

**STRATEGI BIDANG PROMOSI KELOMPOK SADAR
WISATA PASIR PAWON DALAM MENGEMBANGKAN
POTENSI PARIWISATA DI *STONE GARDEN*
KABUPATEN BANDUNG BARAT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Strata Satu (SI)
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas

Oleh,

RESTY FEBRIANI

N I M : 41814071



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2018**

ABSTRAK

Strategi Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat

Oleh :
Resty Febriani
NIM. 41814071

**Skripsi ini dibawah bimbingan,
Prof. Dr. Umi Narimawati, SE., M.Si**

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mendeskripsikan mengenai Strategi Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat. Untuk menjawab penelitian tersebut, maka diangkat sub fokus Target *Audience*, Rancangan Pesan, Pemilihan Media dan Evaluasi. Penelitian ini merupakan Penelitian Kualitatif dengan menggunakan Metode Deskriptif. Teknik Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, studi pustaka, dan *internet searching*. Subjek pada penelitian ini adalah Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon yang di pilih menggunakan teknik *Purposive Sampling* menggunakan teknik analisa data dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian data. Penarikan kesimpulan evaluasi dan triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon memiliki target audience wisatawan dengan segmentasi demografi, psikografis dan geografis melalui program promosi wisata *stone garden*. Dilihat dari usia, kondisi ekonomi, dan wisatawan yang berasal dari lokal maupun mancanegara. Rancangan pesan yang disampaikan bersifat informatif dan persuasif, sehingga dapat menarik para wisatawan datang ke *Stone Garden*. Pemilihan media yang digunakan menggunakan semua lini media, baik media cetak, elektronik, dan media sosial. Serta evaluasi program promosi dari strategi bidang promosi tersebut nantinya dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke *Stone Garden*. Kesimpulan penelitian ini targaet *audience* untuk menentukan segmentasi, positioning serta targetting pengunjung yang datang melalui program promosi dan dalam program promosi ini Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon menggunakan pesan persuasif serta merubah persepsi agar wisatawan dapat ikut berpartisipasi dalam kegiatan ini serta penggunaan media dan dengan pemilihan media tersebut dilakukan sesuai segmentasi. Saran dari penelitian ini adalah Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon harus terus mengembangkan strategi-strategi yang dibuat dalam menjalankan program dari kegiatan yang telah dibuat sebelumnya, salah satunya dengan pelaksanaan Strategi promosi melalui taman bacaan, *homestay*, dan paket tour wisata *Stone Garden*.

Kata Kunci : Deskriptif, Strategi Promosi, Kelompok Sadar Wisata, Pengembangan Pariwisata.

ABSTRACT

The Strategy of Promotion Division of Tourism Awareness Group Pasir Pawon to Develop The Tourism Potential in The Stone Garden West Bandung Regency

by:

Resty Febriani
NIM. 41814071

***This bachelor thesis is under guidance of,
Prof. Dr. Umi Narimawati, SE., M.Si***

This research was conducted to describing the Strategy for Promoting the Pasir Pawon Tourism Awareness Group to Developing Tourism Potential in Stone Garden, West Java Regency. The answer of the research is Target Audience sub-focus, Message Design, Media Selection and Evaluation were raised. This research is a Skinative Research with Descriptive Method. Data is collected by interviews, observations, library studies, and interner searching. Subjects in this study were the Field Promotion of Pasir Pawon Tourism Awareness Group which was chosen using Purpovise Sampling with analysis techniques for the stages of data collection, data reduction, and data presentation. Conclusion of evaluation and triangulation. Based on the results of research conducted shows that the Field of Promotion of Pasir Pawon Tourism Awareness Group has a target audience through the stone garden tourism promotion program. From the ages, economic conditions, and tourists from both local and foreign countries. The design of the message delivered is informative and persuasive, so that it can attract tourists to the Stone Garden. The selection of media is used to all lines of media, both print, electronic and social media. As well as an evaluation program promotion of the promotional field strategy, it will be able to increase tourist visits to Stone Garden. The conclusion of this study is the target audience to determine the segmentation, positioning and targeting of visitors who come through the promotion program and in this promotion program Pasir Pawon Tourism Awareness Group uses persuasive messages and changes perceptions that tourists can participate in these activities as well as the use of media and media selection done according to segmentation. Suggestions from this study are the Pasir Pawon Tourism Awareness Group must continue to develop strategies that are made in running the program from activities that have been previously made, one of them is the implementation of the promotion strategy through reading gardens, homestays, and Stone Garden tour packages.

