH KABUPATEN TANGGAMUS**
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN
TERPADU SATU PINTU
Jl.Jend. A.Yani No.05 Komplek Perkantoran Pemerintah Daerah Kabupaten Tanggamus (0722) 21910
KOTA AGUNG TIMUR

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor : 070 / 007 / 35 / II / 2023

Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 03 Tahun 2018 Tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
2. Surat Edaran Sekretariat Daerah Pemerintah Provinsi Lampung Nomor 800/179/V.16/2021 Tanggal 05 April 2021;
3. Peraturan Daerah Kabupaten Tanggamus Nomor 08 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Tanggamus;
4. Permohonan Izin Survey Penelitian dari saudara Putri Anitasari tanggal 14 November 2022 Mahasiswa Universitas Islam Indonesia;

DENGAN INI MENERANGKAN BAHWA :

Nama / NPM : **PUTRI ANITASARI / 19321197**
Jabatan : Mahasiswa
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Lokasi Penelitian : Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Tanggamus
Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia
Judul Penelitian : Strategi Kominikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus Dalam Mengembangkan Potensi Wisata Air Terjun Way Lalaan

CATATAN :

1. Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk kepentingan penelitian yang bersangkutan.
2. Tidak dibenarkan melakukan Penelitian/Survei yang tidak sesuai/tidak ada kaitannya dengan judul Kegiatan Penelitian/Survei tersebut di atas.
3. Melaporkan hasil penelitian/survei kepada bupati Tanggamus cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Tanggamus.
4. Surat Keterangan penelitian ini dicabut kembali apabila pemegangnya tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

DIKELUARKAN DI : KOTA AGUNG
PADA TANGGAL : 10 Februari 2023
a.n KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KABUPATEN TANGGAMUS
SEKRETARIS


WAWAN HARYANTO, SS.TP., MH
NIP. 19810712 200112 1 004



Tersusun Disampaikan Kepada Yth:

1. Bupati dan Wakil Bupati (Sebagai Laporan)
2. Insip



HALAMAN MOTTO

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal dia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal dia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.

(Q.S Al Baqarah: 216)

Semua orang menderita dalam hidup mereka

Ada banyak hari yang menyedihkan

Namun, daripada hari yang menyedihkan, kita berharap memiliki hari yang lebih baik

Itulah yang membuat kita hidup

Itulah yang membuat kita bermimpi.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua dan kakak-kakak saya yang selalu mendukung dan mendo'akan saya
2. Seluruh sahabat dan teman yang selalu memberikan semangat dan menemani saya dalam suka dan duka

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbilalamin, Puji dan syukur penulis sampaikan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis selama proses penulisan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam Mengembangkan Potensi Wisata Air Terjun Way Lalaan**. Skripsi ini membahas mengenai bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam mengembangkan objek wisata. Adapun alasan tugas akhir ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini tidak luput dari hambatan serta tantangan yang penulis hadapi, namun berkat adanya dukungan dan bantuan dari keluarga, pihak-pihak yang terlibat serta teman-teman yang selalu ada hingga akhirnya penulis dapat berjuang menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yaitu Ayahanda tercinta Hi. Sadiman Mansur dan Ibunda tercinta Hj Sri Wasiati yang selalu memberikan doa dan dukungan tiada henti selama melakukan studi akademik, serta memberikan dukungan dalam bentuk moral dan materi selama studi di Yogyakarta.
2. Kakak-kakak saya dan Nadia Imti yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi.
3. Ibu Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar dalam membimbing saya selalu memberikan senyum, memberikan ilmu yang bermanfaat dan mendukung saya ketika melaksanakan penelitian sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Narasumber yang telah membantu hingga terselesaikannya penelitian ini Ibu Retno Noviana Damayanti, S.T., M.T selaku Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Kabupaten Tanggamus dan juga Bapak Wawan Hariyanto yang telah menghubungi saya dengan narasumber.

5. Rekan dekat saya Venta, Wendy, Fara dan Jemima yang telah banyak membantu, saling menguatkan dan banyak memberikan saran hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Sahabat saya Alm. Aulia Putri Riandhayu dan Arutalla team terimakasih sudah menemani saya dalam lika-liku dunia perkuliahan, memberi warna kehidupan dan selalu menemani saya selama 4 tahun ini.
7. Sahabat saya Anisya, Revita, Baeti, Elza dan Prita terimakasih sudah mendengarkan keluhan, tangisan dan selalu meyakinkan saya bahwa semua akan baik-baik saja selama saya hidup di perantauan.
8. Semua pihak yang terlibat yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih untuk dukungan dan motivasinya

Tidak lupa saya mohon maaf apabila selama pengerjaan skripsi ini terdapat kekhilafan dan kesalahan. Saya menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan yang saya miliki. Oleh karena itu, saya mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 20 Mei 2023



Putri Anitasari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	14
ABSTRACT	15
BAB I	16
PENDAHULUAN	16
1. Latar Belakang.....	16
2. Rumusan Masalah.....	20
3. Tujuan Penelitian.....	21
4. Manfaat Penelitian.....	21
5. Tinjauan Pustaka.....	22
6. Metode Penelitian.....	31
BAB II	35
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	35
A. Profil Air Terjun Way Lalaan.....	35
B. Profil Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus.....	40
C. Visi Misi dan Tugas Pokok Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus.....	41
D. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus.....	42
BAB III	45
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Temuan Penelitian	45
1. Potensi Objek Wisata Unggulan.....	45
2. Sumber Daya Manusia Pengelola Wisata.....	52
3. Upaya Mempromosikan Objek Wisata Air Terjun Way Lalaan.....	54
B. Pembahasan	63
1. Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam	

mengembangkan objek wisata Air Terjun Way Lalaan.....	63
2. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata 7p dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan.....	66
3. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata 7p dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan.....	67
4. Analisis SWOT.....	80
5. Faktor Pendukung dan Penghambat.....	81
<i>BAB IV</i>	83
<i>PENUTUP</i>	83
A. Kesimpulan	83
B. Keterbatasan Penelitian.....	85
C. Saran	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Air Terjun Way Lalaan	17
Gambar 1. 2 Promosi Wisata Melalui YouTube.....	19
Gambar 1. 3 Gambar Promosi Melalui Instagram	19
Gambar 1. 4 Kerangka Berpikir.....	30
Gambar 2. 1 Air Terjun Way Lalaan	35
Gambar 2. 2 Area Bermain Anak	36
Gambar 2. 3 Tourism Information Centre	38
Gambar 2. 4 Panggung Hiburan.....	38
Gambar 2. 5 Artikel Tur IFTA di Tanggamus	40
Gambar 2. 6 Peta Wisata Kabupaten Tanggamus.....	41
Gambar 3. 1 Wisata Unggulan.....	48
Gambar 3. 2 Wisata Madu Klenceng.....	50
Gambar 3. 3 Taman Buatan	52
Gambar 3. 4 Pembinaan POKDARWIS	53
Gambar 3. 5 Banner Air Terjun Way Lalaan.....	55
Gambar 3. 6 Booklet Air Terjun Way Lalaan.....	56
Gambar 3. 7 Website Disparbud.....	58
Gambar 3. 8 Instagram Dinas	59
Gambar 3. 9 Akun YouTube Dinas	60
Gambar 3. 10 Akun TikTok Dinas	61
Gambar 3. 11 Majalah Wisata Kampung Way Lalaan	70
Gambar 3. 12 Akun Instagram Dinas	71
Gambar 3. 13 Akun TikTok Dinas	72
Gambar 3. 14 Akun YouTube Dinas	73
Gambar 3. 15 Akun Website Dinas	74
Gambar 3. 16 Akun Website Dinas	74
Gambar 3. 17 Gedung Serbaguna	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian	31
Tabel 3. 1 Analisis SWOT	81

ABSTRAK

Anitasari, Putri. 19321197(2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam Mengembangkan Potensi Wisata Air Terjun Way Lalaan. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Terdapatnya pandemi Covid-19 menyebabkan banyak zona yang terdampak, salah satunya zona pariwisata. Wisata Air terjun Way Lalaan menjadi salah satu wisata yang mampu bangkit karena aktivitas komunikasi pemasaran sangat efisien digunakan guna mengiklankan keelokan Air Terjun Way Lalaan yang kemudian dilakukan oleh pemerintah daerah Tanggamus. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui potensi, upaya serta hambatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara serta dokumentasi berupa pencarian data online.

Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam rangka bekerja sama dengan pengelola untuk membangkitkan kembali destinasi wisata yang pernah terdampak, tidak hanya itu, setiap satu bulan pengelola memberikan laporan (*weekly report*) berupa perkembangan jumlah pengunjung.

Strategi pemasaran 7p yang digunakan adalah (1) Dalam mengembangkan wisata dibangun secara sinergis seperti memperhatikan fasilitas wisata serta fasilitas umum, terdapat potensi baru seperti wisata edukasi madu klenceng yang menjadi potensi wisata edukasi yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan. Sedangkan kolam pemancingan ikan dan taman way lalaan juga memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang ingin merelaksasikan diri. (2) Air Terjun Way Lalaan menetapkan harga terjangkau sehingga semua masyarakat dapat menikmati keindahan alamnya. (3) Lokasi yang berada di jalan utama Tanggamus mudah diakses serta fasilitas sarana dan prasarana yang sudah sangat memadai (4) Melakukan promosi wisata seperti *publication* jenis publikasi yang digunakan berupa media cetak dalam bentuk majalah, *Advertising* dilakukan dengan menggunakan media cetak dalam bentuk iklan banner, dan *digital marketing* menggunakan media sosial Instagram, YouTube, Website dan TikTok yang dikelola oleh seksi promosi yang sering berbalas pesan terkait informasi objek wisata. (5) Pengembangan sumber daya manusia yang meliputi sumber daya manusia yang bekerja di instansi pembinaan pariwisata. (6) Dalam pelaksanaan kepariwisataan kinerja pekerja Air Terjun Way Lalaan harus informatif dan cekatan dalam melayani pengunjung (7) Air Terjun Way Lalaan satu-satunya objek wisata yang memiliki gedung serba guna yang bernama gedung “Sang Ratu”.

Kata Kunci: Air Terjun Way Lalaan, Strategi Komunikasi Pemasaran, Potensi Wisata

ABSTRACT

Anitasari, Putri. 19321197 (2023). *Marketing Communication Strategy of the Tanggamus District Tourism Office in Developing the Tourism Potential of the Way Lalaan Waterfall. Bachelor Thesis. Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia.*

The Covid- 19 pandemic has affected many different aspects of our lives, including tourism. Way Lalaan Waterfall Tourism is one of the few tourist attractions that managed to rise despite the circumstances due to the effectiveness of their marketing communication efforts in advertising the beauty of Way Lalaan Waterfall, an action carried out by the local government of Tanggamus. This research was conducted to determine the potential, efforts and obstacles made and met by the Tourism Office of Tanggamus Regency. This research was performed using a descriptive qualitative method. The data is collected through observations, interviews, and documentation in the form of online research.

The results show that the Tanggamus Regency Tourism Office employed a communication strategy to work with managers to revive tourist destinations that were once affected. Not only that but every month the managers are also expected to submit a collection of reports (weekly report) displaying the development of the number of visitors.

The 7p marketing strategy used is (1) In developing tourism, it is built synergistically, such as paying attention to tourist facilities and public facilities, there are new potentials such as educational tourism for Kleceng honey which is a potential for educational tourism that can add insight and knowledge. Meanwhile, the fishing pond and Way Lalaan Park also have their own charm for visitors who want to relax. (2) Way Lalaan Waterfall sets affordable prices so that all people can enjoy its natural beauty. (3) The location which is on the main road of Tanggamus is easily accessible and the facilities and infrastructure are very adequate (4) Doing tourism promotion such as publications, the type of publication used is in the form of print media in the form of magazines, advertising is carried out using print media in the form of banner ads , and digital marketing using social media Instagram, YouTube, Website and TikTok which are managed by a promotion section that often replies to messages regarding information on tourist attractions. (5) Development of human resources which includes human resources working in tourism development agencies. (6) In implementing tourism, the performance of Way Lalaan Waterfall workers must be informative and adept in serving visitors (7) Way Lalaan Waterfall is the only tourist attraction that has a multi-purpose building called the "Sang Ratu" building.

Key Words: Way Lalaan Waterfall, Marketing Communication Strategy, Tourism Potential

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Terdapatnya pandemi Covid- 19 menyebabkan banyak zona yang terdampak, salah satunya zona pariwisata. Kedatangan pandemi Covid- 19 yang menyerang zona pariwisata serta ekonomi kreatif saat ini berakibat sangat besar bagi Indonesia. Jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia mengalami pengurangan yang sangat pesat pada Februari 2020, informasi yang didapat menyebutkan bahwa jumlah wisatawan yang masuk ke Indonesia sebesar 158 ribu puncaknya pada April, informasi yang dikumpulkan dalam buku Tren Pariwisata 2021 cetakan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang itu sesuai berlangsung. Akibatnya menjadi suatu evaluasi yang wajib lekas ditangani.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif melaporkan jika jumlah wisatawan mancanegara yang mendatangi Indonesia selama tahun 2020 kurang lebih 4,052 juta orang. Jumlah itu sangat mengalami penyusutan sebab hanya menggantikan 25 % dari keseluruhan wisatawan mancanegara yang mendatangi Indonesia pada tahun 2019. Hal itu juga dialami pada jumlah wisatawan dalam negeri yang mengalami penyusutan sebesar 61 % jika dibandingkan dengan tahun saat sebelum adanya pandemi Covid- 19. Akibat dari adanya pandemi Covid-19 zona pariwisata Indonesia mengalami penyusutan pendapatan sebesar 20,7 Miliar ditambah dengan diberlakukannya pembatasan sosial bersekala besar (PSBB).

Sedangkan itu, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung ikut merasakan penyusutan kunjungan wisatawan yang juga diakibatkan oleh pandemi Covid- 19. Ali dkk. (2021) menguraikan jika selama tahun 2020 sudah terjadi penyusutan jumlah wisatawan yang sungguh berarti di Provinsi Lampung. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung menghasilkan data yang melaporkan jika jumlah kunjungan wisatawan mancanegara hanya 298.063 orang di tahun 2019, perihal ini hadapi penyusutan jumlah wisatawan di tahun 2020 menjadi 1.531 orang saja. Sebaliknya wisatawan dalam negeri pada tahun 2019 terdaftar sebesar 10.445.855, sehingga pada tahun 2020 turun menjadi 2.548.394 orang. Akibat dari adanya pandemi yang mengenai zona pariwisata dikala ini pastinya menginginkan terdapatnya suatu kegiatan new normal yang bila diatur dengan baik bisa meningkatkan kebangkitan.

Buku Tren Pariwisata 2021 terbitan publikasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menjelaskan bahwa wisata alam akan menjadi destinasi wisata yang sangat populer dan disukai banyak masyarakat dalam kondisi new normal. Tahapan awal masa pemulihan pasca pandemi, kebosanan akibat melakukan semua aktivitas di rumah saja akan mendorong wisatawan untuk menikmati keindahan alam dan lingkungan hijau yang menyegarkan. Karena alam dapat membawa manfaat yang besar bagi kesehatan baik jasmani dan rohani, tanpa adanya resiko. Wisata alam dapat memberikan keleluasaan dengan memberikan penyegaran akan keindahan alam yang asri. Hal tersebut menjadikan objek wisata alam sangat disukai oleh masyarakat salah satunya semacam objek wisata Air Turun Way Lalaan.

Nama Air turun Way Lalaan berasal dari kata “Way” yang berarti perairan dalam bahasa lampung serta “Lalaan” mengalir ke Teluk Semangka. Ketinggian air yang menuruni gunung ini tingginya kurang lebih 11 meter. Lokasinya mudah dijangkau serta dekatnya jarak dengan ibukota Tanggamus mempermudah para pengunjung buat datang ke tempat itu. Hal ini sesuai dengan Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan menyatakan bahwa kawasan strategis pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial, dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkup hidup, serta pertahanan dan keamanan.



Gambar 1. 1 Air Terjun Way Lalaan

Sumber: Google (2022)

Pembangunan sarana yang berlainan serta istimewa mempunyai tujuan buat dapat menarik pengunjung yang menjadi aspek penggerak dalam kemajuan sesuatu subjek darmawisata (Wilopo et al., 2017). Aktivitas positif semacam meluaskan wawasan, relaksasi, tingkatkan energi inovatif ataupun melenyapkan kejenuhan menjadi kegiatan yang bisa dicoba oleh para pengunjung saat berada di sebuah objek wisata (Aprilia et al., 2017).

Jumlah pengunjung yang datang ke objek wisata sebesar 9134 orang pertahun sepanjang 4 tahun, artinya hanya 761 pengunjung yang datang ke Air Terjun Way Lalaan setiap bulannya. Perkembangan pengunjung hanya sebesar 8, 3% pertahun sejak adanya pandemi Covid-19, sedangkan standar yang diresmikan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus sebesar 15% pertahun yang artinya jauh dibawah standar yang telah ditetapkan. Jumlah pengunjung bermacam-macam sebab situasi alam yang tidak tentu, seperti hujan rimbun serta minimnya himbuan di area objek wisata Air Terjun Way Lalaan. (Rencana Strategis Dinas Pariwisata Tanggamus; 2018). Dapat dilihat Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol. 04, No. 2 / Februari 2021. Oleh karena itu, Dinas Kabupaten Tanggamus berperan penting dalam menarik perhatian wisatawan yang berkunjung.

Aktivitas komunikasi pemasaran sangat efisien digunakan guna mengiklankan keelokan Air Terjun Way Lalaan yang kemudian dilakukan oleh pemerintah daerah Tanggamus. Menurut Tjiptono (2008: 219), komunikasi pemasaran ialah aktivitas penjualan yang bermaksud guna mengedarkan data, pengaruhi serta menjangkau khalayak pasaran. Adapun komunikasi pemasaran yang dilakukan pemerintah daerah Tanggamus ialah, memakai sarana promosi serupa banner serta sosial media (YouTube serta Instagram) yang bermuatan data terpaut objek wisata Air Turun Way Lalaan.



Dinas Pariwisata dan Kebudayaan...
304 subscribers

SUBSCRIBE

Gambar 1. 2 Promosi Wisata Melalui YouTube

Sumber: Youtube (2022)



Gambar 1. 3 Gambar Promosi Melalui Instagram

Sumber: Instagram (2022)

Kedua gambar diatas merupakan aktivitas advertensi yang dilakukan pemerintah daerah sebagai bentuk memperkenalkan destinasi darmawisata wilayah tersebut salah satunya seperti Air Terjun Way Lalaan. Media sosial YouTube menayangkan video sekitar objek wisata dengan memberikan penjelasan seperti sejarah singkat, denah lokasi dan sarana apa saja yang disediakan bagi pengunjung. Sedangkan di akun media sosial Instagram tidak hanya diramaikan dari *official* akun saja tetapi juga diramaikan oleh wisatawan yang *me-mention* kegiatan mereka saat mengunjungi objek wisata.

Kelebihan dari media sosial YouTube dan Instagram dengan adanya fitur komentar yang dimana setiap orang bisa memberikan pendapatnya tentang destinasi wisata yang mereka dan terdapat fitur share untuk bisa berbagi kepada orang yang ingin kita bagikan informasi. Media social ialah area komunikasi online yang saat ini banyak dipakai oleh bermacam golongan, dimana konsumen bisa dengan mudah bekerja sama, berhubungan, bertukar pikiran, serta membuat bermacam kategori konten memanfaatkan bermacam kategori program yang terdapat (Cahyono, 2016).

Pemerintah Kabupaten Tanggamus melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan melangsungkan program dusun darmawisata, aktivitas yang dicoba antara lain memberdayakan penduduk yang berada dekat dengan subjek darmawisata Air Terjun Way Lalaan turut ikut serta aktivitas itu. Pariwisata menjadi salah satu sektor yang dapat membantu pendapatan, karena pariwisata dapat mendorong masyarakat lokal untuk bertindak bersama untuk mendukung perekonomian individu dan daerah. Menurut Karyono (1997:15). Hal ini dapat dilaksanakan dan bertujuan untuk lebih meningkatkan perekonomian sehingga berdampak pada kesejahteraan masyarakat di sekitar objek wisata.

Objek wisata Air Terjun Way Lalaan ini diharapkan bisa menaikkan pendapatan asli daerah lewat kenaikan aktivitas wisata alam yang tujuan khususnya menarik wisatawan dalam serta luar daerah. Harapan tersebut dapat terwujud apabila pengelolaan objek wisata dapat diatur sedemikian rupa untuk menarik minat wisatawan, memberikan informasi dan publisitas yang maksimal kepada masyarakat serta menciptakan kondisi yang kondusif untuk pengembangan, pemasaran, sarana dan prasarana yang lebih baik sebagai salah satu pendukung ekowisata.

Tujuan dilakukannya kegiatan ini untuk mengeksplor wisata Way Lalaan agar lebih dikenal di mata daerah-daerah juga dijenjang nasional. Aktivitas ini ialah salah satu wujud strategi pemerintah Kabupaten untuk mempromosikan wisata way lalaan sehingga lebih menarik minat wisatawan yang datang. Berlandaskan pada pemaparan di atas, urgensi riset ini merupakan guna mengenali lebih dalam strategi yang dilakukan pemerintah pemerintah sehingga potensi wisata tersebut dapat berjalan dengan positif. Riset ini dilakukan guna mengenali seperti apa peran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam mempromosikan objekwisata. Penelitian ini juga perlu dilakukan untuk menjadi contoh bagi pelaku sektor wisata lain yang ingin mengikuti jejak objek wisata Air Terjun Way Lalaan.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana potensi-potensi yang ada pada pengembangan objek wisata Air TerjunWay

Lalaan?

2. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam mengembangkan objek wisata Air Terjun Way Lalaan?
3. Apa saja hambatan yang dialami dalam usaha mengembangkan objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Guna mengenali potensi-potensi yang ada pada pengembangan objek wisata Air Terjun Way Lalaan.
2. Mengetahui usaha yang dilakukan pemerintah daerah dalam perihal meningkatkan objek wisata Air Terjun Way Lalaan.
3. Guna mengenali hambatan yang dialami dalam upaya mengembangkan objek wisata Air Terjun Way Lalaan.

4. Manfaat Penelitian

Berlandaskan pada hasil riset, diharapkan dapat memberi manfaat yang terdiri dari dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

a. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis yang bisa didapat dari riset ini ialah untuk menambah wawasan informasi dan referensi khususnya terkait tentang teori komunikasi pariwisata, dengan harapan dapat digunakan untuk penelitian dengan point yang sama pada penelitian berikutnya.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari riset ini diharapkan dapat menjadi bahan penilaian yang bertujuan untuk menghilangkan kekurangan dalam pengembangan potensi wisata dan memberikan informasi berupa komunikasi pariwisata yang terjadi di kawasan objek wisata sehingga diharapkan mampu menjadi contoh bagi objek wisata lain.

5. Tinjauan Pustaka

a. Penelitian Terdahulu

1. Bagas Tria Pamungkas (2019)

Dengan judul penelitian “Strategi Pemerintah Kabupaten Semarang dalam Pengembangan Potensi Pariwisata di Candi Gedong Songo”. Tujuan penelitian ialah guna mengenali strategi pemerintah daerah dalam pengembangan potensi darmawisata di Dusun Candi, mengenali aspek penghalang dalam meningkatkan potensi pariwisata di Dusun Candi, serta mengenali aspek pendukung pengembangan kemampuan pariwisata. Memanfaatkan prosedur riset kualitatif deskriptif dengan Metode pengumpulan informasi berbentuk observasi, wawancara serta dokumentasi. Perbandingan riset terdahulu dengan riset terkini ialah terdapat pada teorinya, riset terdahulu memakai teori pengemban wisata serta objek wisata selaku referensi sebaliknya riset saat ini memakai teori komunikasi pariwisata.

2. Abdul Dilapanga, Jeane Langkai, Nikita Rawung (2019)

Meneliti tentang “Strategi Pemerintah dalam Pengembangan Potensi Destinasi Pariwisata di Kabupaten Minahasa”. Tujuan riset ini guna mendeskripsi strategi pemerintah dalam meningkatkan potensi destinasi pariwisata pada Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa dalam meningkatkan kemampuan darmawisata di Kabupaten Minahasa. Hasil yang didapat dari riset membuktikan kalau Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa belum melaksanakan analisa mengenai kekuatan-kekuatan kemampuan destinasi pariwisata, belum melaksanakan analisa mengenai kelemahan dari destinasi pariwisata, belum melaksanakan analisa mengenai potensi destinasi pariwisata serta belum melaksanakan analisa mengenai bahaya potensi destinasi pariwisata.

3. Arie Fitrianti, Ahmad Yunani (2019)

Meneliti tentang “Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wanasari”. Tujuan penelitian ini untuk melihat kontribusi warga dalam pengawasan dusun darmawisata amatlah besar yang nampak dari partisipasi warga lokal dalam pemograman pengembangan dusun darmawisata. Dalam perihal ini warga

berdampingan dengan pemerintah memantau pembangunan serta pengembangan dusun darmawisata. Dusun darmawisata tidak dapat berjalan bila pengelola adat tidak ikut serta dalam perihal pemograman serta pengawasan. Perbandingan riset terdahulu dengan riset terkini, terdapat pada Metode pengumpulan informasi. Riset terdahulu memakai tata cara kualitatif dengan analisa triangulasi sebaliknya riset saat ini memakai deskriptif kualitatif.

4. Ana Merliana Sari (2021)

Meneliti tentang “Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Tradisional di Tengah Pandemi Covid-19”. Tujuan penelitian untuk mengetahui kegiatan pemasaran yang dilakukan CV. Magnet Production dalam mengiklankan darmawisata Pasar Tradisi Lembah Merapi. Dengan memanfaatkan metode penelitian kualitatif dan menggunakan model analisis SOSTAC. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian terbaru, penelitian terdahulu dalam mempromosikan wisatanya menggunakan metode SOSTAC, sedangkan penelitian sekarang mempromosikan wisatanya hanya menggunakan media sosial.

5. Ristarnado, Joko Settyoko, Harpinsyah (2019)

Meneliti tentang “Strategi Pemerintah Desa dalam Mengembangkan Pariwisata”. terkait dengan dimensi-dimensi strategi ialah: Tujuan, Kebijakan serta program yang dicoba Pemerintah Dusun tercantum ke dalam Strategi. Ada pula strategi pemerintah dusun Tanjung Alam dalam pengembangan darmawisata Danau Biru ialah penyediaan alat serta infrastruktur darmawisata danau biru, konsep bonus iklan, pembuatan pengatur tetap, koordinasi dengan zona pendukung pariwisata, penerapan iklan pariwisata nusantara paling utama di dalam negeri serta penataran pembibitan pembimbing darmawisata. Perbandingan riset terdahulu dengan riset terkini terdapat pada metode pengumpulan informasi yaitu purposive sampling sebaliknya riset saat ini tidak memakai purposive sampling.

b. Kerangka Teori

1. Komunikasi Pariwisata

1.1 Definisi Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata menjadi bukti adanya perkembangan komunikasi dalam industri pariwisata. Hal ini dimungkinkan karena pariwisata memiliki potensi yang besar sebagai alat komunikasi (Paramita, 2017). Pariwisata membentuk kegiatan dinamis yang melibatkan banyak orang dan dapat mengembangkan berbagai sektor usaha (Ismayanti, 2004).

Dari penjelasan komunikasi pariwisata yang telah dipaparkan di atas, bisa disimpulkan jika komunikasi menggambarkan sarana kegiatan pariwisata untuk memediasi dan meningkatkan sektor pariwisata untuk menarik wisatawan. Komunikasi merupakan komponen penting dari kinerja perjalanan pariwisata, baik dari sisi wisatawan maupun pemilik wisata.

1.2 Peran Komunikasi Pariwisata

Di industri pariwisata komunikasi menjadi bagian yang penting, baik dalam dimensi maupun komponen kepariwisataan. Komunikasi dapat membantu pemasaran pariwisata dalam berbagai aspek pemasaran, komunikasi menjalankan peran yang sangat baik dalam konten maupun media komunikasi. Dalam sarana komunikasi, ada semacam alat komunikasi selaku saluran sumber daya manusia, aksesibilitas, pemasaran, kelembagaan pariwisata dan destinasi. Komunikasi berperan dalam menyiapkan isi pesan untuk menyampaikan kepada masyarakat atau wisatawan terkait apa yang perlu mereka mengerti mengenai media apa saja yang terkandung didalamnya (Nova dan Yasir, 2019).

Bungin (2015) beranggapan jika komunikasi mampu selaku kedudukan dalam beraneka ragam bagian pada aspek marketing darmawisata, yang dimana perihal itu mempunyai kedudukan pada alat komunikasi. peranannya yaitu:

1. Komunikasi jadi perantara dibidang pariwisata, komunikasi diharapkan bisa jadi

alat pemasaran, destinasi, aksesibilitas, atau pemasok sarana sumber daya manusia serta kelembagaan pariwisata

2. Komunikasi berfungsi sangat berarti dalam kategorisasi suatu isi catatan terpaut catatan yang wajib dikenal oleh warga luas hal terkait destinasi darmawisata yang hendak mereka tuju.

Menurut Bungin (2015) ada 9 bidang komponen komunikasi pariwisata, dalam riset ini hanya berfokus pada satu komponen yaitu:

1. Manajemen Komunikasi Pariwisata

Kajian ini mengkaji manajemen pemasaran pariwisata, manajemen destinasi, manajemen aksesibilitas dan manajemen sumber daya manusia, serta bagaimana manajemen dan komunikasi pariwisata diterapkan dalam kaitannya dengan lembaga pariwisata. Dalam penelitian ini, peneliti akan mendefinisikan dan menjelaskan dari sub bab manajemen pemasaran pariwisata.

- a. Manajemen Pemasaran Pariwisata

Pengertian dari manajemen pariwisata secara umum dapat didefinisikan sebagai studi ilmiah dalam memilih pasar target untuk menjangkau, mengembangkan pelanggan, mempertahankan, menyampaikan isi pesan komunikasi, dan memberikan nilai yang tinggi kepada (Kolter dan Keller, 2009). Berdasarkan pengertian tersebut maka berkembangnya tempat dan kegiatan wisata, akses ke tempat wisata, sarana akomodasi, prasarana, dan lain-lain. Rencana khusus yang lebih rinci dan lengkap perlu disiapkan untuk menyertakan dukungan untuk komunikasi pemasaran dan pariwisata yang efektif. Manajemen pemasaran memegang peranan penting dalam dunia pariwisata. Seperti mengungkapkan kegiatan menilai atau menaikkan keadaan yang berhubungan dengan aktivitas darmawisata bagi instansi pariwisata. Karena berhubungan dengan kegiatan untuk memperkirakan atau mengantisipasi hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan wisata ke pelaku wisata. Efektivitas dan efisiensi komunikasi memerlukan teori yang tepat agar kegiatan pemasaran berjalan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

b. Media Komunikasi Pemasaran Pariwisata

Keberhasilan kegiatan pariwisata tidak lepas dari suatu media komunikasi yang tepat. Penggunaan saluran komunikasi yang tepat, pesan yang ingin disampaikan ke penerima pesan menentukan keefektifitasan komunikasi. Menurut Tjiptono (2008: 27) tujuan dari pemilihan media ialah dengan memilih media yang tepat untuk mengkampanyekan iklan yang bertujuan untuk menginformasikan kepada pelanggan sehingga paham dalam menentukan sikap dan tertarik terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa pemilihan model komunikasi merupakan bagian penting dari pelaksanaan komunikasi pemasaran pariwisata.

Menurut Kusumastuti (2009: 251) dalam kegiatan penggunaan media komunikasi pemasaran pariwisata membagi media menjadi tiga kelompok yaitu:

- 1) Media Massa, terdiri dari media elektronik dan media cetak;
- 2) Media personal, misalnya profil korporat, katalog dan folder;
- 3) Media kelompok, media ini dapat digunakan pada kegiatan yang melibatkan kelompok tertentu, seperti video presentasi.

Pesan yang disampaikan melalui proses komunikasi pariwisata dapat berupa pesan persuasif agar mendorong konsumen tertarik pada produk tertentu. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang ingin berkunjung ke objek wisata.

Menurut Kotler dalam Manafe (2016) kegiatan promosi memiliki lima cara yaitu:

1. Periklanan (Advertising), dalam bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai macam media yang ditujukan untuk meningkatkan pembelian.
2. Penjualan Tatap Muka (Personal Selling), berupa bentuk promosi secara personal atau langsung seperti presentasi lisan dalam satu percakapan dengan calon konsumen yang ditujukan untuk meningkatkan pembelian.
3. Publisitas (Publicity), bentuk promosi non personal terkait dengan pelayanan

usaha tertentu dengan cara menerangkan informasi tentang produk kepada konsumen.

4. Promosi Penjualan (Sales Promotion), suatu bentuk kegiatan promosi yang dilakukan dengan menggunakan pemasaran yang ahli di bidangnya.
5. Pemasaran Langsung (Direct Marketing), berupa bentuk penjualan perorangan yang dilakukan secara langsung yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen.

c. Strategi Pemasaran Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Dalam bentuk usaha menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke sebuah objek wisata pada suatu daerah tertentu diperlukan adanya strategi pemasaran yang baik. Salah satu bagian paling penting dalam pemasaran pariwisata adalah karena pemasaran merupakan upaya untuk mempromosikan, menginformasikan, dan menawarkan kepada konsumen mengenai produk usaha atau layanan yang mereka jual. Strategi pemasaran terdiri dari segala macam kegiatan yang berusaha mengembangkan bentuk pembelian pada suatu produk dalam kurun waktu yang singkat (Shimp, 2003:6). Promosi dalam pariwisata ialah sebuah arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan calon wisatawan atau sebuah lembaga pariwisata kepada tindakan yang mampu menciptakan pertukaran (kegiatan jual-beli) dalam pemasaran suatu produk pariwisata (Suryadana dan Octavia, 2015:157). Jika keduanya berjalan dengan baik maka perkembangan pariwisata akan terwujud dan memberikan pengaruh yang baik bagi kepariwisataan dalam rangka menarik minat wisatawan, mempercepat pertumbuhan pariwisata dan meningkatkan kunjungan.

2. Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata

2.1 Definisi Peran Pemerintah dalam Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata wajib disusun serta direncanakan sedemikian baik alhasil tujuan yang ingin dicapai dalam pengembangan pariwisata bisa berhasil dengan hasil yang optimal. Pemerintah daerah menjadi komponen yang sangat

penting dalam suatu pengembangan potensi wisata, karena pemerintah memiliki peran sebagai motivator dan memfasilitasi pengembangan potensi wisata. Era otonomi daerah membagikan kedudukan yang besar untuk penguasa wilayah dalam pengurusan serta pengelolaan kebijaksanaan daerah. Dibentuknya Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah daerah, menunjukkan bahwa keberhasilan suatu daerah terdapat pemerintah yang memainkan kedudukan bernilai dalam menata serta mengatur daerahnya.

2.2 Peran dan Tanggung Jawab Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata

Menurut Soerjono Soekanto (1987:23) dalam Henri Suharto (2018) mengenai kedudukan serta peran dimana sesuatu aktivitas terkini diujarkan serta andil pada saat melaksanakan seluruh suatu yang berkaitan dengan hak serta peranan. Sesudah membahas penuturan rancangan kedudukan yang sudah di informasikan oleh sebagian pakar, bisa disimpulkan jika kedudukan tidak lebih dari suatu guna dari sesuatu kewajiban ataupun profesi yang wajib dilakukan oleh seorang ataupun lembaga guna mendapatkan sesuatu tujuan yang harus digapai dari lembaga itu.

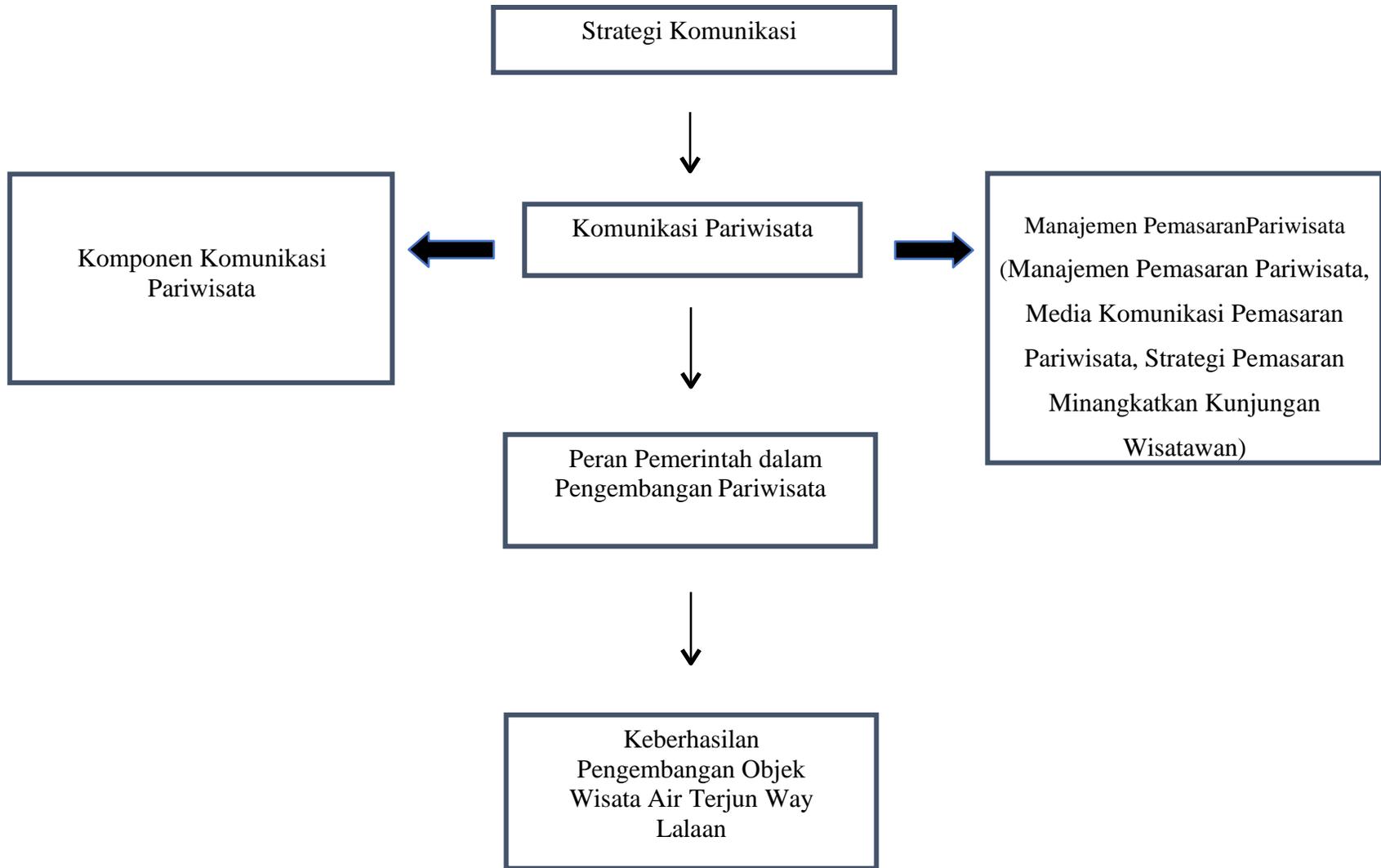
Sebagaimana yang terkandung dalam Pasal 5 dalam Peraturan Daerah Kabupaten Tanggamus Nomor 06 Tahun 2019 tentang Pengembangan Terpadu Kepariwisata bahwa, pemerintah daerah berwenang dan tanggung jawab dalam:

- a. Menetapkan kebijakan pembangunan, pengembangan, dan pengelolaan Kepariwisata di wilayahnya berdasarkan kebijakan nasional Kepariwisata dengan memperhatikan kepentingan daerah sekitarnya;
- b. Menetapkan pola pengelolaan Kepariwisata terutama obyek wisata yang dapat dimitrakan dengan pihak ketiga baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum;
- c. Menetapkan rencana pembangunan, pengembangan, dan pengelolaan Kepariwisata berdasarkan Rencana Induk Kepariwisata daerah;
- d. Menetapkan dan mengelola destinasi pariwisata;
- e. Menetapkan zona kawasan wisata;

- f. Mengkoordinasikan penyelenggaraan pembangunan dan pengembangan Kepariwisata baik industri, destinasi maupun pemasaran pariwisata;
- g. Memfasilitasi promosi destinasi pariwisata, dan produk wisata;
- h. Menetapkan daya tarik wisata dan memfasilitasi pengembangan daya tarik wisatabaru;
- i. Memelihara dan melestarikan daya tarik wisata;
- j. Menyelenggarakan bimbingan kepada masyarakat untuk sadar wisata;
- k. Menyelenggarakan pendidikan, pelatihan, dan penelitian Kepariwisata;

c. Kerangka Pikir

Sugiyono (2017:60) menyebutkan bahwa model konseptual menjadi kerangka berpikir yang dapat dimanfaatkan selaku filosofi yang berhubungan dengan faktor- faktor yang pengenalan selaku permasalahan bernilai. “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam Mengembangkan Potensi Wisata Air Terjun Way Lalaan.”



Gambar 1. 4 Kerangka Berpikir

6. Metode Penelitian

6.1 Paradigma dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif dalam penelitian ini mempunyai tujuan guna menguasai suatu kejadian terikat dengan poin riset yang mempunyai fokus pada kondisi eksklusif dengan cara objektif. Terpaut dengan hasil tanya jawab yang berbentuk wawasan, pengalaman, opini, serta pandangan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam mengembangkan pariwisata Air Terjun Way Lalaan. Dengan begitu informasi dalam riset kualitatif ini berbentuk informasi deskriptif yang berupa perkataan serta perkata bersumber pada entitas riset.

6.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Diperkirakan waktu penelitian membutuhkan waktu enam bulan, dengan penyediaan waktu sebagai berikut:

No.	Kegiatan	Bulan (2022-2023)					
		Juni	Juli	Des	Jan	Feb	Mei
1.	Penyusunan Proposal Penelitian	■					
2.	Bimbingan	■					
3.	Seminar Proposal		■				
4.	Pengumpulan data berupa primer dan data sekunder			■			
5.	Proses Pengolahan Data				■		
6.	Penyerahan hasil penelitian					■	
7.	Ujian Skripsi						■

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian

6.3 Narasumber

Penelitian dengan objek wisata Air Terjun Way Lalaan yang berkaitan dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dan pengelola wisata, maka peneliti memilih narasumber, diantaranya:

1. Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus

2. Pengelola wisata Air Terjun Way Lalaan

Dalam hal ini, peneliti menentukan narasumber berdasarkan kriteria yang peneliti anggap paling memahami terkait strategi komunikasi seperti apa yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dalam mengembangkan potensi wisata.

6.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada melaksanakan riset sangat dibutuhkan terdapatnya sesuatu informasi selaku hasil akhir dari riset itu, dalam melaksanakan riset kualitatif pengamat melakukan sebagian metode pengumpulan informasi, ialah:

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara non partisipatif, dalam perihal ini pengamat mempunyai kedudukan selaku pengamat kejadian yang hendak diawasi. Observasi dilakukan guna memperoleh cerminan komplit mengenai fokus riset. Hasil dari observasi yang dilakukan setelah itu dikelompokkan ke dalam pesan bidang. Isi pesan berbentuk kejadian teratur yang terjalin.