Keywords: *Descriptive, Promotion Strategy, Tourism Awareness Group, Tourism Development.*

1.1 Latar Belakang Masalah

Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu kota yang menjadi destinasi wisata di Indonesia, yang dapat menarik minat wisatawan. Kabupaten Bandung Barat memiliki pilihan destinasi wisata yang sangat beragam, menarik, dan unik. Salah satunya adalah destinasi wisata *Stone Garden* yang ada di Cipatat, Kabupaten Bandung Barat. *Stone Garden* ditetapkan sebagai desa wisata dengan jenis wisata alam, cagar budaya dan wisata edukasi. Penetapan *Stone Garden* sebagai satu dari sepuluh desa wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat dilakukan pada tahun 2014. Sektor pariwisata telah mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian di berbagai negara di dunia. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan perekonomian di dunia yang semakin baik dan maju, kemajuan dan kesejahteraan ekonomi yang semakin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian dari kebutuhan yang mampu menggerakkan perekonomian melalui mobilitas lalu lintas jutaan manusia yang melakukan perjalanan wisata ke berbagai dunia. Pembangunan pariwisata memerlukan peran dan kontribusi semua pihak, baik dari unsur pemerintah, swasta, pengusaha pariwisata, maupun masyarakat. Masing-masing pihak memiliki peran dan kontribusi menurut posisi dan kapasitasnya masing-masing.

Salah satu aspek penting yang mendasar bagi keberhasilan pengembangan pariwisata adalah tersedianya iklim yang kondusif bagi berkembangnya kepariwisataan, di suatu tempat, Maka dikenal konsep Sadar Wisata. Menyimak hal tersebut, tentunya ada yang berperan penting dalam mengembangkan suatu potensi wisata yang ada di daerahnya masing-masing. Seperti Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Pasir Pawon yang mengelola wisata *Stone Garden*. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Pasir Pawon *Stone Garden* yang didirikan pada tanggal 27 September 2014. Pokdarwis Pasir Pawon dibentuk pada awalnya adalah suatu kelompok penyelamat, pemelihara Cagar Budaya dan Lingkungan dari kerusakan Alam akibat penambangan batu gamping yang sudah hancur. Pokdarwis Pasir Pawon, adalah kelompok masyarakat yang terdiri dari Karang Taruna RW.09 kp. Giri mulya Desa Gunung Masigit, Para

pengurus RW 09, tokoh masyarakat RW 09. Pembentukan Pokdarwis Pasir Pawon *Stone Garden* dimaksudkan untuk mengalihkan pekerjaan masyarakat sekitar dari sektor pertambangan, petani dan supir pertambangan ke sektor pariwisata. *Stone Garden* yang terletak di atas Gua Pawon memang berada disekeliling pertambngan kapur. Sebagaimana salah satu fungsinya yakni mengembangkan dan melaksanakan promosi, pihak pokdarwis pasir pawon *Stone Garden* harus memperhatikan aspek komunikasi yang tepat agar informasi mengenai wisata *Stone Garden* ini dapat sampai ke masyarakat hingga akhirnya menarik pengunjung datang.

Dalam mengembangkan potensi pariwisata *Stone Garden*, wisata tersebut melakukan suatu strategi promosi wisata yang dilakukan oleh kelompok sadar wisata pasir pawon seperti pembuatan *homestay*, wisata literasi, ekonomi kreatif, sanggar seni budaya, taman hiburan tematik (*themepark*) dan pembuatan website. *Stone Garden* dapat menjadi peluang pariwisata berkelanjutan jika didorong oleh infrastruktur yang menunjang seperti *homestay*. Para pengunjung dapat menghabiskan lebih banyak waktu di lokasi wisata tersebut. Hal itu dapat menjadi kesempatan bagi pengelola wisata untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar berupa biaya sewa *homestay*. Promosi dijadikan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen, dalam hal ini adalah wisatawan. Seperti yang dilakukan kelompok sadar wisata pasir pawon dalam mengembangkan potensi pariwisata *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat yaitu untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Strategi sendiri merupakan tujuan yang ingin dicapai untuk jangka panjang. Dalam menyusun strategi diperlukan hal-hal yang mampu menunjang pencapaian tujuan tersebut, baik dari sumber daya dan tindakan yang harus dilakukan. Strategi sangat diperlukan untuk memenuhi tahap-tahap yang akan dilakukan agar lebih terarah demi mencapai hasil yang diinginkan. Promosi dilakukan sebagai salah satu faktor penentu keberhasilan suatu kegiatan pemasaran, yaitu dengan melakukan komunikasi yang bersifat membujuk.

Pentingnya promosi wisata disadari betul oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat. Maka dari itu Pemerintah Kabupaten Bandung Barat

membentuk Kelompok Sadar Wisata yang mengelola destinasi-destinasi wisata di wilayah Kabupaten Bandung Barat. Di sinilah dibutuhkan peran penting dari Kelompok Sadar Wisata untuk mengembangkan wisata, khususnya yang berada di Kabupaten Bandung Barat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, peneliti membagi rumusan masalah dalam dua bagian yang terdiri dari rumusan masalah makro dan rumusan mikro.

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Strategi Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam mengembangkan potensi pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana target *audience* sasaran yang dipilih oleh Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam mengembangkan potensi pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat?
2. Bagaimana rancangan pesan yang di sampaikan Bidang Promosi Kelompk Sadar Wisata Pasir Pawon dalam mengembangkan potensi pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat?
3. Bagaimana pemilihan media yang digunakan oleh Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam mengembangkan potensi pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat?
4. Bagaimana evaluasi Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam mengembangkan potensi pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam Mengembangkan Pariwisata *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Agar penelitian ini mencapai hasil yang optimal maka terlebih dahulu perlu tujuan yang terarah dari penelitian ini. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui target *audience* yang dipilih oleh Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam mengembangkan potensi pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat.
2. Untuk mengetahui rancangan pesan yang di sampaikan Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam mengembangkan potensi pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat.
3. Untuk mengetahui Pemilihan media yang digunakan oleh Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam mengembangkan potensi pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat.
4. Untuk mengetahui evaluasi Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam mengembangkan pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat.

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara teoritis penulis mengharapkan penelitian ini dapat memeberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian di atas. Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna secara teoritis sebagai bahan acuan dan kajian lebih dalam pengembangan Ilmu Komunikasi secara

umum, serta berguna untuk pengembangan Komunikasi Pemasaran secara khusus.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun hasil penelitian ini secara praktis, di harapkan bisa memberikan suatu masukan atau referensi tambahan yang dapat di aplikasikan dan menjadi pertimbangan. Kegunaan secara praktis pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penulis tentunya berharap dengan dilakukannya penelitian ini maka akan menambah pengetahuan yang bermanfaat dalam pengaplikasiannya di masyarakat atau di perusahaan menjadi ilmu dan bekal yang dapat digunakan oleh penulis khususnya mengenai Strategi Promosi Pariwisata *Stone Garden* melalui Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon Kabupaten Bandung Barat.

2. Bagi Akademik

Penelitian yang dilakukan berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum dan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi khususnya sebagai literatur, terutama bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian di bidang dan kajian yang sama. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk seluruh mahasiswa untuk memeberikan pengetahuan tentang Strategi Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam mengembangkan potensi pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat.

3. Bagi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Pasir Pawon

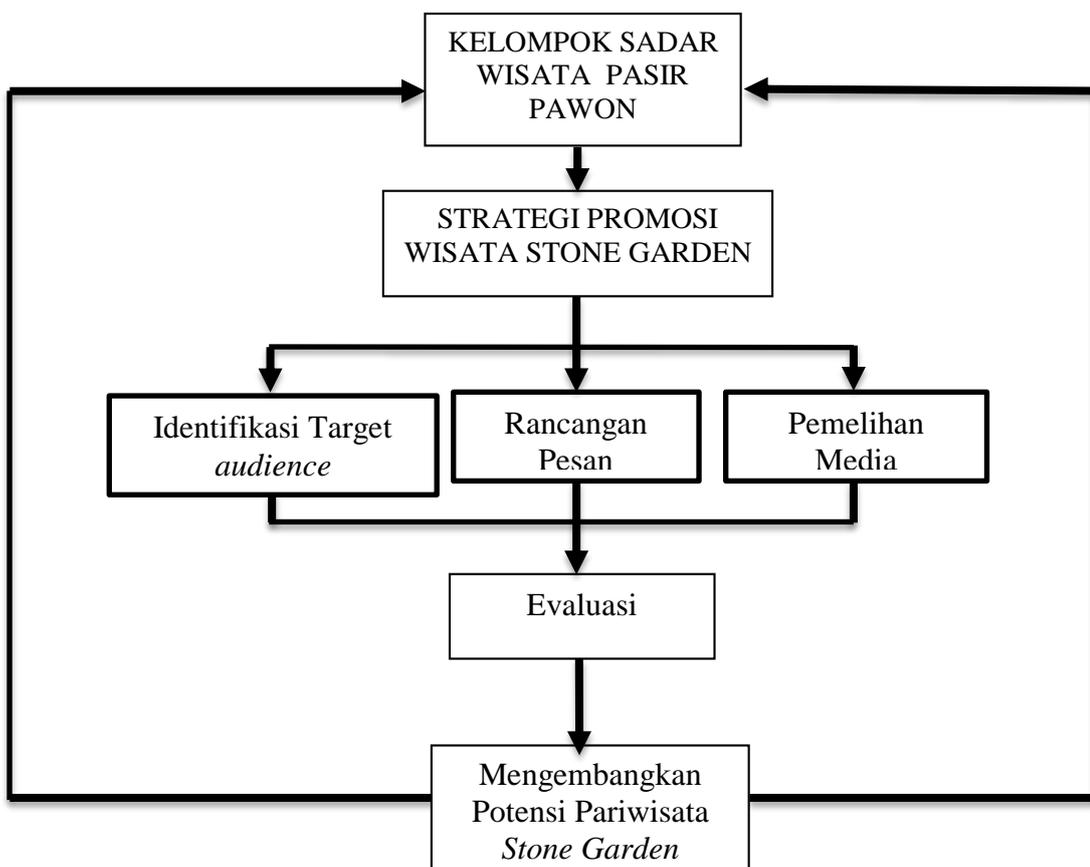
Hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat di jadikan bahan masukan dan pemikiran dalam melakukan strategi promosi. Hasil peneltian ini juga di harapkan dapat berguna bagi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Pasir Pawon sebagai bahan evaluasi dalam mengembangkan Potensi Pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat.