2. Wawancara

Wawancara obrolan dengan tujuan khusus. Aktivitas ini dilakukan oleh kedua pihak, ialah pewawancara yang mengajukan permasalahan serta narasumber yang membagikan opini atas persoalan itu (Risnayanti, 2004). Hasil tanya jawab setelah itu dihidangkan dalam rangkuman kerangka, diawali dengan gambaran singkat identitas, situasi, permasalahan, informasi, bagian analisa serta diakhiri dengan timbulnya poin.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek itu sendiri ataupun orang mengenai tempat tersebut (Mawardani, 2020:52). Dokumen tersebut dapat berupa laporan, catatan, foto dan lainnya. Dalam penelitian ini dokumentasi yang diperoleh peneliti adalah hasil laporan yang peneliti lakukan di tempat penelitian.

6.5 Jenis Data

Metode pengumpulan data ini ialah tata cara salah satu metode bernilai dari sebagian metode yang terdapat, semacam mencari informasi perihal keadaan serupa pesan, buku, pesan berita serta yang lain. Dibanding dengan metode yang lain, metode ini tidak begitu susah, dalam tujuan bila terjalin kekeliruan akar informasinya sedang senantiasa, tidak berganti. Metode pengolahan yang dicermati bukan selaku subjek hidup namun selaku subjek mati.

a. Data Primer

Informasi yang diperoleh ialah informasi langsung dari entitas riset ini, serta entitas dalam riset ini merupakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tanggamus serta pengelola darmawisata Air Terjun Way Lalaan.

b. Data Sekunder

Informasi sekunder jadi informasi pendukung dari informasi pokok. Informasi sekunder ini dibutuhkan guna menaikkan riset yang dilakukan. Untuk informasi sekunder dalam riset ini terselip arsip berbentuk gambar serta perekam suara.

6.6 Analisis Data

Analisa data ialah prosedur berikutnya yang dilakukan oleh pengamat. Proses ini dilakukan untuk mengumpulkan serta mengelola data yang diperoleh dengan membaginya ke dalam kategori yang berbeda. Hasil dari lapangan menjadi suatu proses pencarian data kualitatif. Kemudian dikumpulkan dan mengklasifikasikannya sebagai hasil data yang signifikan.

Pengamat mencoba menganalisis data secara kualitatif dengan tahapan awal dengan kegiatan observasi di lapangan, kemudian tahap selanjutnya proses pengumpulan data yang berasal dari proses wawancara terdiri dari sesi tanya jawab dengan narasumber terkait sumber data, menyatukan dokumentasi, melakukan observasi secara langsung dan menggabungkan kerangka pemikiran penelitian yang sudah ada sebelumnya.

a. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan sebagai tahap berikutnya untuk mengakulasi informasi yang

telah diterima. Pengumpulan informasi yang terdapat dilakukan dengan aktivitas observasi, tanya jawab serta dokumentasi.

b. Penyajian Data

Setelah itu tahap berikutnya yakni cara pemilahan informasi yang tidak berubah-ubah pada riset ini serta mempunyai hubungan yang kokoh serupa dengan fokus pengamat dalam penilitan ini. Kemudian mengumpulkan informasi dengan tata cara kualitatif.

c. Rangkuman Data

Hasil dari proses pemilihan data yang mendapatkan sebuah ringkasan data yang valid. Langkah berikutnya yaitu memproses dan memaknai terhadap suatu hubungan sebab akibat dari data yang akan diteliti yang selanjutnya menarik kesimpulan dari data-data yang sesuai.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

a. Profil Air Terjun Way Lalaan

Objek wisata Air Terjun Way Lalaan sudah lama berdiri menjadi salah satu wisata yang diminati oleh masyarakat, bahkan sebelum Tanggamus dinobatkan sebagai salah satu Kabupaten yang terletak di provinsi Lampung. Setelah Tanggamus menjadi Kabupaten objek wisata Air Terjun Way Lalaan pemerintah Kabupaten Tanggamus melakukan pembentukan struktur organisasi yang bertanggung jawab dalam pengelolaan objek-objek wisata yang terletak di Kabupaten Tanggamus. Tahun 2018 Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus mulai mengembangkan dan memperbaiki fasilitas-fasilitas dengan berpedoman pada sapta pesona aman, nyaman, dan bersih sehingga para pengunjung dapat menikmati objek wisata dengan nyaman.



Gambar 2. 1 Air Terjun Way Lalaan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Arti nama dari Way Lalaan berasal dari bahasa Lampung yaitu Way artinya sungai dan Lalaan artinya yang bermuara ke teluk semangka. Teluk semangka merupakan teluk besar yang letaknya di ujung selatan pulau sumatera. Melihat potensi yang ada di objek wisata Air

Terjun Way Lalaan cukup banyak dan sebagian sudah dilakukan pengembangan yang semestinya, hanya saja kurang ada pada promosi yang kurang efektif. Jika dilakukan kegiatan promosi yang maksimal maka dapat menciptakan destinasi wisata yang unggulan. Dijelaskan dalam website resmi BAPPELITBANG Tanggamus objek wisata Air Terjun Way Lalaan terletak di Desa Pekon Kampungbaru, Kecamatan Kotaagung Timur, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung.

Berjarak kurang lebih 8 Km dari Kotaagung, ibukota Kabupaten Tanggamus atau 80 Km (1,5 jam) dari kota Bandar Lampung. Tumpahan Air Terjun Way Lalaan yang jatuh dari puncak atas kebawah memiliki ketinggian kurang lebih sekitar 11 m (<https://bappelitbang.tanggamus.go.id/berita/wisata-air-terjun-way-lalaan-kabupaten-tanggamus-lampung>, diakses pada 16 Desember 2022). Objek wisata Air Terjun Way Lalaan merupakan destinasi wisata keluarga, sehingga dikhususkan untuk kunjungan keluarga. Tidak ada peraturan terkait batasan usia, artinya semua kalangan usia dapat menikmati dan berendam di Air Terjun Way Lalaan. Namun yang perlu diperhatikan untuk usia anak-anak harus didampingi oleh orang dewasa. Selain itu, sekitar objek wisata Air Terjun Way Lalaan terdapat taman bermain anak-anak yang khusus disiapkan agar anak-anak tidak bosan dan terdapat beberapa rumah yang bisa disewa apabila ada pengunjung yang ingin bermalam.



Gambar 2. 2 Area Bermain Anak

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Jam operasional wisata Air Terjun Way Lalaan buka pukul 08:00 WIB dan tutup pada pukul 17:00 WIB. Wisata Air Terjun Way Lalaan buka setiap hari termasuk pada hari besar seperti pada perayaan hari raya. Setiap Air Terjun di Kabupaten Tanggamus memiliki karakteristik dan keunggulan masing-masing, namun Air Terjun Way Lalaan memiliki beberapa keunggulan yang tidak dimiliki Air Terjun lainnya. Seperti akses untuk ke objek wisata Air Terjun Way Lalaan lebih mudah dan lebih dekat dari jalan utama Tanggamus sehingga para pengunjung tidak sulit menemukan keberadaan objek wisata tersebut. Jarak dengan kantor pemda hanya 10 menit sehingga dapat lebih mudah bagi pemerintah untuk mengkoordinasi hal-hal yang perlu diperbaiki. Untuk fasilitas dan infrastruktur objek wisata Air Terjun Way Lalaan sudah terpenuhi hanya saja ada beberapa fasilitas yang belum maksimal.

Objek wisata Air Terjun Way Lalaan mempunyai tempat yang berperan sebagai pusat informasi bagi pelaku wisata yang hendak mengunjungi objek wisata tersebut. *Tourism Information Centre* nama yang tertera dibagian depan bangunan, sebagai bentuk pelayanan publik yang didirikan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus. *Tourism Information Centre* sebuah tempat fisik yang dapat menyediakan informasi seputar pariwisata kepada wisatawan yang akan datang atau mengunjungi daerah tujuan wisata (Ajriyani, 2018). Selain itu, fungsi dari *Tourism Information Centre* meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi daerah pariwisata dan menambah pengetahuan mengenai pariwisata dan aspek-aspek budaya di daerah tersebut.



Gambar 2. 3 Tourism Information Centre

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemudian untuk penunjang fasilitas lainnya seperti sudah disediakan mushola guna mempermudah pengunjung yang akan beribadah sehingga tidak perlu pencari mushola hingga keluar objek wisata. Toilet yang bersih, kemudian ada kedai makanan apabila ada pengunjung yang sekedar ingin makan dan minum dengan akses yang lebih dekat dengan titik Air Terjun Way Lalaan. Terdapat pendopo yang berperan sebagai tempat istirahat atau untuk sekedar meletakkan barang bawaan, kemudian terdapat panggung hiburan yang biasa digunakan untuk acara besar yang dilaksanakan sekitar objek wisata Air Terjun Way Lalaan dan area parkir yang luas.



Gambar 2. 4 Panggung Hiburan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Fasilitas-fasilitas penunjang untuk sarana dan prasarana sudah tersedia, hanya saja kapasitas yang terbatas dan belum mencukupi. Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus masih melakukan pembenahan-pembenahan perlengkapan sarana dan prasarana agar lebih maksimal. Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus melakukan kerjasama dengan pihak

ketiga dalam pemeliharaan dan pengembangan termasuk keamanan dan kebersihan sehingga menciptakan ketertiban yang baik. Sejauh ini keluhan-keluhan dari pihak pengunjung sudah tidak terdengar lagi hal ini menandakan bahwa keamanan tersebut sudah cukup efektif. Namun apabila ada permasalahan di lapangan dapat teratasi dengan baik berkat bantuan dari pihak ketiga yang sudah cukup baik dalam menjalankan tugasnya sesuai dengan yang sudah ditugaskan. Pengaturan pengemangan objek wisata Air Terjun Way Lalaan mengacu pada peraturan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) yang sudah ditetapkan pemerintah daerah.

Kabupaten Tanggamus memiliki banyak potensi alamnya, karena alam ini membentuk berbagai macam karakteristik yang bisa dikunjungi, seperti destinasi wisata bahari mencakup air terjun, pegunungan dan laut. Hal ini menjadikan Kabupaten Tanggamus berkesempatan menggelar uji trip bertajuk *Journey to The Real Majestic of Tanggamus* dengan menggandeng Indonesian Fighter Tourism Association (IFTA), IFTA merupakan lembaga di bidang pariwisata yang bergerak untuk memberikan inovasi ke seluruh Indonesia khususnya pada daerah yang belum terjamah dan butuh pembinaan guna mengembangkan sumber daya yang berkelanjutan.

Disparbud Pandu Tur Wisata IFTA di Tanggamus

Tanggal 01 Mar 2022 - Laporan Galih/Asdijal - 496 Views



Rombongan Indonesian Fighter Tourism Association (IFTA), Rest Area Gisting Kabupaten Tanggamus.

MOMENTUM, Gisting—Bupati Hj Dewi Handajani menyambut beberapa kepala daerah dan rombongan pemandu tur wisata Indonesian Fighter Tourism Association (IFTA), Rest Area Gisting Kabupaten Tanggamus, Senin (28-2-2022).

Gambar 2. 5 Artikel Tur IFTA di Tanggamus

Sumber: Harian Momentum

Pada kegiatan ini dihadiri oleh peserta IFTA yang berasal dari lokal maupun internasional, bahkan kegiatan turut mengikutsertakan 4 perwakilan Bupati diantaranya:

1. Hj. Iswanti, S.E., M.M (Wakil Bupati Kab. Seruyan)
- 2.H. Firdaus, SKM (Wakil Bupati Aceh Tengah Beserta Istri)
3. H. Mutsyuhito Solin, Dr,M.Pd (Wakil Bupati Pakpak Bharat Beserta Istri)
4. Ibu. Satya Titiek Atyani Djoedir (Wakil Bupati Barito Selatan)

Kegiatan ini disambut langsung oleh Bupati Tanggamus yaitu Ibu Hj. Dewi Handajani, S.E., M.M. beserta para rombongan diantaranya Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus yaitu Ibu Retno Noviana Damayanti, S.T., M.T Kemeriahan dalam acara ini menjadi ajang pengenalan wisata di Kabupaten Tanggamus yang diiringi dengan pemberitaan melalui surat kabar, artikel, akun-akun sosial media seperti instagram, youtube, dan lainnya selama kegiatan berlangsung, sehingga akan manambah jumlah wisata yang datang untuk mengunjungi tempat-tempat wisata yang ada di Kabupaten Tanggamus. Dampak positif lainnya yaitu mengajak kelompok sadar wisata yang ada di Kabupaten Tanggamus, khususnya di kampung baru untuk mengelola destinasi wisata. Seperti bagaimana menerima tamu dengan baik yang akan berkunjung ke Air Terjun Way Lalaan. (Hasil wawancara Ibu Retno Noviana Damayanti, Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, 22 November 2022).

b. Profil Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus

Kabupaten Tanggamus merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Lampung. Ibu kota kabupaten ini terletak di Kota Agung Pusat. Kabupaten Tanggamus diresmikan berdasarkan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1997, tanggal 21 Maret 1997. Selain terkenal dengan wisata alamnya, Tanggamus juga memiliki banyak potensi wisata budaya dan wisata buatan yang menyuguhkan keunikan yang beragam.

Kebahagiaan Kami”.

Berdasarkan peraturan Bupati Tanggamus nomor 73 tahun 2020 pada bab II pasal 2 menjelaskan mengenai tugas pokok dinas pariwisata dan kebudayaan yang dipimpin oleh seorang kepala dinas yang telah memiliki kedudukan baik di bawah maupun memiliki tanggung jawab kepada bupati melalui sekretaris daerah menjadi salah satu unsur dari pelaksanaan otonomi. Selain itu, dalam pasal 3 juga menjelaskan mengenai dinas pariwisata dan kebudayaan memiliki kewenangan dalam membantu tugas bupati atau kabupaten dalam urusan pemerintahan (<https://disparbud.tanggamus.go.id/>, diakses pada 28 Desember 2022).

d. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus

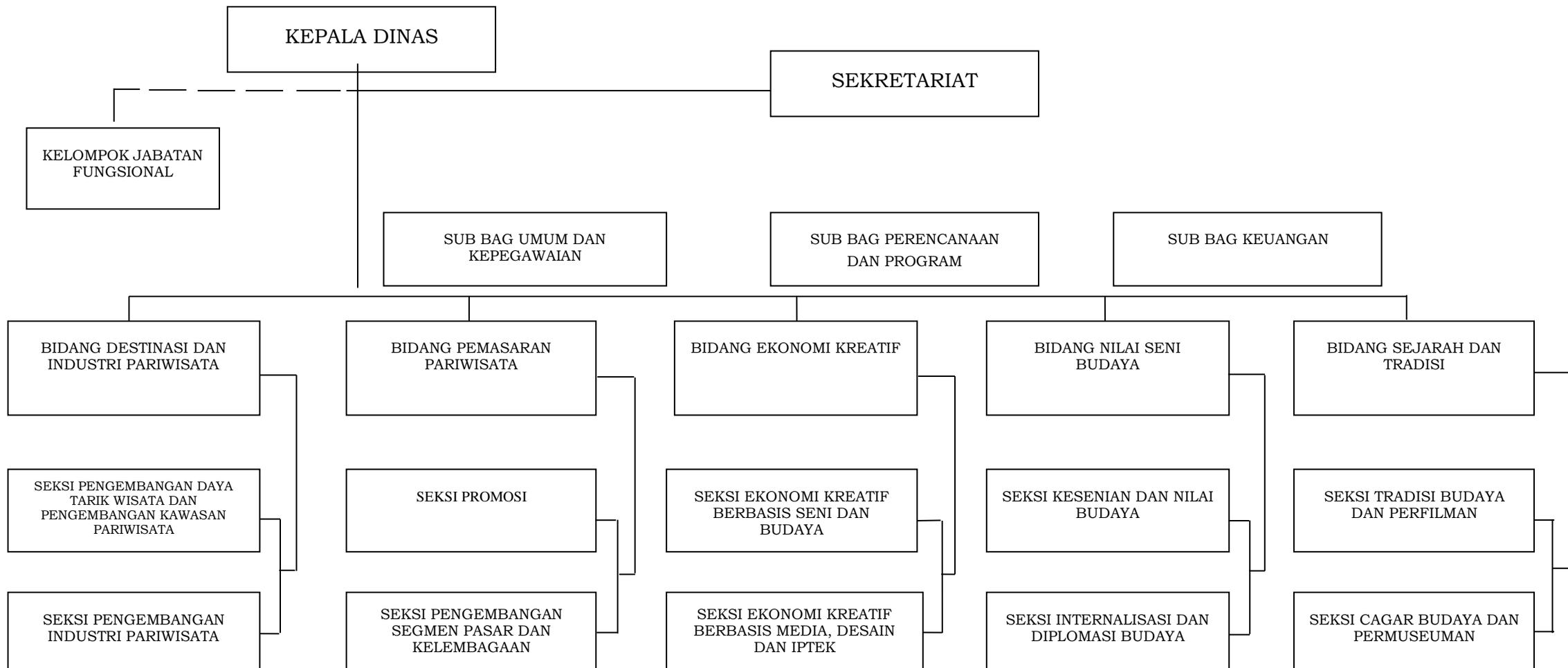
Dalam struktur organisasi pada setiap bidang telah memiliki fungsi dan tugasnya masing-masing. Hal ini dilakukan agar tugas pada setiap bidang tetap sejalan dan bersinergi. Kemudian, dalam peraturan Bupati Tanggamus Nomor 73 Tahun 2020 pada Bab III Pasal 4 dijelaskan Susunan organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan terdiri dari:

- a. Kepala Dinas;
- b. Sekretariat, membawahi:
 1. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian;
 2. Sub Bagian Perencanaan dan Program;
 3. Sub Bagian Keuangan;
- c. Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata membawahi :
 1. Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata dan Pengembangan Kawasan Pariwisata;
 2. Seksi Pengembangan Industri Pariwisata;
- d. Bidang Pemasaran Pariwisata membawahi :
 1. Seksi Promosi.
 2. Seksi Pengembangan Segmen Pasar dan Kelembagaan.
- e. Bidang Ekonomi Kreatif membawahi :
 1. Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya ;
 2. Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Media, Desain dan IPTEK;
- f. Bidang Nilai Seni Budaya:

1. Seksi Kesenian dan Nilai Budaya;
 2. Seksi Internalisasi dan Diplomasi Budaya;
- g. Bidang Sejarah dan Tradisi:
1. Seksi Tradisi Budaya dan Perfilman;
 2. Seksi Cagar Budaya dan Permuseuman;

Bagan struktur organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang telah tercantum pada Lampiran, yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan (Perbup Tanggamus, 2020).

**STRUKTUR DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN TANGGAMUS**



BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan hasil temuan yang didapatkan melalui proses observasi dan wawancara yang telah dilakukan peneliti di Objek Wisata Air Terjun Way Lalaan. Peneliti melakukan wawancara langsung kepada narasumber dengan mendatangi Objek Wisata Air Terjun Way Lalaan yang berlokasi di Kampung Baru, Kecamatan Kota Agung Timur, Kabupaten Tanggamus, Lampung. Setelah melakukan wawancara dan observasi, peneliti akan memilah dan memaparkan hasil temuan dan pembahasan terkait permasalahan penelitian.

a. Temuan Penelitian

1. Potensi Objek Wisata Unggulan

a. Air Terjun Way Lalaan

Selain terkenal dengan wisata alamnya, Tanggamus juga memiliki banyak potensi wisata budaya dan wisata buatan yang menyuguhkan keunikan yang beragam. Untuk mewujudkan visi Tanggamus yakni "Tangguh, Agamis, Mandiri, Unggul dan Sejahtera, Pekon Sebagai Basis Untuk Kemandirian, keunggulan dan Kesejahteraan" Pemerintah Kabupaten Tanggamus terus melakukan inovasi dalam pengembangan kawasan wisata

“Tanggamus itu kaya akan sumber daya alam yang melimpah ya, karena disini kelestarian dan ekosistem alamnya masih benar-benar asli. Jadi sebisa mungkin sebelum mengembangkan objek wisata Air Terjun Way Lalaan ini kita mengetahui dulu nih apa apa saja yang harus dibenahi tanpa merusak ekosistem alam. Karena disini kan objek wisata yang paling utama itu air terjun ya, jadi kami sangat menjaga sekali. Namanya wisata alam yah paling hal yang kami takutin itu seperti hujan lebat yang bisa membuat tanah longsor terus arus sungai yang deras. Ya paling itu aja kelemahan di wisata alam, selebihnya sih tidak ada.”(wawancara Ibu Retno Noviana Damayanti Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, 22 November 2022)

Seiring berjalannya waktu, objek wisata mengalami perkembangan dengan menunjukkan potensi yang semakin banyak, maka upaya pembangunan maupun upaya dalam pengelolaannya harus selalu diarahkan pada pemenuhan aspek estetika, serta seminimal mungkin menghindari adanya dampak negatif yang dapat menurunkan kualitas lingkungan maupun mengganggu keseimbangan ekologi, budaya maupun sistem kehidupan yang ada.

“Kabupaten Tanggamus kan punya wisata alam yang banyak, misalnya kayak air terjun disini banyak karakteristiknya, jadi wisawatan mau tipe air terjun seperti apa di Tanggamus tuh ada ya. Tapi emang kelebihan Way Lalaan sama air terjun lain itu pertama lokasinya dekat dengan kantor bupati, terus pengelolaan way lalaan itu dibawah wewenang Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dan yang terakhir pada februari tahun 2022 lalu Way Lalaan menjadi satu-satunya air terjun di Tanggamus yang mengadakan kegiatan dengan menggandeng IFTA. Nah IFTA itu seperti kegiatan inovasi kepariwisataan ke daerah-daerah” (wawancara Ibu Retno Noviana Damayanti Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, 22 November 2022)

Ibu Retno mengatakan bahwa di Kabupaten Tanggamus memiliki banyak wisata alam yang masih terjaga kelestariannya. Namun kelebihan objek wisata Air Terjun Way Lalaan dibandingkan dengan air terjun yang lain yaitu terletak pada lokasi yang dekat dengan kantor Bupati, sedangkan air terjun yang lain berlokasi jauh dari pusat pemukiman dan akses jalan yang kurang memadai.

Kelebihan lainnya yaitu Air Terjun Way Lalaan dalam pengelolaan dan pengembangannya di bawah wewenang dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, sedangkan air terjun lain dikelola oleh pihak swasta. Selain itu kelebihan yang paling menonjol ialah Air Terjun Way Lalaan sukses menggelar kegiatan uji trip bertajuk Journey To The Real Majestic Tanggamus dengan menggandeng IFTA. Dalam pelaksanaan kegiatan tersebut hanya destinasi wisata terpilih saja yang mendapat

penghargaan tersebut, dengan adanya kegiatan bersama IFTA harapannya Way Lalaan lebih dikenal oleh masyarakat luas serta dapat meningkatkan jumlah pengunjung.

Air Terjun Way Lalaan pernah berada di titik kehilangan banyak pengunjung yang datang yaitu pada saat adanya pandemi Covid-19. Maraknya pandemi Covid-19 pada beberapa tahun lalu membuat beberapa sektor terdampak, salah satu sektor yang paling terdampak adalah sektor pariwisata. Ibu Retno mengatakan bahwa pada saat pandemi ditambah dengan pembatasan sosial berskala besar menyebabkan objek wisata Air Terjun Way Lalaan sepi pengunjung

“Waktu ada pandemi Covid-19 wisata way lalaan benar-benar drastis banget, apalagi waktu ada pembatasan sosial ya. Nah standar kunjungan wisatawan itu biasanya kita tetapkan 15% pertahunnya, sedangkan pada saat pandemi itu hanya sekitar 8,3% wisatawan saja. Itu lumayan jauh ya dari standar yang kami tetapkan, disitu saya dan staff terus mencari solusi gimana cara bangkitkan lagi wisatanya biar kembali seperti semula. Nah setelah rapat yang panjang dengan hasil final kami mengembangkan potensi baru di area way lalaan terus lebih tingkatkan lagi dibagian promosi. Untuk sekarang sudah sangat Alhamdulillah meningkat sekali ya, ditambah setelah kegiatan bersama IFTA jadi makin terekspos wisata way lalaan”(wawancara Ibu Retno Noviana Damayanti Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, 22 November 2022)

Dari hasil wawancara dengan Ibu Retno jumlah wisatawan yang berkunjung hanya sebesar 8,3% saja dari standar yang telah ditetapkan oleh Dinas sebesar 15%. Dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisata Dinas berupaya dalam mengembangkan potensi di way lalaan bersamaan dengan kegiatan promosi di media sosial yang lebih ditingkatkan lagi. Upaya tersebut sudah dioptimalkan oleh Dinas, hingga saat ini terdapat kenaikan jumlah pengunjung yang cukup signifikan ditambah dengan Air Terjun Way Lalaan yang masuk dalam kategori destinasi wisata unggulan di Kabupaten Tanggamus.



Gambar 3. 1 Wisata Unggulan
Sumber: TikTok Dinas Pariwisata

Dari hasil observasi yang peneliti lakukan terlihat bahwa penilaian terhadap keunggulan objek wisata yang ada di Kabupaten Tanggamus tidak hanya dilihat dari keunggulan sumber daya alamnya saja, namun dilihat juga dari akses menuju objek wisata yang mudah dijangkau sehingga memudahkan calon wisatawan dan kelayakkan infrastruktur jalan yang akan dilalui.

“Untuk infrastruktur Alhamdulillah cukup memadai. Karena letaknya sangat dekat dengan jalan utama Tanggamus sehingga infrastrukturnya sangat diperhatikan oleh Pemerintah, walaupun terjadi kerusakan pasti langsung diperbaiki.” (wawancara Ibu Retno Noviana Damayanti Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, 22 November 2022)

Dari pernyataan diatas menjadikan objek wisata Air Terjun Way Lalaan mendapatkan respon positif, diperkuat dengan akun media sosial tiktok yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus. Pada gambar diatas Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus memberitahukan kepada khalayak melalui akun media sosial TikTok bahwa objek wisata Air Terjun Way Lalaan menjadi destinasi unggulan di Kabupaten Tanggamus.

b. Wisata Edukasi Madu Klenceng

Dalam rangka menggali potensi wisata guna meningkatkan jumlah pengunjung, Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus berupaya untuk mengembangkan potensi yang sekiranya dapat memberikan pengetahuan serta pemahaman dalam kegiatan pariwisata seperti wisata edukasi madu klenceng

“Selain Air Terjun yang menjadi spot unggulan dalam wisata, Potensi yang ada di objek wisata Air Terjun Way Lalaan cukup banyak, selain dari Air Terjun yang menjadi spot andalan dalam wisata namun terdapat beberapa potensi yang ada di sekitarnya Potensi yang pertama itu yaitu baru dibuka belum lama wisata edukasi budidaya madu klenceng. Jadi madu klenceng disini dikelola sama kelompok sadar wisata yang kemudian bisa menjadi alternatif wisata pendukung dalam rangka mengembangkan potensi wisata yang ada di Air Terjun Way Lalaan.” (wawancara Ibu Retno Noviana Damayanti Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, 22 November 2022)

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa potensi oleh Dinas berupa wisata edukasi madu klenceng. Disini Dinas Pariwisata bekerjasama dengan kelompok sadar wisata (pokdarwis) dalam pengelolaan wisata madu klenceng. Pokdarwis disini berperan sebagai pengelola budidaya lebah yang kemudian menjadi madu, menjaga kebersihan kualitas madu, serta berperan sebagai pemandu wisata yang menjelaskan tahapan-tahapan budidaya tersebut kepada pengunjung.

“Menurut saya menarik ya, wisata madu klenceng disini bisa menambah pengetahuan juga terutama dalam pengelolaan dari lebah bisa menjadi madu. Terus pengunjung juga jadi ga bosan soalnya ada wisata lain selain air terjun.” (wawancara Wikke Widya pengunjung Air Terjun Way Lalaan, 22 November 2022)

Wikke berpendapat bahwa dengan adanya wisata edukasi madu klenceng mampu menarik wisatawan untuk berkunjung. Pengunjung tidak hanya menikmati keindahan

air terjun saja, namun dapat menambah wawasan tentang pengelolaan madu klenceng yang letaknya masih satu area dengan Air Terjun Way Lalaan. Wisata edukasi madu klenceng berada diatas dekat dengan area pendopo istirahat, sehingga memudahkan wisatawan yang ingin mengunjungi tempat tersebut.



Gambar 3. 2 Wisata Madu Klenceng

Sumber: Dokumentasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus

c. Kolam Pemancingan Ikan

Potensi wisata ketiga yang mulai dikembangkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus yaitu kolam pemancingan ikan, letak kolam ini tidak jauh dari kolam besar tumpahan air terjun. Kolam ini nantinya bisa dijadikan pemancingan bagi pengunjung yang berkunjung dan tidak memakan biaya tambahan untuk tiket masuk

“Kita sebisa mungkin ya buat pengunjung itu nyaman ya, jadi untuk mancing disini ga perlu bayar lagi jadi sekali bayar saja bareng sama tiket masuk air terjun. Tapi semisal pengunjungnya ga bawa alat mancing terus juga ga bawa umpan untuk makan ikan ya kita sudah sediakan namun berbayar ya, jadi ga perlu khawatir atau repot-repot bawa banyak barang dari rumah, terus untuk hasil mancing bisa dibawa pulang.” (wawancara Ibu Retno Noviana Damayanti Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, 22 November 2022).

Dari pernyataan Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus bahwa peralatan pemancingan dan umpan untuk menangkap ikan sudah disediakan apabila pengunjung ingin menyewa. Hasil ikan yang didapat bisa dibawa pulang, namun harus konfirmasi terlebih dahulu kepada pihak penjaga kantin supaya disediakan tempat untuk membawa hasil tangkapan ikan yang didapatkan.

“Kolam pemancingan ini kayaknya baru ya, tapi menurutku cukup menarik. Biasanya tuh yang suka mancing bapak-bapak kan, nah ayahku termasuk salah satunya. Jadi daripada bosan nunggu aku, ibu dan adek main di air terjun sekarang bisa sambil mancing. Walaupun ayah ga bawa peralatan mancing tapi di kantin ada alat penyewaan jadi aman lah” (wawancara Ade Rahma pengunjung Air Terjun Way Lalaan, 22 November 2022).

Potensi pemancingan ikan ini menjadi salah satu andalan keluarga terutama bapak-bapak yang ikut serta dalam kegiatan rekreasi bersama keluarga. Pada saat mengunjungi suatu objek wisata air terjun biasanya para orang tua terutama bapak-bapak hanya menunggu barang bawaan di area pendopo saja, hal ini menjadikan Dinas mengembangkan potensi pemancingan ikan supaya para orang tua tidak bosan dan merasa jenuh.

d. Taman Kangen Way Lalaan

Jika dua potensi diatas berkaitan dengan sumber daya alam alami yang ada di objek wisata Air Terjun Way Lalaan, potensi ini merupakan potensi buatan yang dibangun dan dikembangkan oleh pengelola dan dinas. Terdapat taman yang baru di kembangkan sebagai spot untuk pengunjung yang ingin mengabadikan momen. Di taman tersebut dapat dijumpai beberapa tanaman hias, pohon-pohon yang sudah dirapihkan, kemudian terdapat ornamen-ornamen bangunan dan tulisan “Majestic Tanggamus Visit Tanggamus” yang diatasnya terdapat Siger Lampung.

“Terdapat spot foto yang bisa dinikmati para wisatawan yang ingin mengabadikan momen tersebut. Jadi ada beberapa tempat yang memiliki potensi

yang dikhususkan selain untuk kunjungan ke Air Terjunnya. Nah di taman ini kita kasih berbagai macam tumbuhan dan bunga-bunga ya supaya makin memperindah tamannya.” (wawancara Ibu Retno Noviana Damayanti Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, 22 November 2022).



Gambar 3. 3 Taman Buatan

Sumber: Dokumentasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus

Menurut pendapat Ibu Retno hanya Air Terjun Way Lalaan saja yang memiliki taman di area sekitar wisatanya. Sedangkan destinasi wisata yang serupa hanya mengandalkan dan fokus pada objek wisatanya saja air terjunnya saja. Selain itu, pengunjung yang mengabadikan gambar di taman air terjun Way Lalaan biasanya akan mengunggah gambar tersebut ke sosial media seperti Instagram dan TikTok, kemudian pengunjung tersebut akan menggunakan tag location yang menandai foto tersebut diambil di objek wisata Air Terjun Way Lalaan. Potensi ini dinilai cukup efektif dalam menarik wisatawan karena dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang suka berfoto.

2. Sumber Daya Manusia Pengelola Wisata

Dalam melaksanakan segala bentuk upaya mengembangkan potensi yang ada di objek wisata Kabupaten Tanggamus, Dinas Pariwisata bekerjasama dengan kelompok sadar

wisata (pokdarwis) dan pelaku UMKM dalam pengelolaan kepariwisataan. Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus mengadakan pembinaan kepada pokdarwis

“Sebenarnya jika kita menggali lagi potensi yang ada di kawasan way lalaan ini banyak sekali potensi alam yang ada. Ya saya rasa masyarakat lokal disini sadar akan hal itu, hanya saja masyarakat lokal disini kurang kompeten dan cukup membantu sebisa mereka saja. Jadi kami mengadakan pembinaan kepada pkdarwis tentang bagaimana sih cara pengelolaan wisata, bagaimana cara mengembangkan wisata tanpa merusak ekosistem alam, bagaimana cara membuat pengunjung nyaman dan menikmati wisata. Terus pelaku UMKM itu biasa kami tertibkan ya supaya tertata rapih”(wawancara Ibu Retno Noviana Damayanti Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, 22 November 2022).



Gambar 3. 4 Pembinaan POKDARWIS

Sumber: Dokumentasi Dinas

Gambar diatas merupakan salah satu kegiatan pembinaan dan pemberdayaan pokdariws kampung baru yang di laksanakan di objek wisata Air Terjun Way Lalaan. Kegiatan berupa pembinaan dan pemahaman tentang fenomena alam dan budaya yang ada di sekitarnya, evaluasi kritik serta saran dari pengunjung, terkait kebersihan objek wisata

dan penertiban serta arahan pelaku UMKM makanan di area objek wisata Air Terjun Way Lalaan. Kegiatan pembinaan pokdarwis diikuti 8 hingga 10 masyarakat dan dilaksanakan setiap satu bulan sekali di area objek wisata Air Terjun Way Lalaan.

Pembinaan tersebut dilakukan oleh Sekretaris Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus beserta Kabid Destinasi dan pejabat fungsional, serta materi yang diberikan berupa pemahaman umum tentang kepariwisataan. Kelompok sadar wisata (pokdarwis) kampung baru dibentuk langsung oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, semua kegiatan dan fasilitas yang diberikan oleh pokdarwis atas dasar arahan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus.

3. Upaya Mempromosikan Objek Wisata Air Terjun Way Lalaan

Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus menerapkan promosi untuk memperkenalkan destinasi wisata yang ada di area objek wisata, dalam hal ini pemilihan media yang digunakan sangat dipertimbangkan, karena apabila tidak menggunakan media yang tepat maka pesan dari promosi tersebut tidak tersampaikan dengan baik kepada khalayak yang dituju.

a. Media Luar Ruang (*Banner*)

Banner menjadi alat media promosi juga diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, banner ini akan dipasang ke arah jalan utama objek wisata Air Terjun Way Lalaan. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Ibu Retno bahwa promosi menggunakan banner dinilai sangat efektif untuk menarik calon wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata

“Kami menggunakan berbagai macam media seperti banner, nah kalo banner ini biasa digunakan semisal kita akan mengadakan event-event atau hiburan yang berlokasi di way lalaan ya kayak sekalian promosi gitu. Biasanya banner itu dipasang di jalan-jalan besar ke arah way lalaan dan sejauh ini saya rasa sangat efektif ya. Yang tadinya orang gatau jadi tau kalo mau ada event”
(wawancara Ibu Retno Noviana Damayanti Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, 22 November 2022)

Hanya saja kegiatan promosi menggunakan banner tidak dilakukan setiap hari seperti kegiatan di media sosial, melainkan pada saat akan diadakan event-event tertentu saja. Pelaksanaan event tersebut tidak dijadwal secara berkala, semua kegiatan event bisa terjadi pada saat ada perayaan atau kegiatan libur panjang.



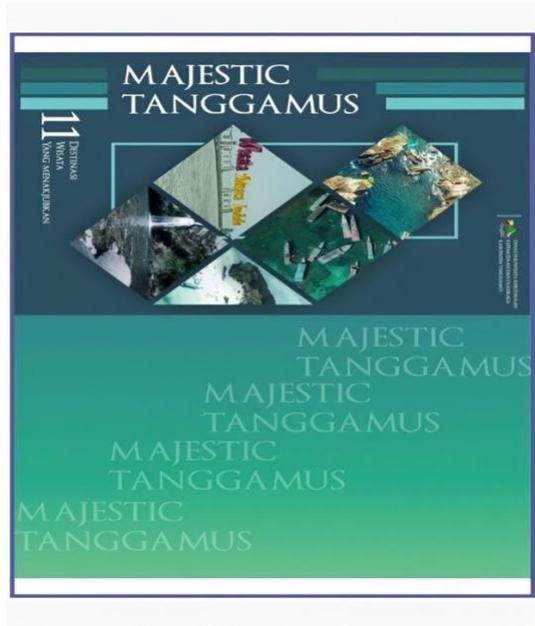
Gambar 3. 5 Banner Air Terjun Way Lalaan
Sumber: Lampung Traveller

b. Media cetak (*booklet*)

Selain banner, media cetak yang digunakan dalam mempromosikan wisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus ialah booklet. Berbeda dari yang lainnya, Ibu Retno mengatakan bahwa booklet ini hanya dibagikan kepada tamu penting seperti tamu-tamu kedinasan, tamu kejaksanaan ataupun tamu bupati

“Kita juga ada bagiin booklet ya, tapi booklet ini biasanya untuk tamu-tamu penting kayak pejabat dan tamu kedinasan. Biasanya waktu yang tepat buat bagi booklet itu pas ada acara atau rapat perwakilan bupati nah sesudah acaranya sebelum balik kita bagiin” (wawancara Ibu Retno Noviana Damayanti Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, 22 November 2022)

Biasanya jika ada kegiatan ataupun acara penting yang dihadiri oleh tamu bupati, kedinasan maupun kejaksanaan booklet akan diberikan setelah berakhirnya kegiatan tersebut. Disini kabid destinasi berperan dalam membagikan booklet tersebut kepada tamu yang hadir.



Gambar 3. 6 Booklet Air Terjun Way Lalaan
Sumber: disparbud.tanggamus.go.id

c. Website

Akun website resmi yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, disini calon wisatawan bisa mendapatkan semua informasi seputar destinasi wisata yang ingin dituju seperti objek wisata air terjun Way Lalaan.

“Kalo untuk website kita udah lama punya, nah itu website resmi dikelola langsung sama staff kita biasanya informasi-informasi yang disediakan di website lebih formal, berbeda dengan media sosial lainnya” (wawancara Ibu Retno Noviana Damayanti Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, 22 November 2022).

Website Resmi yang dikelola oleh seksi promosi dimanfaatkan Dinas untuk menyebarkan informasi terkait destinasi wisata yang ada di Kabupaten Tanggamus salah satunya seperti Air Terjun Way Lalaan, juga menyebarkan informasi yang bersifat formal, seperti tugas pokok Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, visi dan misi, struktur organisasi, dan sebagainya. Laman website ini juga dimanfaatkan untuk mengunggah berita terkini terkait kunjungan khusus di objek wisata Air Terjun Way Lalaan.



Gambar 3. 7 Website Disparbud

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Penggunaan website dalam kegiatan promosi dilakukan pada saat kegiatan penting saja, seperti pemberitahuan jika ada kegiatan-kegiatan kunjungan kedinasan seperti pada gambar diatas merupakan unggahan pada tanggal 8 maret 2023 kegiatan yang terakhir update di laman website. Selain itu, kegiatan yang diunggah di laman website meliputi kegiatan survei destinasi, pengukuhan bundo kanduong dan kegiatan-kegiatan formal lainnya.

d. Media Sosial

Mengikuti perkembangan kecanggihan teknologi masa kini, Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus menggunakan media sosial sebagai strategi dalam mempromosikan objek wisata air terjun Way Lalaan. Dalam hal ini media sosial menjadi aktivitas promosi yang sangat efektif dan efisien dalam menyebarkan informasi terkait kepariwisataan

“Karena zaman sekarang semakin canggih ya kita sebisa mungkin mengikuti perubahan zaman tersebut biar ga tertinggal ya .kami juga memakai media sosial seperti instagram, youtube, tiktok sebagai salah satu strategi dalam promosi wisata” (wawancara Ibu Retno Noviana Damayanti Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, 22 November 2022).

Penggunaan media sebagai strategi dalam mempromosikan wisata ini sebagai cara untuk menyebarkan informasi terkait kegiatan-kegiatan yang ada di lingkup kepariwisataan, serta sebagai tolak ukur untuk mengetahui target wisatawan yang ingin berkunjung.

Akun Instagram Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus memiliki pengikut sebanyak 1.858 dengan postingan sebanyak 583. Dinas Pariwisata kerap kali menggunakan media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi terkait kepariwisataan. Baik itu berupa unggahan kegiatan, unggahan untuk memperingati

hari-hari besar, event, dan video cuplikan kegiatan-kegiatan. Hal ini tentunya agar masyarakat tidak asing dan lebih tertarik dengan destinasi wisata.

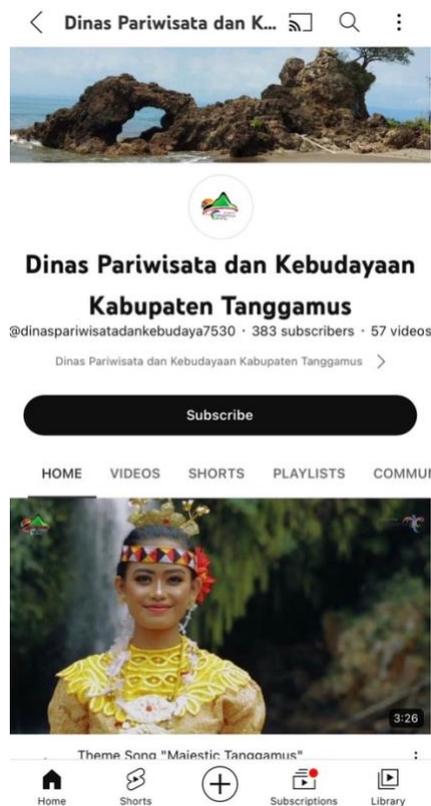
Aktivitas penggunaan Instagram sebagai media promosi dinilai sudah sangat optimal. Dilihat dari konten yang diunggah oleh seksi promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus kerap kali mengunggah video berupa feeds maupun insta story di Instagram secara teratur, yaitu setiap 2 – 3 hari mengunggah konten terkait destinasi wisata. Terlihat pada postingan terakhir di Instagram terakhir mengunggah konten pada tanggal 22 Maret 2023 dengan jarak yang sesuai dengan pernyataan diatas.



Gambar 3. 8 Instagram Dinas
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus memanfaatkan YouTube sebagai strategi untuk mempromosikan wisata. Akun tersebut sudah mengunggah 57 video dengan jumlah subscriber 383. Akun Youtube tersebut dimanfaatkan oleh Dinas untuk menunggah liputan-liputan video terkait segala kegiatan dan aktivitas yang berhubungan dengan kepariwisataan di Kabupaten Tanggamus.

Berbeda dengan Instagram, aktivitas promosi media sosial dengan menggunakan YouTube kurang dimanfaatkan dengan maksimal. Hal ini terlihat jelas dari konten video yang terakhir diunggah pada di laman YouTube Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus yaitu dua bulan yang lalu pada 15 Januari 2023.

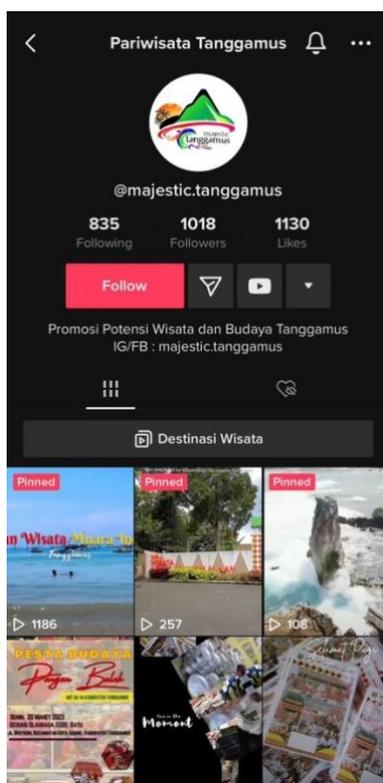


Gambar 3. 9 Akun YouTube Dinas
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Selain Instagram dan YouTube, Dinas juga memanfaatkan TikTok sebagai strategi dalam mempromosikan wisatanya. Akun TikTok tersebut memiliki 1018 followers

dan telah mengunggah 92 video. Dalam sepekan Dinas mengunggah video kegiatan wisata sebanyak 2-3 video.

Sama halnya dengan aktivitas unggahan pada laman Instagram, TikTok menjadi media sosial kedua setelah Instagram yang menjadi kegiatan promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata dengan jeda waktu yang teratur bahkan terbilang cukup sering mengunggah konten. Dilihat dari unggahan video terakhir di laman TikTok pada tanggal 23 Maret 2023.



**Gambar 3. 10 Akun TikTok Dinas
Sumber: Dokumentasi Peneliti**

e. Kerjasama Duta Wisata (Muli Mekhanai)

Strategi Dinas pariwisata dalam mempromosikan wisatanya tidak hanya melalui media sosial, namun juga bekerjasama dengan muli mekhanai pariwisata Kabupaten Tanggamus

“Dengan adanya muli mekhanai kita sangat terbantu ya, karena memang tugas dari muli mekhanai sendiri mempromosikan destinasi wisata yang ada di wilayahnya. Nah cara mereka menyampaikan itu pada saat ada event atau acara besar yang mempunyai jumlah penonton atau massa yang banyak. Disitu mereka menjelaskan tentang keunggulan-keunggulan destinasi wisata secara satu persatu, cara penyampaiannya yang luwes dan mudah dipahami berbagai usia jadi kami sangat terbantu sekali” (wawancara Ibu Retno Noviana Damayanti Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, 22 November 2022).

Muli Mekhanai Tanggamus merupakan salah satu aset sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, dinamis, berbudaya, memiliki kemampuan dan wawasan yang luas, berwawasan lingkungan serta mampu meningkatkan citra pariwisata daerah Lampung terutama pada Kabupaten Tanggamus di tingkat nasional maupun internasional. Sebagai duta pariwisata, Muli Mekhanai harus memiliki wawasan luas khususnya di bidang pariwisata, sehingga mampu memperkenalkan atau mempromosikan berbagai potensi pariwisata di Kabupaten Tanggamus. Seperti tentang keragaman budaya dan tradisi, destinasi wisata, berbagai objek dan daya tarik wisata di Tanggamus. Muli Mekhanai harus dapat menjalankan tugas sebagai duta pariwisata daerah yang menginspirasi dan memotivasi generasi muda.

Dengan adanya Kerjasama dengan muli mekhanai kabupaten Tanggamus, memudahkan penyampaian informasi seputar destinasi wisata tersampaikan dengan baik dan harapannya dapat diterima di semua kalangan usia dan dapat dijangkau seluruh lapisan masyarakat. Muli mekhanai pariwisata sangat memegang peran penting terhadap kemajuan kepariwisataan khususnya di Kabupaten Tanggamus, mengingat tugas pokok yang harus mereka laksanakan adalah turut memajukan program pemerintah dibidang pariwisata.

b. Pembahasan

1. Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam mengembangkan objek wisata Air Terjun Way Lalaan

Pada industri pariwisata, komunikasi menjadi bagian terpenting dalam berbagai aspek dimensi maupun komponen dari kepariwisataan. Komponen penting tersebut dapat dinilai dari kinerja pariwisata, dari segi wisatawan maupun pemilik wisata. Peran penting komunikasi tidak hanya pada komponen pemasaran pariwisata, mencakup pada semua komponen dan elemen pariwisata sangat memerlukan peran komunikasi seperti komunikasi dua arah yang terjadi antara Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dengan pengelola objek wisata Air Terjun Way Lalaan. Hal ini dimungkinkan karena pariwisata memiliki potensi yang besar sebagai alat komunikasi (Paramita, 2017). Pariwisata membentuk kegiatan dinamis yang melibatkan banyak orang dan dapat mengembangkan berbagai sektor usaha (Ismayanti, 2004).

Seperti yang diungkapkan Bungin (2015) komunikasi jadi perantara dibidang pariwisata. Dalam proses mengembangkan kembali objek wisata Air Terjun Way Lalaan pasca terjadinya Covid-19, Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus bekerjasama dengan pengelola untuk membangkitkan kembali destinasi wisata yang pernah terdampak. Disini peran pengelola sangat berperan penting dalam memelihara dan menjaga Air Terjun Way Lalaan. Tidak hanya itu, setiap satu bulan pengelola memberikan laporan (*weekly report*) berupa perkembangan jumlah pengunjung, keluhan dan masukan dari wisatawan kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus. Dalam hal ini terlihat sangat jelas bahwa sektor pariwisata sangat membutuhkan komunikasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Fitriatni dan Yunani (2019) yang berjudul “Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wanasari” dimana melihat kontribusi pengelola dalam pengawasan pengembangan objek wisata amatlah besar, dalam hal ini pengelola berdampingan dengan pemerintah untuk memantau pembangunan serta pengembangan objek wisata. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat persamaan dari penelitian yang penulis lakukan, yaitu pengelola wisata Air Terjun Way

Lalaan berdampingan dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam pengawasan objek wisata. Objek wisata tidak dapat berjalan bila pengelola tidak ikut serta dalam perihal pengawasan. Sumber daya manusia menjadi bagian penting dalam kegiatan komunikasi pariwisata. Keberhasilan sektor pariwisata tidak lepas dari peran masyarakat lokal yang ikut serta dalam pengelolaan dan membantu pihak pemerintah dalam mengembangkan potensi yang ada. Untuk penunjang keberhasilan pengembangan objek wisata ini, adapun komunikasi yang digunakan dua arah. Hal ini bertujuan agar terjadinya feedback antara pemberi pesan dan penerima pesan begitupun sebaliknya.

Dalam pelaksanaan mengembangkan potensi objek wisata Air Terjun Way Lalaan, terdapat kebijakan yang terkandung dalam Pasal 5 Peraturan Daerah Kabupaten Tanggamus No 06 Tahun 2019 tentang Pengembangan Terpadu Kepariwisata bahwa, pemerintah daerah berwenang dan tanggung jawab dalam menetapkan kebijakan pembangunan, pengembangan dan pengelolaan kepariwisataan di wilayahnya berdasarkan kebijakan nasional kepariwisataan dengan memperhatikan kepentingan daerah sekitarnya.

Program dalam mengembangkan objek wisata Air Terjun Way Lalaan di Kabupaten Tanggamus pada dasarnya harus mengacu kepada arah kebijakan pengembangan kepariwisataan secara nasional. Oleh sebab itu program pembangunan dari objek wisata Air Terjun Way Lalaan adalah sebagai berikut:

- a. Pengembangan sarana dan prasarana
- a. Meningkatkan pemasaran dan promosi objek wisata Air Terjun Way Lalaan, baik dengan media cetak maupun media sosial
3. Pengembangan potensi pada objek wisata harus tetap memperhatikan segala aspek kelestarian lingkungan yang masih terjaga dari ekosistemnya
4. Mempersiapkan tenaga pembimbing pariwisata dalam usaha penyuluhan sapta pesona dan sadar wisata
5. Kerjasama antara pemerintah dengan pihak swasta dalam upaya mengembangkan kepariwisataan

Hal ini berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Dilapanga, dkk (2019) yang

berjudul “Strategi Pemerintah dalam Pengembangan Potensi Destinasi Pariwisata di Kabupaten Minahasa”. Dalam penelitian ini, hasil yang didapat dari penelitian ini membuktikan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa belum melaksanakan analisa mengenai kekuatan serta kemampuan program pariwisata, hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pembaruan dari penelitian yang penulis lakukan. Yaitu Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus sudah melaksanakan program kepariwisataan yang mengacu kepada arah kebijakan pengembangan kepariwisataan secara nasional. Dalam rangka pembangunan pariwisata objek wisata Air Terjun Way Lalaan, maka pemerintah mengupayakan peningkatan peran dan partisipasi pokdariwis. Pada dasarnya masyarakat lokal Kampung Baru yang letaknya dekat dengan objek wisata Air Terjun Way Lalaan memiliki pengetahuan tentang fenomena alam dan budaya yang ada di sekitarnya, namun mereka tidak memiliki kemampuan secara finansial dan keahlian yang berkualitas untuk mengelolanya atau terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata yang berbasis alam dan budaya. Sehingga mereka mendapatkan kesempatan turut serta dalam program pengembangan dengan menyumbangkan inisiatif serta ide kreatifnya (Rizqina, 2010) dengan adanya kerjasama yang baik antara pihak Dinas Pariwisata dengan masyarakat lokal diharapkan dapat membuat objek wisata lebih maju dan semakin berkembang.

Kegiatan peningkatan peran serta partisipasi pokdarwis tersebut melalui pembinaan pokdariwis yang bertujuan untuk pengembangan lembaga pengelola pariwisata di objek wisata Air Terjun Way Lalaan. Program ini dibina oleh Kabid Destinasi yang terdiri dari Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata dan Pengembangan Kawasan Pariwisata serta Seksi Pengembangan Industri Pariwisata. Dunn (2003) pembinaan pokdarwis dalam konteks pengembangan kepariwisataan didefinisikan sebagai bentuk partisipasi dan berperan aktif sebagai subjek maupun sebagai penerima manfaat dalam pembinaan pengembangan pariwisata secara berkelanjutan. Dengan program ini bertujuan untuk meningkatkan sumber daya manusia lokal di bidang pariwisata dan menciptakan kondisi sadar wisata. Hal ini sangat penting karena keberlangsungan daya tarik wisata ditentukan oleh peran pemerintah serta masyarakat dalam menjaga dan mengelola wisata tersebut. Pemerintah mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata. Tidak hanya itu, pemerintah

bertanggung jawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata.

2. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata 7p dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Pemasaran khususnya dalam bidang pariwisata sangat perlu untuk dilakukan mengingat banyaknya pesaing yang ada. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan dan dinilai sangat ampuh untuk dilakukan yaitu promosi. Memasarkan pariwisata diperlukan strategi yang tepat. Definisi pemasaran pariwisata itu sendiri adalah upaya-upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan oleh organisasi pariwisata nasional atau badan-badan usaha pariwisata pada taraf internasional, dan lokal guna memenuhi kepuasan wisatawan baik secara kelompok maupun pribadi masing-masing dengan maksud meningkatkan pertumbuhan pariwisata (Wahab, 2003:143). Bungin (2015) beranggapan jika komunikasi pemasaran yang baik mampu memberikan kedudukan dalam aneka ragam bagian pada aspek marketing wisata. Dalam bentuk usaha menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke sebuah objek wisata pada satu daerah tertentu diperlukan adanya strategi pemasaran yang baik,

Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus memiliki strategi dalam mempromosikan objek wisata yang ada. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Ristarnado, dkk (2019) yang berjudul “Strategi Pemerintah Desa dalam Mengembangkan Pariwisata” dimana dalam penelitian ini dijelaskan strategi pemerintah desa tanjung alam dengan menggunakan komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. hal ini serupa dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu, strategi tersebut terletak pada komunikasi cara penyampaian pesan dan isi pesan yang akan disampaikan kepada khalayak Setelah adanya perencanaan komunikasi yang matang dan isi pesan yang jelas, selanjutnya media yang digunakan dalam menyampaikan pesan tersebut agar sampai kepada khalayak dengan tepat.

Media komunikasi sangat dibutuhkan pada setiap aktivitas pemerintah daerah, Sedangkan komunikasi memiliki arti pendapat mayoritas atau umum (Liliweri, 1991). Menurut Harold Lasswell, komunikasi didefinisikan sebagai "who says what in which channel to whom with what effect" (Liliweri, 1991). Definisi komunikasi menurut

Lasswell ini mengandung arti bahwasanya komunikasi adalah sebuah proses yang menjelaskan mengenai siapa, apa yang dikatakan, melalui saluran apa, ditujukan pada siapa, efek atau hasil yang ditimbulkan seperti apa? karena terkait dengan salah satu fungsi pemerintah yakni membagikan informasi.

Pesan yang disampaikan dalam kegiatan pemasaran komunikasi objek wisata Air Terjun Way Lalaan dilakukan dengan menyesuaikan kebutuhan para penerima pesan yaitu calon wisatawan. Dalam proses penyampaian pesan kepada calon wisatawan bentuk pesan yang digunakan berupa informatif dan persuasif. Effendy (1998) menyatakan bahwa komunikasi persuasif ialah bentuk komunikasi yang dilakukan menggunakan cara persuasif, seperti mengandung himbauan serta ajakan. Persuasif berarti usaha untuk mendorong seseorang untuk berbuat sesuatu seperti yang ingin kita kehendaki. Bentuk pesan informatif dianggap sesuai dengan kegiatan promosi, memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada pada objek wisata Air Terjun Way Lalaan. Kemudian persuasif yang bertujuan untuk mengajak serta mempengaruhi khalayak untuk berkunjung ke objek wisata Air Terjun Way Lalaan.

3. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata 7p dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

a. Pengembangan Potensi Baru Objek Wisata Air Terjun Way Lalaan

Dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata menjadi salah satu penentu banyaknya kunjungan wisatawan. Sama halnya penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas (2019) yang berjudul “Strategi Pemerintah Kabupaten Semarang dalam Pengembangan Potensi Pariwisata di Candi Gedong Songo” bahwa dalam pengembangan pariwisata dan untuk menghindari pemerintah daerah kewalahan dalam membangun atau mengembangkan potensi pariwisata yang ada di daerahnya, maka dituntut adanya pengembangan pariwisata yang membutuhkan keterlibatan banyak pihak selain dari pemerintah, peran pengelola dan masyarakat sangat diperlukan dalam pengembangan potensi pariwisata daerah.

Potensi wisata disini menurut Mariotti dalam Yoeti (1983) yaitu semua hal yang berkaitan dengan daerah tujuan wisata, yang menjadi daya tarik wisata supaya calon wisatawan datang berkunjung ke tempat tersebut. Dalam pengembangannya, daya tarik wisata sebaiknya dibangun secara sinergis dengan memerhatikan fasilitas wisata, fasilitas umum, aksesibilitas/sarana prasarana. Tidak kalah penting, pembangunan pariwisata haruslah berbasis pemberdayaan sumber daya masyarakat. Pemberdayaan ini harus mengadopsi sistem yang utuh dan berkelanjutan.

Objek wisata Air Terjun Way Lalaan memiliki kekayaan alam yang melimpah, hal ini menjadikan Way Lalaan memiliki potensi wisata baru yang dapat ditemukan dari alam tersebut. Pada tahapan selanjutnya dapat dikembangkan model pengelolaan pengembangan kawasan wisata yang berorientasi pada pelestarian lingkungan (Ramly, 2007). Dari hasil temuan yang didapatkan peneliti, terdapat potensi baru seperti wisata edukasi madu klenceng yang menjadi potensi wisata edukasi yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan. Sedangkan kolam pemancingan ikan dan taman way lalaan juga memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang ingin merelaksasikan diri. Dalam hal ini keunggulan suatu produk potensi wisata berbeda-beda, namun keunggulan potensi wisata di objek wisata Air Terjun Way Lalaan terletak pada kekayaan alam yang melimpah.

b. Harga Tiket yang Terjangkau

Harga yang merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian tidak bisa dikesampingkan oleh sebuah perusahaan. Perusahaan harus bisa menentukan harga jual suatu produk dengan tepat, jika salah dalam menentukan harga akan berimplikasi pada kondisi yang akan datang. Idealnya para konsumen akan lebih memilih suatu produk dengan kualitas terbaik dan harga terjangkau (Saribu, 2021). Dari hasil wawancara peneliti dengan Ibu Retno mengatakan bahwa untuk harga tiket masuk objek wisata Air Terjun Way Lalaan sudah tertera dalam Peraturan Daerah Kabupaten Tanggamus Nomor 02 Tahun 2016 tentang Retribusi Tempat Rekreasi

dan Olahraga yakni dalam pasal 8 Bab VI Struktur dan Besarnya Tarif Retribusi yaitu:

Pengunjung Domestik/Orang	Rp. 10.000
Pengunjung Mancanegara/Orang	Rp. 25.000
Roda Dua	Rp. 5.000
Roda Tiga	Rp. 7.000
Roda Empat	Rp. 15.000
Roda Enam	Rp. 25.000

Penentuan harga yang rendah ataupun harga terjangkau bisa menjadi pemicu untuk dapat meningkatkan kinerja dari pemasaran (Ferdinand, 2007:105). Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan, penentuan harga tiket diatas sudah menjadi keputusan bersama, dengan harga tiket terjangkau pengunjung dapat menikmati fasilitas yang ditawarkan oleh objek wisata.

c. Melakukan Kegiatan Promosi untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Banyak upaya yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam mempromosikan objek wisata yang ada di Kabupaten Tanggamus. Menurut Tjiptono (2008: 27) tujuan dari pemilihan media ialah dengan memilih media yang tepat untuk mengkampanyekan iklan yang bertujuan untuk menginformasikan kepada pelanggan sehingga paham dalam menentukan sikap dan tertarik terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa pemilihan model komunikasi merupakan bagian penting dari pelaksanaan komunikasi pemasaran pariwisata. Air Terjun Way Lalaan menggunakan promosi melalui *Advertising, Publication* dan *Digital Marketing*

Advertising atau periklanan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan oleh perusahaan dalam mempromosikan produknya kepada khalayak. Kegiatan *Advertising* disini dilakukan menggunakan media cetak, *Advertising* dalam

bentuk iklan media cetak dan iklan yang dilakukan Air Terjun Way Lalaan ini yaitu memasang banner yang berisikan mengenai profil Air Terjun Way Lalaan dan kegiatan atau event yang akan diselenggarakan di tempat yang sering terlihat oleh khalayak ramai seperti jalan utama dan depan objek wisata.



Gambar 3. 11 Majalah Wisata Kampung Way Lalaan
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Pada pelaksanaan kegiatan pemasaran pariwisata, Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus tidak memiliki *public relations* yang dikhususkan dalam mempromosikan destinasi wisata. Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus melakukan praktek-praktek PR seperti *publication*, jenis publikasi yang digunakan berupa media cetak dalam bentuk majalah seperti gambar diatas. Sama dengan *booklet*, biasanya majalah dibagikan hanya pada tamu-tamu penting yang berkunjung. Hal ini dikarenakan majalah disini bersifat sangat formal yang sudah melalui proses editing serta informasi yang diunggah sudah dipilih sesuai dengan kebutuhan *audiens*. Majalah ini biasanya mengunggah informasi seputar kegiatan kepariwisataan, hasil karya tangan masyarakat Way Lalaan yang nantinya bisa dijadikan oleh-oleh dan kunjungan tamu-tamu penting kedinasan.

Digital Marketing disini kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital

yang bertujuan untuk menarik calon konsumen secara cepat. Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus menggunakan media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok dan Website dalam menjalin hubungan komunikasi dengan calon pengunjung. Akun Instagram bernama @majestic.tanggamus yang dikelola oleh seksi promosi sering berbalas pesan terkait informasi di kolom komentar pada postingan yang diunggah.



Gambar 3. 12 Akun Instagram Dinas
Sumber: Dokumentasi Peneliti

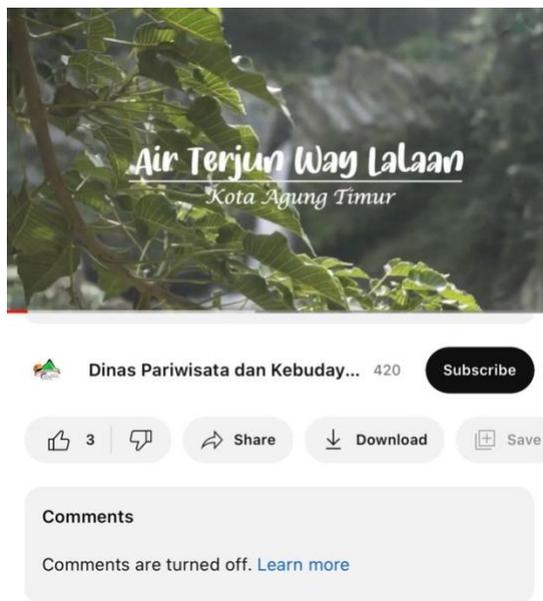
Gambar diatas merupakan postingan dari akun Instagram majestic tanggamus yang merekomendasikan Air Terjun Way Lalaan sebagai tempat yang bisa dikunjungi saat akhir pekan ataupun pada saat libur panjang. Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus menggunakan media sosial instagram untuk menyebarkan berbagai macam kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan objek wisata Air Terjun Way Lalaan. Akun ini dikelola oleh seksi promosi bagian penyebaran media *online*. Selain itu, Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus memanfaatkan instagram untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan destinasi wisata.



Gambar 3. 13 Akun TikTok Dinas

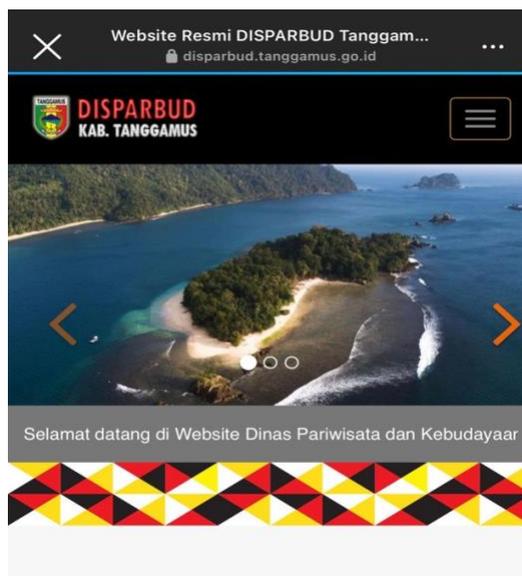
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Sama halnya dengan Instagram, akun TikTok milik Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus paling sering dimanfaatkan untuk mengunggah video-video terbaru terkait objek wisata Air Terjun Way Lalaan. Dibanding media yang lain, akun TikTok dan Instagram merupakan media sosial yang paling sering *update* dan memberikan informasi terkini. Calon wisatawan dapat dengan mudah memberi komentar, menyalin tautan hingga share video tersebut ke beberapa orang yang diinginkan. Penggunaan TikTok sebagai media promosi objek wisata dinilai sangat membantu dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, hal ini dilihat dari banyaknya masyarakat Indonesia yang cukup sering membuka TikTok sebagai media hiburan.



Gambar 3. 14 Akun YouTube Dinas
Sumber: Dokumentasi Peneliti

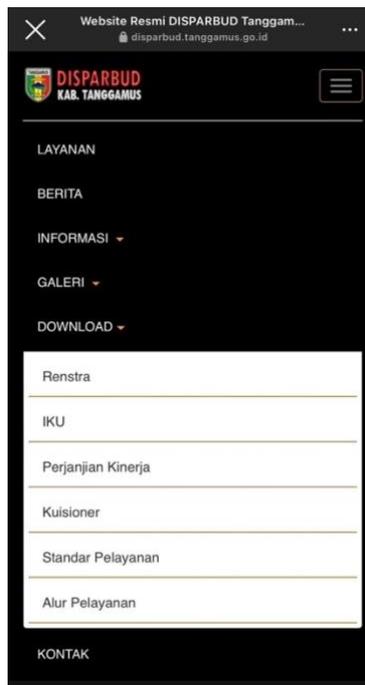
YouTube Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyebarkan liputan video terkait profil objek wisata serta kegiatan-kegiatan yang ada di objek wisata Air Terjun Way Lalaan. Bertujuan agar masyarakat yang telah mengikuti akun Youtube tersebut akan mendapatkan pemberitahuan jika ada unggahan video terbaru. Akun ini sangat membantu dan mempermudah calon wisatawan untuk mengetahui tentang destinasi wisata yang akan mereka kunjungi, ditambah dengan unggahan yang ditampilkan dalam bentuk video.



Gambar 3. 15 Akun Website Dinas

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus menggunakan website sebagai media menyebarkan informasi dan mengunggah kegiatan atau berita yang bersifat formal. Website dipilih oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus karena website mudah untuk diakses dan mudah disunting sesuai dengan informasi apa yang ingin mereka bagikan. Selain itu, Website juga dinilai sangat tepat untuk menyebarkan informasi seperti profil objek wisata, layanan, berita dan informasi terbaru yang berkaitan dengan destinasi wisata. Informasi tentang peraturan Bupati, Gubernur, peraturan daerah dan keputusan Kepala Dinas.



Gambar 3. 16 Akun Website Dinas

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Pada laman website, Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus juga mengunggah terkait alur pelayanan, standar pelayanan, perjanjian kinerja dan lain sebagainya. Tidak lupa dengan menyertakan kontak yang dapat dihubungi apabila ada hal terkait

destinasi wisata yang ingin ditanyakan.

Dengan menggunakan media komunikasi seperti diatas, sangat membantu dan mempermudah calon wisatawan untuk mengetahui serta memberikan pandangan terkait destinasi wisata yang ingin dituju. Calon wisatawan dapat dengan memberikan komentar serta dapat menghubungi kontak yang tersedia untuk menanyakan, memberikan kritik dan saran maupun keluhan kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus.

d. Mengembangkan Fasilitas Sarana dan Prasarana

Dalam mengembangkan suatu objek pariwisata tidak lepas dari pembangunan wilayah dalam sektor sarana dan prasarana yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam rangka meningkatkan sektor perekonomian yang ada, seperti yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam mengembangkan sarana dan prasarana di objek wisata Air Terjun Way Lalaan. Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus bekerjasama dengan pengelola untuk melengkapi dan memperbaiki fasilitas sarana dan prasarana yang ada di objek wisata Air Terjun Way Lalaan guna meningkatkan kualitas objek wisata, sarana dan prasarana tersebut antara lain adalah akses jalan menuju lokasi yang mudah ditemukan, karena objek wisata Air Terjun Way Lalaan berada tepat di dekat jalan utama Tanggamus. Berada kurang lebih 1,5 km dari Kantor Bupati Kabupaten Tanggamus, semakin didukung dengan infrastruktur jalan yang baik dan membuat akses menuju objek wisata semakin mudah. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Ristarnado, dkk (2019) yang berjudul “Strategi Pemerintah Desa dalam Mengembangkan Pariwisata” dimana dalam penelitian ini dijelaskan adanya akses yang mudah menuju lokasi wisata tentu akan meningkatkan nilai tambah tersendiri selain kemudahan serta keunggulan potensi wisata alam yang dimiliki oleh tempat wisata. Dukungan melalui infrastruktur tersebut dapat menunjang untuk semakin berkembangnya objek wisata tersebut.

Setelah akses menuju lokasi, tempat parkir menjadi hal penting dalam kegiatan pariwisata, biasanya wisatawan lebih senang apabila objek wisata yang mereka kunjungi memiliki tempat parkir yang luas dan aman. Objek wisata Air Terjun Way Lalaan memiliki tempat parkir yang terbilang cukup luas serta mampu menampung bus-bus pariwisata. Tempat parkir yang disediakan untuk parkir kendaraan roda empat ataupun roda enam berbeda dengan kendaraan roda dua. Prasarana yang ditunjukkan kepada wisatawan harus mencukupi faktor keamanan dalam hal menitipkan kendaraan (Yeoti, 2008:83). Keamanan yang ada sudah dipastikan sangat baik oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus sehingga para wisatawan dapat menikmati objek wisata dengan rasa nyaman dan aman. Selanjutnya dibutuhkan penyempurnaan fasilitas seperti rumah makan di area objek wisata. Setiap objek wisata pasti memiliki rumah makan untuk melayani kebutuhan pangan wisatawan. Begitu juga dengan Air Terjun Way Lalaan memiliki rumah makan yang dikelola oleh masyarakat lokal dalam menyajikan makanannya.

Kamar mandi menjadi bagian terpenting dalam setiap destinasi wisata yang menyajikan pemandian sebagai hiburannya. Menurut Kemenparekraf Sandiaga Uno dalam seminar online bertajuk “Fasilitas Publik dan Image Pariwisata” yang diselenggarakan Kenari Djaja dan ATI (Asosiasi Toilet Indonesia) menyebutkan bahwa toilet menjadi simbol pelayanan, juga menandakan peradaban modern. Toilet menjadi indikator penting bagi kegiatan pariwisata, sehingga harus layak, serta mencakup segala kebutuhan air juga kebersihannya. Pengelola objek wisata Air Terjun Way Lalaan berusaha semaksimal mungkin untuk menjaga kebersihan kamar mandi demi kenyamanan wisatawan, karena kamar mandi merupakan kebutuhan semua orang dan menjadi bagian dari servis dari sebuah kawasan wisata. Apabila impresi pertama wisatawan kamar mandinya kotor, maka mereka langsung menilai pengelolaan objek wisata tersebut jelek.

Terdapat mushola yang disediakan di objek wisata Air Terjun Way Lalaan sehingga pengunjung tidak perlu pergi keluar objek wisata untuk mencari mushola. Hal ini sangat memudahkan pengunjung karena di dalam mushola sudah tersedia sajadah, mukenah dan keperluan ibadah lainnya. Tidak lupa dengan tempat wudhu yang juga

sudah disediakan. Hal yang menjadi point plus dalam pengembangan fasilitas yaitu objek wisata Air Terjun Way Lalaan memiliki pusat informasi pariwisata, pusat informasi ini berperan memberikan pelayanan seperti informasi dan kebutuhan wisatawan. Informasi tersebut mengenai lokasi, tempat penginapan, peta wisata dan segala sesuatu yang berhubungan dengan pariwisata di objek wisata Air Terjun Way Lalaan. Pelayanan terkait informasi memiliki peran penting terhadap penilaian wisatawan. Terdapat lima unsur yang harus dikuasi dalam melayani wisatawan, diantaranya ramah tamah, cepat, aman, nyaman dan tepat (Endar Sugiarto, 2002).

e. Pembinaan Sumber Daya Manusia di Objek Wisata Air Terjun Way Lalaan

Unsur terpenting dan harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan adalah manusia (sumber daya manusia) “human resources” (Susanto, 1997). Mempersiapkan dan menghasilkan Sumber Daya Manusia yang profesional dan kompeten dalam melayani kegiatan-kegiatan pariwisata, terutama mempersiapkan otonomi daerah Kabupaten Tanggamus dibidang pariwisata. Pengembangan Sumber Daya Manusia yang meliputi Sumber Daya Manusia yang bekerja di instansi pembinaan pariwisata, dalam hal ini terutama Dinas Pariwisata maupun Sumber Daya Manusia yang melakukan aktifitas pelayanan langsung kepada wisatawan seperti pemandu wisata, pekerja dan lain-lain. Andrew dalam Mangkunegara (2013:4) menyatakan bahwa pembinaan sumber daya manusia didefinisikan sebagai proses untuk menentukan kebutuhan tenaga kerja serta mempertemukan suatu kebutuhan tersebut supaya pelaksanaannya berintegrasi dan terencana dengan baik.

Warsitaningsih (2002) berpendapat bahwa pembinaan dan pengembangan terhadap SDM ditekankan pada 3 aspek pokok yaitu, pengembangan pengetahuan tata cara dalam pelayanan, pembinaan pengetahuan terkait perlengkapan dan peralatan yang diperlukan dan pembinaan SDM berkaitan dengan tingkah laku, sopan santun dan sikap. Dalam rangka pembinaan sumber daya manusia pada objek wisata Air Terjun Way Lalaan, pengelola wisata tentu saja mendapatkan pelatihan yang dibina langsung oleh Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata dan Pengembangan Kawasan Pariwisata. Sebelum mengadakan pelatihan, Seksi Pengembangan Daya Tarik

Wisata dan Pengembangan Kawasan Pariwisata membagi setiap satu orang mendapatkan satu jobdesk, hal ini bertujuan untuk memaksimalkan pengelolaan. Pelatihan tersebut diantaranya pak muslim sebagai ketua pengelola objek wisata harus mampu mengatur serta memantau kinerja anggotanya dalam memelihara lingkungan sekitar objek wisata. Pelatihan tata kelola destinasi, pelatihan manajemen homestay, pelatihan pengelolaan rumah makan serta pelatihan ketertiban dan kebersihan wisata. Kegiatan pelatihan ini bertujuan supaya kegiatan kepariwisataan terencana dengan baik dan berintegrasi.

f. Kualitas Pekerja dalam Melayani Pengunjung Wisata

Pariwisata sebagai sebuah industri yang sangat bergantung pada keberadaan manusia. Terwujudnya pariwisata merupakan interaksi dari manusia yang melakukan wisata yang berperan sebagai konsumen yaitu pihak-pihak yang melakukan perjalanan wisata/wisatawan dan manusia sebagai produsen yaitu pihak-pihak yang menawarkan produk dan jasa wisata. Sehingga aspek manusia salah satunya berperan sebagai motor penggerak bagi kelangsungan industri pariwisata di suatu objek wisata. Siagian (2000:163) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan profesionalisme adalah keandalan dalam pelaksanaan tugas sehingga terlaksana dengan mutu tinggi, waktu yang tepat, cermat, dan dengan prosedur yang mudah dipahami dan diikuti oleh pelanggan.

Dalam industri pariwisata, perusahaan memiliki hubungan langsung dengan konsumen yang bersifat *intangible* (tidak berwujud) dalam hal ini sangat bergantung pada kemampuan pekerja dalam menumbuhkan minat serta menciptakan kesenangan dan kenyamanan kepada para konsumen (Setiawan, 2016:23-24). Dalam hal ini kinerja pekerja Air Terjun Way Lalaan sangat diperhatikan pada saat melayani pengunjung yang datang. Paling utama dilihat dari penjaga parkir yang berjaga, penjaga parkir yang sangat kooperatif terhadap kedatangan pengunjung. Kemudian penjaga tiket yang menerapkan senyum, sapa, santun dalam melayani pengunjung yang akan membeli tiket. Pekerja TIC yang sangat informatif dan cekatan dalam mengarahkan pengunjung. Serta pekerja kebersihan yang inisiatif dan solutif dalam

menjaga kebersihan fasilitas dan kenyamanan objek wisata.

g. Objek Wisata yang Memiliki Gedung Serbaguna

Karakteristik lingkungan fisik merupakan segi yang paling nampak dalam kaitannya dengan situasi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, peletakkan dan layout yang nampak atau lingkungan yang penting sebagai objek stimuli. Bukti fisik berupa bangunan fisik yang dirancang untuk usaha jasa harus menarik untuk dilihat dan nyaman terlihat dari luar, kemudian tempat parkir yang luas, dekorasi yang menarik dengan memperhatikan warna cat dan tembok yang bagus untuk suasana berwisata (Zeithaml dan Bitner dalam Utama, 2017:34).



Gambar 3. 17 Gedung Serbaguna

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Objek wisata Air Terjun Way Lalaan memiliki Gedung serba guna yang bernama gedung “Sang Ratu”. Gedung serbaguna ialah bangunan yang dapat digunakan untuk masyarakat umum sebagai wadah berbagai macam kepentingan yang sesuai dengan ukuran bangunannya (Khadafi, 2018). Gedung multifungsi yang memadukan fungsi eksibisi dan konferensi yang di dalamnya menawarkan area yang cukup untuk

mengakomodasi ribuan pengunjung. Gedung ini kerap kali digunakan sebagai acara hiburan di wisata Air Terjun Way Lalaan, selain itu juga digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus sebagai tempat penyelenggaraan event-event tertentu. Adanya gedung serbaguna di Air Terjun Way Lalaan ini menjadikan nilai tambah tersendiri yang tidak dimiliki oleh wisata lain yang ada di Kabupaten Tanggamus.

4. Analisis SWOT

Dengan melalui analisis SWOT dapat mengetahui lebih dalam komunikasi yang diterapkan pada Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam Mengembangkan Potensi Obiek Wisata Air Terjun Way Lalaan. Analisis SWOT difokuskan untuk menielaskan kondisi yang sedang di hadapi sekarang ataupun kondisi yang akan dihadapi kedepannya. Untuk menielaskan kondisi tersebut akan dilakukan analisis secara internal dan eksternal. Dalam menggunakan analisis SWOT proses analisis dilakukan dengan cara melihat kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity), ancaman (Threats) di obiek wisata Air Terjun Way Lalaan. Setelah melakukan analisis SWOT ini peneliti dapat mengetahui serta memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengetahui kelemahan dan ancaman agar dapat mencegah serta menyslesaikan masalah dan harapannya melalui analisis SWOT dapat mengevaluasi serta meningkatkan kineria dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus Berikut analisis SWOT yang telah ditemukan:

STRENGTH	WEAKNESS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas sarana dan prasarana yang memadai 2. Harga tiket yang ekonomis sehingga dapat dijangkau seluruh masyarakat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat media sosial yang penggunaanya kurang optimal seperti kurangnya aktifitas unggahan video di YouTube, serta konten yang disajikan di media

<p>3. Memanfaatkan berbagai macam media sebagai tempat mempromosikan wisata</p> <p>4. Memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau</p>	<p>sosial Instagram dan TikTok kurang menarik.</p>
<p>OPPORTUNITIES</p>	<p>THREATS</p>
<p>1. Dapat meningkatkan pendapatan masyarakat lokal</p> <p>2. Besarnya animo masyarakat untuk berlibur</p>	<p>1. Banyaknya destinasi wisata serupa yang ada di Kabupaten Tanggamus, seperti Air Terjun Lembah Pelangi, Air Terjun Tirai, Air Terjun Tapusan dan Air Terjun Batu Lapis</p> <p>2. Adanya pandemi Covid 19 menyebabkan destinasi wisata terdampak menyebabkan sepi pengunjung</p> <p>3. Wisata alam rawan terhadap bencana alam</p>

Tabel 3. 1 Analisis SWOT

5. Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor Pendukung

- 1) Fasilitas sarana dan prasarana pada objek wisata Air Terjun Way Lalaan yang sudah sangat memadai, hal ini terlihat dari beberapa fasilitas seperti akses

menuju lokasi wisata yang sangat mudah dijangkau, lahan parkir yang luas serta keamanan yang terjaga, penyediaan rumah makan yang dikelola oleh masyarakat lokal, mushola yang bersih sebagai tempat ibadah, TIC sebagai pusat informasi dan yang paling penting selalu menjaga kebersihan kamar mandi.

- 2) Objek wisata Air Terjun Way Lalaan menetapkan harga tiket masuk perorangan dan kendaraan dengan harga yang terjangkau, sehingga seluruh lapisan masyarakat dapat dengan mudah menikmati keindahan air terjun tersebut.
- 3) Menggunakan berbagai macam media dalam mempromosikan objek wisata Air Terjun Way Lalaan seperti media luar ruang (*banner*), media cetak (*booklet*), website, menggunakan media sosial seperti Instagram, YouTube dan TikTok yang dapat diakses seluruh masyarakat dan bekerjasama dengan Duta Wisata Kabupaten Tanggamus, yang harapannya dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.
- 4) Dapat meningkatkan pendapatan masyarakat lokal kampung baru seperti berjualan makanan khas daerah serta oleh-oleh khas Tanggamus.
- 5) Memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dekat dengan jalan utama Tanggamus.
- 6) Besarnya minat masyarakat untuk berlibur ke wisata alam.

a. Faktor Penghambat

- 1) Terdapat media sosial yang aktivitas penggunaannya kurang maksimal, media tersebut yaitu YouTube. Penggunaan laman YouTube dalam mempromosikan objek wisata dinilai kurang aktif dalam mengunggah konten videonya.
- 2) Banyaknya destinasi wisata yang serupa, serta lebih banyak menyajikan keindahan alam di Kabupaten Tanggamus. Seperti seperti Air Terjun Lembah Pelangi, Air Terjun Tirai, Air Terjun Tapusan dan Air Terjun Batu Lapis.
- 3) Adanya pandemi Covid 19 menyebabkan destinasi wisata terdampak menyebabkan sepi pengunjung.
- 4) Wisata alam menjadi wisata yang rawan adanya bencana alam.

BAB IV

PENUTUP

Pada bab ini peneliti akan memberikan kesimpulan yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan, memaparkan keterbatasan penelitian, serta memberikan saran kepada peneliti selanjutnya berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan pada bab sebelumnya.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “**Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus Dalam Mengembangkan Potensi Wisata Air Terjun Way Lalaan**”, peneliti memberikan beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Komunikasi yang terjadi antara Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dan pengelola menjadi perantara dibidang pariwisata dalam peningkatan infrastruktur dan membantu dalam pengembangan destinasi wisata. Dalam proses mengembangkan kembali objek wisata Air Terjun Way Lalaan pasca terjadinya Covid-19, Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus bekerja sama dengan pengelola untuk membangkitkan kembali destinasi wisata yang pernah terdampak. Disini peran pengelola sangat berperan penting dalam memelihara dan menjaga Air Terjun Way Lalaan. Tidak hanya itu, setiap satu bulan pengelola memberikan laporan (*weekly report*) berupa perkembangan jumlah pengunjung, keluhan dan masukan dari wisatawan kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus. Dalam hal ini terlihat sangat jelas bahwa sektor pariwisata sangat membutuhkan komunikasi. Adapun komunikasi yang digunakan dua arah, hal ini bertujuan agar terjadinya feedback antara pemberi pesan dan penerima pesan begitupun sebaliknya.
2. Peran Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam membuat program mengembangkan objek wisata Air Terjun Way Lalaan di Kabupaten Tanggamus pada dasarnya harus mengacu kepada arah kebijakan pengembangan kepariwisataan secara nasional. Program tersebut yaitu: Pengembangan sarana dan prasarana, meningkatkan pemasaran dan promosi objek wisata Air Terjun Way Lalaan, baik dengan media cetak maupun media sosial, pengembangan potensi pada objek wisata harus tetap memperhatikan segala aspek kelestarian lingkungan yang masih

terjaga dari ekosistemnya, mempersiapkan tenaga pembimbing pariwisata dalam usaha penyuluhan sapta pesona dan sadar wisata dan kerjasama antara pemerintah dengan pihak swasta dalam upaya mengembangkan kepariwisataan.

3. Strategi pemasaran menggunakan 7p, dalam mengembangkan potensi baru objek wisata Air terjun Way Lalaan daya tarik wisata dibangun secara sinergis seperti memperhatikan fasilitas wisata, fasilitas umum, sarana dan prasarana, terdapat potensi baru seperti wisata edukasi madu klenceng yang menjadi potensi wisata edukasi yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan. Sedangkan kolam pemancingan ikan dan taman way lalaan juga memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang ingin merelaksasikan diri. Tidak hanya berfokus pada pengembangan saja, wisata Air Terjun Way Lalaan menetapkan harga terjangkau sehingga semua masyarakat dapat menikmati keindahan alamnya. Ditambah dengan lokasi yang berada di jalan utama Tanggamus mudah diakses serta fasilitas sarana dan prasarana yang sudah sangat memadai. Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus tidak memiliki *public relations* yang dikhususkan dalam mempromosikan destinasi wisata, Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus melakukan praktek-praktek PR seperti *publication*, jenis publikasi yang digunakan berupa media cetak dalam bentuk majalah. *Advertising* dilakukan dengan menggunakan media cetak dalam bentuk iklan banner. Kemudian *digital marketing* disini menggunakan media sosial Instagram, YouTube, Website dan TikTok yang dikelola oleh seksi promosi yang sering berbalas pesan terkait informasi objek wisata. Pengembangan sumber daya manusia yang meliputi sumber daya manusia yang bekerja di instansi pembinaan pariwisata, dalam hal ini terutama Dinas Pariwisata maupun Sumber Daya Manusia (pengelola) yang melakukan aktifitas pelayanan langsung kepada wisatawan seperti pemandu wisata, pekerja dan lain-lain. Dalam pelaksanaan kepariwisataan kinerja pekerja Air Terjun Way Lalaan sangat diperhatikan pada saat melayani pengunjung yang datang, semua pekerja harus informatif dan cekatan dalam melayani pengunjung tidak lupa dengan senyum, sapa dan santun. Objek wisata Air Terjun Way Lalaan memiliki Gedung serba guna yang bernama gedung “Sang Ratu”. Gedung ini kerap kali digunakan sebagai acara hiburan di wisata Air Terjun Way Lalaan, selain itu juga digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus sebagai tempat penyelenggaraan event-event tertentu.
4. Dari hasil penelitian diatas, peneliti merumuskan faktor pendukung serta faktor penghambat dengan menggunakan analisis SWOT. Faktor pendukung fasilitas sarana dan prasarana yang

memadai seperti akses menuju lokasi yang mudah, lahan parkir, rumah makan, mushola dan kamar mandi yang bersih. Harga tiket yang terjangkau, melakukan promosi dengan menggunakan media luar ruang, media cetak, website dan media sosial. Dapat meningkatkan pendapatan masyarakat lokal seperti menjual makanan dan oleh-oleh khas Tanggamus dengan lokasi yang strategis dan minat kunjungan masyarakat untuk berlibur yang cukup tinggi. Sedangkan Faktor penghambat yaitu Terdapat media sosial yang aktivitas penggunaannya kurang maksimal, serta banyaknya destinasi wisata yang lebih banyak menyajikan keindahan alam di Kabupaten Tanggamus. Wisata yang terdampak adanya pandemi Covid-19 serta rawan terhadap bencana alam.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian ataupun dengan peneliti. Adapun keterbatasan peneliti adalah tidak dapat melakukan wawancara kepada Kabid Destinasi yang terdiri dari Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata dan Pengembangan Kawasan Pariwisata serta Seksi Pengembangan Industri Pariwisata juga seksi promosi. Karena tidak adanya divisi *Public Relations*, informan dalam penelitian ini diposisikan kepada Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus. Hal tersebut membuat data terkait pelaksanaan aktifitas *public relations* masih kurang mendalam. Karena Kepala Dinas berwenang sebagai penanggung jawab dan bukan pelaksana. Peneliti berharap kepada penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan pembahasan ini lebih baik dan dapat mengambil pembahasan dari keterbatasan penelitian ini.

C. Saran

1. Saran untuk Mahasiswa

Dalam penelitian ini hanya berfokus kepada komunikasi pariwisata, peran Dinas Pariwisata dan strategi pemasaran dengan menggunakan 7p serta faktor pendukung dan penghambat. Bagi akademis yang ingin melakukan penelitian serupa, penulis menyarankan untuk memperbanyak informan, terutama informan yang memahami secara mendalam tentang pelaksanaan aktivitas *public relations* di lingkungan Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih maksimal.

2. Saran untuk Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus

Saran peneliti untuk Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus adalah peneliti berharap lebih mengoptimalkan lagi penggunaan media kegiatan promosi dan lebih konsisten dalam menggunggah konten. Selain itu, kegiatan pembinaan kepada sumber daya manusia lebih ditingkatkan lagi sehingga mendapatkan SDM yang kompeten serta perlu adanya divisi *Public Relations* pelaksanaan agar aktifitas PR dapat lebih terorganisir.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng, Eren Dea. (2015). Pengembangan Objek Pariwisata Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal (Studi Kasus Objek Wisata Banyu Biru di Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Administrasi Publik*, 3(1). 89-95.
- Anggarawati, S., dkk. (2022). Kepariwisataan. Padang. Global Eksekutif Teknologi.
- Angraini, N., dkk. (2021). Marketing Tourism Services. Bandung. Media Sains Indonesia.
- Aprilia, I. A., dkk. (2022). Peran Komunikasi Pemerintah Untuk Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik. *Jurnal Communication*, 13(1), 70-85.
- Arianti, G. (2019). Exposure Berita Terhadap Minat Pariwisata Lombok Pasca
- Aziz, A. (2018). KOMUNIKASI PEMASARAN DESTINASI WISATA HALAL OLEHDINAS PARIWISATA PROVINSI SUMATERA BARAT DAN DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAH RAGA KABUPATEN TANAH DATAR.
- BPK. (2022). *BPK.go.id*. Retrieved Mei 20, 2022 from Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia: <https://www.bpk.go.id/>
- Company Profile IFTA INDONESIA
- Dilapanga, A., Langkai, J., & Rawung, N. (2019). Strategi Pemerintahan dalam Pengembangan Potensi Destinasi Pariwisata di Kabupaten Minahasa. *Jurnal Administro: Jurnal Kajian Kebijakan dan ilmu Administrasi Negara*, 1(2), 23-27.
- Fitrianti, A. and Yunani, A., 2019. PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS PARTISIPASI MASYARAKAT LOKAL DI DESA WANASARI. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 2(4), pp.1017-1027.

- Ginaldho, H., dkk. (2021). Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Niat Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Way Lalaan Kota Agung Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 269-281.
- Hafidz, S. S., dkk. (2021). *Komunikasi Pemasaran Pariwisata*. Surabaya. Unitomo Press.
- Hari, M. (2019). Strategi Pemasaran Pariwisata Agar Tempat Wisata Ramai Dikunjungi. Diakses pada 20 Mei 2023 dari <https://netsolmind.com/pemasaran-pariwisata/>
- Jahja, A. S., dkk. (2022). *Pemasaran Strategik Untuk Pariwisata Berkelanjutan*. Bandung. Media Sains Indonesia.
- Karim, S., dkk. (2017). Tingkat partisipasi masyarakat dalam mendukung kepariwisataan balickapan : kelompok sadar wisata (pokdarwis). *Jurnal Kepariwisataan dan Hospitalitas*, 1(2), 269-280.
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta. Deepublish.
- Masrin, I., dan Octary Khalis. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Kedatangan Wisatawan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 204-216.
- Medi, R. (2018). PERAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGELOLAAN POTENSI PARIWISATA BUNTU BURAKE DI KABUPATEN TANA TORAJA. Makassar.
- Mingkid, E. (2015). PENGGUNAAN MEDIA KOMUNIKASI PROMOSI PARIWISATA OLEH PEMERINTAH KOTA MANADO. *Jurnal Sosiohumaniora*, 18(3), 188-192.
- Munzir, A. A., dkk. (2019). Beragam Peran Media Sosial dalam Dunia Politik di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*, 7(2), 173-182.
- Nursaid, A. (2020). CULTURAL BRANDING KAMPUNG PESILAT KABUPATEN

MADIUN PADA DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA KABUPATEN MADIUN. (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

<http://eprints.umpo.ac.id/5895/2/Halaman%20Depan.pdf>

Pamungkas, B. T. (2019). STRATEGI PEMERINTAH KABUPATEN SEMARANGDALAM PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA DI CANDI GEDONG SONGO. *Journal of Politic and Government Studies*, 8(04), 101-110.

Pajriah, S. (2018). PERAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA BUDAYA DI KABUPATEN CIAMIS. *Jurnal Artefak*, 5(1), 25-34.

Pemerintah Provinsi Lampung. 2020. Rencana Kerja Pemerintah Daerah Provinsi Lampung Tahun 2021.

Ratih, S. D., (2022). BUDAYA PARIWISATA DALAM MANAJEMEN DESTINASI. Sumatra Barat. Azka Pustaka.

Rencana Strategi Pengembangan. Diakses pada 20 Mei 2023 dari

<https://www.scribd.com/document/365620806/Bab-4-Rencana-Strategi>

Ristarnado, R., Settyoko, J. and Harpinsyah, H., 2019. Strategi pemerintahan desa dalam mengembangkan pariwisata. *Jurnal Politik Dan Pemerintahan Daerah*, 1(1), pp.40-51.

Saribu, H. D. T., (2021). Harga Pembelian Tiket. Medan. Unpri Press.

Setiadi, B. (2018). PENGARUH HARGA, LOKASI DAN FASILITAS WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (Studi pada Objek Wisata Pantai Tiga Warna di Kabupaten Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 6(1).

Simamora, R. K., & Sinaga, R. S. (2016). Peran pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata alam dan budaya di Kabupaten Tapanuli Utara. *JPPUMA: Jurnal Ilmu*

- Pemerintahan dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA), 4(1), 79-96.
- Sudjana, I. M., dkk. (2022). Pengembangan dan Pengelolaan Pariwisata di Indonesia. Bali. Intelektual Manifes Media.
- Suharto, H. (2018). *Kebijakan Kesiapsiagaan Masyarakat Pesisir dalam Menghadapi Bencana Alam di Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Tjandra, W. Riawan. 2009. Peningkatan Kapasitas Pemda Dalam Pelayanan Publik. Yogyakarta: Pembarun.
- Unepetty, L. (2021). Sandiaga Uno: Toilet Destinasi Wisata Indonesia Harus Memiliki Desain dan Fasilitas Baik. Diakses pada 27 Mei 2023 dari <https://jakarta.suara.com/amp/read/2021/10/17/095716/sandiaga-uno-toilet-destinasi-wisata-indonesia-harus-memiliki-desain-dan-fasilitas-baik>
- Uno, S. S., dkk. (2020). Trend Pariwisata 2021. Kemenparekraf.

LAMPIRAN

TRANSKRIP WAWANCARA KEPALA DINAS KABUPATEN TANGGAMUS

Lampiran

Narasumber : Rento Noviana Damayanti, S.T., M.T
Tanggal : 22 November 2022
Lokasi : Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus,
Jl. Jend. A. Yani, Kp. Baru, Kec. Kota Agung Timur, Kab. Tanggamus,
Lampung 35384

1. Mengenai Wisata Air Terjun Way Lalaan

1. Sejak kapan wisata Air Terjun Way Lalaan berdiri dan ditetapkan sebagai destinasi wisata di Kabupen Tanggamus?

Jawaban: Objek wisata Air Terjun Way Lalaan sudah lama berdiri menjadi salah satu wisata yang diminati oleh masyarakat, bahkan sebelum Tanggamus dinobatkan sebagai salah satu Kabupaten yang terletak di provinsi Lampung. Setelah Tanggamus menjadi Kabupaten objek wisata Air Terjun Way Lalaan pemerintah Kabupaten Tanggamus melakukan pembentukan struktur organisasi yang bertanggung jawab dalam pengelolaan objek-objek wisata yang terletak di Kabupaten Tanggamus. Tahun 2018 Dinas Priwisata Kabupaten Tanggamus mulai mengembangkan dan memperbaiki fasilitas-fasilitas dengan berpedoman pada sapta pesona aman, nyaman, dan bersih sehingga para pengunjung dapat menikmati objek wisata dengan nyaman.

2. Bagaimana dengan keadaan ekosistem alam yang ada di objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawab: Tanggamus itu kaya akan sumber daya alam yang melimpah ya, karena disini kelestarian dan ekosistem alamnya masih benar-benar asli. Jadi sebisa mungkin sebelum mengembangkan objek wisata Air Terjun Way Lalaan ini kita mengetahui dulu nih apa saja yang harus dibenahi tanpa merusak ekosistem alam. Karena disini kan objek wisata yang paling utama itu air terjun ya, jadi kami sangat menjaga sekali.

Namanya wisata alam yah paling hal yang kami takutin itu seperti hujan lebat yang bisa membuat tanah longsor terus arus sungai yang deras. Ya paling itu aja kelemahan di wisata alam, selebihnya sih tidak ada

3. Apakah ada arti dari nama Way Lalaan?

Jawaban: Arti nama dari Way Lalaan berasal dari bahasa Lampung yaitu Way artinya sungai dan Lalaan artinya yang bermuara ke teluk semangka. Teluk semangka merupakan teluk besar yang letaknya di ujung selatan pulau sumatera.

4. Bagaimana potensi pariwisata yang ada pada objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Melihat potensi yang ada di objek wisata Air Terjun Way Lalaan cukup banyak dan sebagian sudah dilakukan pengembangan yang semestinya, hanya saja kurang ada pada promosi yang kurang efektif. Jika dilakukan kegiatan promosi yang maksimal maka dapat menciptakan destinasi wisata yang unggulan.

5. Apakah letak lokasi Air Terjun Way Lalaan cukup strategis?

Jawaban: Dijelaskan dalam website resmi BAPPELITBANG Tanggamus objek wisata Air Terjun Way Lalaan terletak di Desa Pekon Kampungbaru, Kecamatan Kotaagung Timur, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. Berjarak kurang lebih sekitar 8 Km dari Kotaagung, ibukota Kabupaten Tanggamus atau 80 Km (1,5 jam) dari kota Bandar Lampung.

6. Berapa meter ketinggian tumpahan air yang jatuh ke bawah?

Jawaban: Tumpahan Air Terjun Way Lalaan yang jatuh memiliki ketinggian kurang lebih sekitar 11 m.

7. Apakah ada batasan usia untuk bisa berendam di Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Objek wisata Air Terjun Way Lalaan merupakan destinasi wisata keluarga, sehingga dikhususkan untuk kunjungan keluarga. Tidak ada peraturan terkait batasan usia, artinya semua kalangan usia dapat menikmati dan berendam di Air Terjun Way Lalaan. Namun yang perlu diperhatikan untuk usia anak-anak harus didampingi oleh orang dewasa. Selain itu, sekitar objek wisata Air Terjun Way Lalaan terdapat taman bermain anak-anak yang khusus disiapkan agar anak-anak tidak bosan dan terdapat beberapa rumah yang bisa disewa apabila ada pengunjung yang ingin bermalam.

8. Berapa biaya yang diperlukan untuk bisa menikmati keindahan Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Pemerintah Kabupaten Tanggamus Perda No. 02 Tahun 2016 Retribusi tempat rekreasi dan olahraga Air Terjun Way Lalaan menetapkan:

Pengunjung Domestik/Orang	Rp. 10.000
Pengunjung Mancanegara/Orang	Rp. 25.000
Roda Dua	Rp. 5.000
Roda Tiga	Rp. 7.000
Roda Empat	Rp. 15.000
Roda Enam	Rp. 25.000

9. Apakah Air Terjun Way Lalaan buka setiap hari?

Jawaban: Jam operasional wisata Air Terjun Way Lalaan buka pukul 08:00 WIB dan tutup pada pukul 17:00 WIB. Wisata Air Terjun Way Lalaan buka setiap hari termasuk pada hari besar seperti pada perayaan hari raya.

10. Apa saja keunggulan Air Terjun Way Lalaan dengan Air Terjun lain yang berada di Kabupaten Tanggamus?

Jawaban: Setiap Air Terjun di Kabupaten Tanggamus memiliki karakteristik dan keunggulan masing-masing, namun Air Terjun Way Lalaan memiliki beberapa keunggulan yang tidak dimiliki Air Terjun lainnya. Seperti akses untuk ke objek wisata Air Terjun Way Lalaan lebih mudah dan lebih dekat dari jalan utama Tanggamus sehingga para pengunjung tidak sulit menemukan keberadaan objek wisata tersebut. Jarak dengan kantor pemda hanya 10 menit sehingga dapat lebih mudah bagi pemerintah untuk mengkoordinasi hal-hal yang perlu diperbaiki. Tapi memang kelebihan Way Lalaan sama air terjun lain itu pertama lokasinya dekat dengan kantor bupati, terus pengelolaan way lalaan itu dibawah wewenang Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dan yang terakhir pada february tahun 2022 lalu Way Lalaan menjadi satu-satunya air terjun di Tanggamus yang mengadakan kegiatan dengan menggandeng IFTA. Nah IFTA itu seperti kegiatan inovasi kepariwisataan ke daerah-daerah

11. Apakah fasilitas dan infrastruktur objek wisata Air Terjun Way Lalaan sudah lengkap dan memadai?

Jawaban: Untuk fasilitas dan infrastruktur objek wisata Air Terjun Way Lalaan sudah terpenuhi hanya saja ada beberapa fasilitas yang belum maksimal. Seperti sudah disediakan mushola guna mempermudah pengunjung yang akan beribadah sehingga tidak perlu pencari mushola hingga keluar objek wisata. Ada juga mandi cuci kakus atau biasa disebut MCK, kemudian ada kedai makanan apabila ada pengunjung yang sekedar ingin makan dan minum dengan akses yang lebih dekat dengan titik Air Terjun Way Lalaan. Ada panggung hiburan yang biasa digunakan untuk acara-acara besar yang dilaksanakan sekitar objek wisata Air Terjun Way Lalaan dan area parkir yang luas. Fasilitas-fasilitas penunjang untuk sarana dan prasarana sudah tersedia, hanya saja kapasitas yang terbatas dan belum mencukupi. Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus masih melakukan pembenahan-pembenahan perlengkapan sarana dan prasarana agar lebih maksimal.

12. Bagaimana dengan keamanan yang ada di objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus melakukan kerjasama dengan pihak ketiga dalam pemeliharaan dan pengembangan termasuk keamanan dan kebersihan sehingga menciptakan ketertiban yang baik. Sejauh ini keluhan-keluhan dari pihak pengunjung sudah tidak terdengar lagi hal ini menandakan bahwa keamanan tersebut sudah cukup efektif. Namun apabila ada permasalahan di lapangan dapat teratasi dengan baik berkat bantuan dari pihak ketiga yang sudah cukup baik dalam menjalankan tugasnya sesuai dengan yang sudah ditugaskan.

13. Adakah peraturan khusus yang mengatur tentang pengembangan objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Pengaturan pengembangan objek wisata Air Terjun Way Lalaan mengacu pada peraturan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) yang sudah ditetapkan.

2. Mengenai Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus

1. Bagaimana struktur organisasi yang ditetapkan Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam menjalankan tugasnya?

Jawaban: Dalam peraturan Bupati Tanggamus Nomor 73 Tahun 2020 pada Bab III Pasal 4 dijelaskan Susunan organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan terdiri dari:

- h. Kepala Dinas;
- i. Sekretariat, membawahi:
 - 4. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian;
 - 5. Sub Bagian Perencanaan dan Program;
 - 6. Sub Bagian Keuangan;
- j. Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata membawahi :
 - 3. Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata dan Pengembangan Kawasan Pariwisata;
 - 4. Seksi Pengembangan Industri Pariwisata;

- k. Bidang Pemasaran Pariwisata membawahi :
 - 3. Seksi Promosi.
 - 4. Seksi Pengembangan Segmen Pasar dan Kelembagaan.
- l. Bidang Ekonomi Kreatif membawahi :
 - 3. Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya ;
 - 4. Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Media, Desain dan IPTEK;
- m. Bidang Nilai Seni Budaya :
 - 3. Seksi Kesenian dan Nilai Budaya;
 - 4. Seksi Internalisasi dan Diplomasi Budaya;
- n. Bidang Sejarah dan Tradisi :
 - 3. Seksi Tradisi Budaya dan Perfilman;
 - 4. Seksi Cagar Budaya dan Permuseuman;

Bagan struktur organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sebagaimana tercantum pada Lampiran, yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan ini.

2. Apa visi dan misi Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus?

Jawaban: **VISI:** Tangguh, Agamis, Mandiri, Unggul dan Sejahtera “Pekon Sebagai Basis Untuk Kemandirian, Keunggulan dan Kesejahteraan” **MISI:** Pembangunan dan pengelolaan sektor pariwisata berbasis kemasyarakatan dan potensi lokal.

3. Apa saja tugas pokok Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus?

Jawaban: Dalam peraturan Bupati Tanggamus Nomor 73 Tahun 2020 pada Bab II Pasal 2 dijelaskan bahwa tugas pokok Dinas Pariwisata dan Kebudayaan merupakan unsur pelaksana otonomi yang melaksanakan urusan Pemerintahan Daerah yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. Dijelaskan juga pada Pasal 3 bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintah yang menjadi kewenangan daerah di Bidang Pariwisata dan Kebudayaan serta tugas pembantuan yang diberikan pada Kabupaten.

4. Apakah setiap divisi memiliki jobdesk masing-masing atau ada persamaan?

Jawaban: Sesuai dengan struktur organisasi tugas dan fungsi masing-masing bidang memiliki tugas dan fungsi untuk melaksanakan pekerjaannya. Dalam menjalankan tugasnya sejalan dan tetap bersinergi antara satu divisi dengan divisi lainnya.

3. Definisi Komunikasi Pariwisata

1. Apakah objek wisata Air Terjun Way Lalaan menjadi andalan daerah untuk meningkatkan pendapatan sektor wisata di Kabupaten Tanggamus?

Jawaban: Air Terjun Way Lalaan mempunyai suatu potensi yang dijadikan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus sebagai pendapatan asli daerah (PAD). Tiket masuk objek wisata Air Terjun Way Lalaan merupakan salah satu pendapatan asli daerah yang dimana terdapat kontribusi kepada pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus melalui harga tiket yang sudah ditetapkan. Hal ini menjadi andalan untuk mendongkrak pendapatan di Kabupaten Tanggamus di sektor wisata.

2. Adakah wisata lain yang menjadi andalan selain Air Terjun Way lalaan?

Jawaban: Kabupaten Tanggamus memiliki banyak potensi alamnya, karena alamnya membentuk berbagai macam karakteristik yang bisa dikunjungi. Selain Air Terjun Way Lalaan, di Kabupaten Tanggamus khususnya di daerah Kota Agung Timur terdapat berbagai macam air terjun, kemudian terdapat pantai yang garis panjangnya 202 km dan banyak potensi-potensi wisata bahari seperti wisata pegunungan dan wisata buatan yang terdapat di Kabupaten Tanggamus. Selain itu, terdapat wisata lumba-lumba di teluk kiluan yang letaknya di Desa Kiluan Negeri, Kecamatan Klumbayan yang menjadi salah satu tujuan destinasi wisata. Karena keindahan alam yang makmur dan mendukung, terdapat destinasi wisata yang dikelola oleh pihak swasta seperti bukit idaman yang berbentuk taman rekreasi untuk menikmati keindahan alam.

3. Apakah benar Air Terjun Way Lalaan sukses menggelar uji trip bertajuk Journey To The Real Majestic Of Tanggamus dengan menggandeng IFTA (Indonesian Fighter Tourism Association)?

Jawaban: Benar, Alhamdulillah kegiatan itu dapat terlaksana dengan baik. Tujuan dari kegiatan itu dilakukan untuk mengajak kelompok sadar wisata yang ada di Kabupaten Tanggamus, khususnya di kampung baru untuk mengelola destinasi wisata. Seperti bagaimana menerima tamu dengan baik yang akan berkunjung ke Air Terjun Way Lalaan. Artinya kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada bulan februari tahun 2022 berjalan dengan sukses dan lancar. Pada acara Anugrah Desa Wisata Indonesia (ADWI) salah satunya Kabupaten Tanggamus masuk dalam 300 peserta nominasi, dengan adanya acara trip tersebut Alhamdulillah cukup meningkat dilihat dari data kunjungan wisatawan terdapat adanya peningkatan yang signifikan.

4. Apakah IFTA memberikan dampak positif bagi wisata Air Terjun Way Lalaan

Jawaban: *Waktu ada pandemi Covid-19 wisata way lalaan benar-benar drastis banget, apalagi waktu ada pembatasan sosial ya. Nah standar kunjungan wisatawan itu biasanya kita tetapkan 15% pertahunnya, sedangkan pada saat pandemi itu hanya sekitar 8,3% wisatawan saja. Itu lumayan jauh ya dari standar yang kami tetapkan, disitu saya dan staff terus mencari solusi gimana cara bangkitkan lagi wisatanya biar kembali seperti semula. Nah setelah rapat yang panjang dengan hasil final kami mengembangkan potensi baru di area way lalaan terus lebih tingkatkan lagi dibagian promosi. Untuk sekarang sudah sangat Alhamdulillah meningkat sekali ya, ditambah setelah kegiatan bersama IFTA jadi makin terekspos wisata way lalaan*

4. Peran Komunikasi Pariwisata

1. Bagaimana potensi-potensi yang ada pada objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Selain Air Terjun yang menjadi spot unggulan dalam wisata, Potensi yang ada di objek wisata Air Terjun Way Lalaan cukup banyak, selain dari Air Terjun yang menjadi spot andalan dalam wisata namun terdapat beberapa potensi yang ada di sekitarnya Potensi yang pertama itu yaitu baru dibuka belum lama wisata edukasi budidaya madu klenceng. Jadi madu klenceng disini dikelola sama kelompok sadar wisata yang kemudian bisa menjadi alternatif wisata pendukung dalam rangka mengembangkan potensi wisata yang ada di Air Terjun Way Lalaan.

2. Apakah wisata edukasi madu klenceng menjadi daya Tarik tersendiri bagi pengunjung?

Jawaban: Menurut saya menarik ya, wisata madu klenceng disini bisa menambah

pengetahuan juga terutama dalam pengelolaan dari lebah bisa menjadi madu. Terus pengunjung juga jadi ga bosen soalnya ada wisata lain selain air terjun.

3. Bagaimana dengan kolam pemancingan ikan? Apakah letaknya dekat dengan Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Kita sebisa mungkin ya buat pengunjung itu nyaman ya, jadi untuk mancing disini ga perlu bayar lagi jadi sekali bayar saja bareng sama tiket masuk air terjun. Tapi semisal pengunjungnya ga bawa alat mancing terus juga ga bawa umpan untuk makan ikan ya kita sudah sediakan namun berbayar ya, jadi ga perlu khawatir atau repot-repot bawa banyak barang dari rumah, terus untuk hasil mancing bisa dibawa pulang.

4. Bagaimana dengan potensi wisata buatan yang ada di Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Spot foto yang bisa dinikmati para wisatawan yang ingin mengabadikan momen tersebut. Jadi ada beberapa tempat yang memiliki potensi yang dikhususkan selain untuk kunjungan ke Air Terjunnya. Nah di taman ini kita kasih berbagai macam tumbuhan dan bunga-bunga ya supaya makin memperindah tamannya.

5. Apakah akses menuju objek wisata Air Terjun Way Lalaan sudah memadai?

Jawaban: Untuk infrastruktur Alhamdulillah sudah cukup memadai, karena akses menuju tempat Air Terjun berada sangat mudah dijangkau. Karena letaknya sangat dekat dengan jalan utama Tanggamus sehingga infrastrukturnya sangat diperhatikan oleh pemerintah, walaupun terjadi kerusakan pasti langsung diperbaiki.

6. Bagaimana alur informasi yang disediakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus terkait objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Informasi yang disampaikan tidak hanya dari data yang tertulis, tetapi juga dari pamphlet. Kita juga punya media sosial yang bisa memberikan gambar dan informasi yang ada di Kabupaten Tanggamus, khususnya di Air Terjun Way Lalaan kita bisa liat informasi tersampaikan media *Majestic Tanggamus* kita punya akun itu. Kemudian kita punya website disparbud tentang kulineran, destinasi, informasi homestay, dan semua informasi yang menyangkut kepariwisataan kita bisa lihat disitu. Kita juga punya satu lagi Point of Inters (POI) informasi tentang kepariwisataan di

Kabupaten Tanggamus, bisa dicek di aplikasinya. Artinya dibidang informasi dirasa sudah cukup.

7. Siapa saja yang mengelola objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Pengelolanya tetap Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, tapi kita menggandeng *outsourcing* untuk melakukan kegiatan kebersihan, keamanan dan merawat taman yang ada disini. Artinya pengelolanya tetap Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, yang lain-lainnya dibawah Dinas Pariwisata seperti pokdarwis dan desa pariwisata yang tetap dalam pantauan kita.

5. Manajemen Pemasaran Pariwisata

1. Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus membuat perencanaan strategi komunikasi yang akan disampaikan kepada khalayak?

Jawaban: Kita kan punya *Tourism Information Centre (TIC)* jadi semua informasi bisa didapatkan disitu, atau bisa dilihat di website disparbud dan majestic Tanggamus.

2. Apa saja isi pesan yang disampaikan Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus kepada khalayak dalam mempromosikan dan mengenalkan objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Isi pesan yang disampaikan meliputi kegiatan-kegiatan yang sudah kita lakukan, kegiatan festival, kulineran dan kegiatan yang berhubungan dengan destinasi-destinasi wisata yang ada di Kabupaten Tanggamus dapat tersampaikan melalui semua akun media sosial kita maupun POI.

3. Apakah kegiatan promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus sudah cukup efektif?

Jawaban: Menurut kami efektif atau tidaknya tergantung masyarakat ya, kalau kami sudah melakukan apa yang bisa kami lakukan. Nah Efektifnya itu dalam artian luasnya ya sudah tersampaikan, banyak kunjungan wisata itu rata-rata melalui promosi.

Taunya wisata ini sudah mulai berkembang, sudah mulai rapih, sudah mulai nyaman. Artinya sudah tersampaikan sama pengunjung yang datang, dilihat dari beberapa plat kendaraan yang datang banyak yang dari luar kota maupun dalam kota.

4. Apakah Dinas Pariwisata Tanggamus menerapkan promosi fisik seperti poster dan banner?

Jawaban: Iya itu tetap kita lakukan untuk kegiatan-kegiatan, seperti Tanggamus Expo tetap kita pakai destinasi kita. Kegiatan event-event lain UMKM kita menggunakan banner yang dipasang tepat di depan objek wisata Air Terjun Way Lalaan. Kami menggunakan berbagai macam media seperti banner, nah kalo banner ini biasa digunakan semisal kita akan mengadakan event-event atau hiburan yang berlokasi di way lalaan ya kayak sekalian promosi gitu. Biasanya banner itu dipasang di jalan-jalan besar ke arah way lalaan dan sejauh ini saya rasa sangat efektif ya. Yang tadinya orang gatau jadi tau kalo mau ada event.

5. Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus menerapkan promosi menggunakan media cetak?

Jawaban: Iyaa, Kita juga ada bagiin booklet ya, tapi booklet ini biasanya untuk tamu-tamu penting kayak pejabat dan tamu kedinasan. Biasanya waktu yang tepat buat bagi booklet itu pas ada acara atau rapat perwakilan bupati nah sesudah acaranya sebelum balik kita bagiin.

6. Apakah media sosial berperan penting dalam mempromosikan objek wisata yang ada di Kabupaten Tanggamus?

Jawaban: Karena zaman sekarang semakin canggih ya kita sebisa mungkin mengikuti perubahan zaman tersebut biar ga tertinggal ya .kami juga memakai media sosial seperti instagram, youtube, tiktok sebagai salah satu strategi dalam promosi wisata. Media sosial sangat berperan penting dalam promosi yang kita lakukan, karena jaman

sekarang semua informasi bisa tersampaikan dengan mudah melalui media sosial. Kami punya akun media sosial instagran, TikTok dan Facebook dengan nama Majestic Tanggamus, akun YouTube dengan nama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tanggamus, akun Twitter dengan nama @Tanggamus_tour. Website resmi yang dikelola langsung oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus.

7. Apakah alur promosi dengan website sama dengan media sosial?

Jawaban: Kalo untuk website kita udah lama punya, nah itu website resmi dikelola langsung sama staff kita biasanya informasi-informasi yang disediakan di website lebih formal, berbeda dengan media sosial lainnya.

Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus pernah melakukan promosi secara tatap muka (Personal Selling)?

Jawaban: Kegiatan itu pernah kita lakukan, kita membagikan booklet jika ada pengunjung yang datang kita selipkan itu. Sambil kita mempromosikan tempat destinasi kita pada tamu kunjungan seperti tamu kedinasan, tamu bupati dan itu tetap kita selipkan kita sampaikan sebagai komunikasi kita. Menyampaikan beberapa destinasi kita yang sangat layak dikunjungi.

7. Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus pernah bekerjasama dengan media lokal maupun nasional untuk meliput objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Iya, sudah kita lakukan.

8. Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus pernah melakukan promosi dengan menggunakan ahli atau sales?

Jawaban: Mungkin yang dimaksud bekerjasama dengan pihak ketiga, iya kita pernah melakukan kerjasama dengan adik-adik muli mekhanai (bujang gadis) yang ada di Kabupaten Tanggamus. Dengan adanya muli mekhanai kita sangat terbantu ya, karena

memang tugas dari muli mekhanai sendiri mempromosikan destinasi wisata yang ada di wilayahnya. Nah cara mereka menyampaikan itu pada saat ada event atau acara besar yang mempunyai jumlah penonton atau massa yang banyak. Disitu mereka menjelaskan tentang keunggulan-keunggulan destinasi wisata secara satu persatu, cara penyampaiannya yang luwes dan mudah dipahami berbagai usia jadi kami sangat terbantu sekali.

6. Peran Pemerintah Daerah

1. Bagaimana peran dan tanggung jawab Dinas Kabupaten Tanggamus dalam pengembangan objek Wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Tanggung jawabnya sesuai dengan tugas pokok dan fungsi kita, kita melaksanakan sesuai dengan apa yang ada melalui peraturan tugas dan fungsi. Seperti bagaimana kita mengembangkan tempat ini, bagaimana kita mempromosikan tempat ini dan bagaimana kita bekerjasama dengan pihak lain dan mendatangkan CSR ke tempat ini. Artinya kita sudah melakukan itu untuk melaksanakan pengembangan tempat wisata disini.

2. Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus memiliki peran sebagai motivator dan fasilitator pengembangan objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Iya, kita membantu pokdarwis maupun desa wisata. Kita membantu mereka bagaimana mengembangkan desa wisatanya.

3. Apakah ada ikatan kerjasama antara Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus dengan badan lain dalam meningkatkan wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Karena ini merupakan atas nama Kabupaten, artinya kita tetap bersinergi dengan dinas-dinas yang lain. Seperti contoh kita bersinergi dengan Dina Kelautan, nah dinas kelautan itu kita punya tempat wisata yang dikelola oleh pemerintah seperti wisata muara indah. Muara indah merupakan salah satu stakeholder yang membangun

tempat itu sebagai tempat wisata. PUPR juga mengembangkan tempat itu sebagai tempat wisata, artinya kolaborasi antar dinas perikanan, PUPR dan pariwisata mengembangkan itu menjadi suatu tempat wisata. Intinya kita tidak bisa terlepas dari dinas pariwisata sendiri, walaupun ada kegiatan-kegiatan lain kita tetap bersinergi dengan dinas perhubungan kas bank, pengamanan tempat wisata dan inilah bentuk sinergi kita.

4. Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus mengikut sertakan kelompok sadar wisata (pokdarwis) dalam mengelola wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Sebenarnya jika kita menggali lagi potensi yang ada di kawasan way lalaan ini banyak sekali potensi alam yang ada. Ya saya rasa masyarakat lokal disini sadar akan hal itu, hanya saja masyarakat lokal disini kurang kompeten dan cukup membantu sebisa mereka saja. Jadi kami mengadakan pembinaan kepada pkdarwis tentang bagaimana sih cara pengelolaan wisata, bagaimana cara mengembangkan wisata tanpa merusak ekosistem alam, bagaimana cara membuat pengunjung nyaman dan menikmati wisata. Terus pelaku UMKM itu biasa kami tertibkan ya supaya tertata rapih

TRANSKRIP WAWANCARA PENGELOLA WISATA

Lampiran

Narasumber : Muslim
Tanggal : 22 November 2022
Lokasi : Air Terjun Way Lalaan, Tanggamus, Lampung, 35384

1. Sudah berapa lama anda mengelola objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Dua tahun lebih deh sepertinya

2. Bagaimana potensi wisata yang ada di objek wisata Air Terjun Way Lalaan menurut pengelola?

Jawaban: Sebenarnya kemarin, terus terang saya baru pulang dari jogja sehabis study banding saya membawa suatu misi tapi masih dalam konsep untuk bisa bicara duduk bareng sama antara pemerintah pekan, bumdes, pokdarwis dan pemerintah setempat yaitu dari dinas pariwisata. Gimana caranya, kenapa sih wisata yang ada disana bisa berhasil dan mendatangkan pengunjung segitu banyaknya, nah setelah kita ketemuan intinya disitu ada di masyarakat. Masyarakat itu harusnya menyadari bahwa wisata yang ada di tempat kit aini itu milik kita, jadi yang merawatnya kita. Jadi kalo hal itu sudah bisa terjadi birokrasi sudah selesai dan sistem bisa berjalan kemudian diatur dengan satu pintu dan satu kebijakan InsyaAllah dengan sendirinya bisa muncul. Nah salah satu potensi yang ada di tempat kita ini luarbiasa yang tidak dimiliki oleh kebanyakan tempat lain. Satu keunggulannya, kita berada di jalan protokol yang begitu sangat mudah diakses oleh si pengunjung, kedua pembangunan yang begitu luar biasa kayak gini kenapa sih belum mampu mendatangkan pengunjung. Jadi potensi yang ad aitu kita gali melalui birokrasinya dulu dan dari masyarakatnya. Sedangkan sumber daya alamnya sangat memumpuni memang luar biasa, jadi tinggal kita angkat untuk pemasaran sepeti bentuk paket wisata untuk way lalaan kita pasarkan keluar Kerjasama dengan stakeholder dan tour guide itu bisa memunculkan apasih kelebihan dan kelebihan.

3. Apa saja peran pengelola dalam pengembangan objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Saya sebagai pengelola kita saling Kerjasama saja, antara Dinas, masyarakat

bagaimana caranya agar air terjun way lalaan bisa maju.

4. Apakah Dinas Pariwisata berkontribusi dalam pengelolaan objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Sangat, sangat berkontribusi luarbiasa apalagi dari ibu Kadis nya sangat bertanggung jawab luar biasa sudah tidak menyalahi lagi. Tinggal masyarakatnya aja gimana sih kedepannya.

5. Apakah Dinas Priwisata Kabupaten Tanggamus menetapkan target khusus dalam pengelolaan objek wisata tersebut?

Jawaban: Untuk ke saya pribadi belum, tapi seharusnya ada dan harus kita terapkan kedepan dengan adanya satu sistem tadi. Satu sistem pengelolaan agar target kita bisa tercapai.

6. Jika terjadi kerusakan atau sesuatu yang tidak diinginkan bagaimana pengelola menangani hal tersebut?

Jawaban: Kalo terjadi kerusakan, saya selaku pengelola selalu siap tanggap karna bekerja 24 jam termasuk saya ada di lokasi. kita menginginkan hal itu tidak mengganggu pengunjung dan tidak menimbulkan pemandangan yang ga jelas gitu jadi tujuan kita kalo ada kerusakan kita segera tanggapi ga harus menunggu besok.

7. Apakah diperbaiki sendiri atau melapor kepada Dinas Pariwisata?

Jawaban: Kita selalu transparan sama Dinas, Ibu Retno juga kan sering datang kesini ya jadi malah biasanya beliau yang lebih teliti missal ada yang rusak atau ada yang perlu diperbaiki. Jadi sebisa mungkin segera diperbaiki oleh beliau.

TRANSKRIP WAWANCARA MASYARAKAT

Lampiran

Narasumber : Wikke Widya Aariyani

Tanggal : 22 November 2022

Lokasi : Air Terjun Way Lalaan, Tanggamus, Lampung, 35384

1. Apakah masyarakat sekitar berkontribusi dalam mempromosikan objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Ya, dalam. pengelolaannya pekerja di way lalaan merupakan warga lokal daerah tersebut

2. Bagaimana cara mempromosikannya dan menggunakan media apa?

Jawaban: Menggunakan platform media sosial selain itu di arah pintu masuk terdapat plang besar bertuliskan "air terjun way lalaan"

3. Bagaimana dengan potensi wisata baru yang ada di Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Menurut saya menarik ya, wisata madu klenceng disini bisa menambah pengetahuan juga terutama dalam pengelolaan dari lebah bisa menjadi madu. Terus pengunjung juga jadi ga bosen soalnya ada wisata lain selain air terjun, selain madu klenceng kan ada juga kolam mincing ikan ya. Nah itu berguna banget buat bapak bapak yang suka bosen. Terus sekarang juga ada penambahan taman yang bisa buat foto foto gitu kan jadi makin cantik tamannya.

4. Bagaimana asumsi masyarakat dengan terdapatnya hasil dari objek wisata Air Terjun Way Lalaan?

Jawaban: Imbasnya, daerah tersebut menjadi ramai, padahal sekitar daerah tersebut sebelumnya trmpat yg kurang ramai. Selain itu juga masyarakat mempunyai mata pencaharian lain dengan berdagang di daerah air terjun way lalaan

5. Bagaimana dengan fasilitas yang disediakan di objek wisata? apakah sudah memadai?

Jawaban: Fasilitas di air terjun sendiri sudah mamadai, namun khusus untuk kamar mandi

harus terus dipantau ya supaya kebersihannya tetap terjaga. Soalnya kan sayang ya semuanya udah di perbaiki tapi kalo ga di jaga dengan baik tetap aja bakal kotor dan bikin rishi. Tapi selebihnya semua fasilitas bagus ya aman

6. Apakah masyarakat mempunyai saran dan usulan kepada Dinas Pariwisata dan pihak pengelola terkait dengan objek wisata?

Jawaban: Sarannya supaya lebih di jaga dan di promosikan lebih baik lagi, selain itu sarana dan prasarananya harus tetap dipantau ya supaya tetap terjaga dengan baik.