2.1 Kerangka Pemikiran

Mengambil fokus penelitian tentang strategi promosi dimana Strategi Promosi merupakan bagian dari Komunikasi Pemasaran yang mengkaji mengenai bagaimana cara memasarkan produk kepada konsumen dengan komunikasi yang baik. Dengan mengambil sub fokus penelitian mengenai strategi promosi terdiri antara lain mengidentifikasi *Target Audience*, Merancang Pesan, Pemilihan Media, dalam melakukan perencanaan-perencanaan tersebut peneliti nantinya akan melihat evaluasi strategi promosi Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon, yang nantinya melihat berhasil atau tidaknya strategi promosi tersebut dalam hal mengembangkan potensi pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat.

Gambar 2.1

Alur Kerangka pemikiran



Sumber, Peneliti 2018

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

3.1 Hasil Penelitian

Pada bab ini peneliti akan menguraikan serta menerangkan data dan hasil penelitian. Hasil dari penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara dengan lima informan sebagai bentuk pencarian data, dokumentasi, dan observasi langsung pada saat di lapangan, serta diskusi yang terfokuskan terhadap masalah yang diteliti kemudian peneliti analisis. Fokus dari analisis ini adalah pada Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif. Untuk informan kunci, peneliti mewawancarai dua orang informan kunci dari Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon yaitu Ketua Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon Bapak Sukmayadi Suherna dan Kabid Produktif dan Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon. Untuk informan pendukung peneliti mewawancarai tiga orang informan terdiri dari dua wisatawan yang datang ke *Stone Garden*, yaitu Jaka Purnama dan Reska Azahra serta satu masyarakat yang berjualan di wisata *Stone Garden* yaitu Ety Rohaeti.

3.2 Pembahasan

Pada sub bab ini peneliti akan menjabarkan hasil dari data penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara berupa hasil rekaman dan catatan yang didapat dari informan Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon. Analisa yang dideskripsikan berdasarkan rumusan masalah yaitu : target *audience*, rancangan pesan, media kemudian peneliti melihat evaluasi yang terjadi di dalam Strategi Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon melalui beberapa kegiatan promosi dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata.

3.2.1 Target *audience* sasaran yang dipilih Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata di Stone Garden Kabupaten Bandung Barat

Dalam hal perencanaan, Bagian Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon mempunyai materi yang akan dipromosikan. Materi tersebut yaitu budaya dan wisata. Salah satunya adalah adanya wisata edukasi taman bacaan *Stone Garden* yang berhubungan dengan mengembangkan potensi pariwisata *Stone Garden* khususnya oleh Bidang Promosi untuk dipromosikan. Disinilah Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon harus lebih aktif dalam menyapaikan pesan melalui informasi *Stone Garden*. Untuk keberhasilan dalam penyampaian pesan terhadap wisatawan di *Stone Garden* maka Bidang promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon membuat segmentasi sebagai berikut ; Demografi yang terdiri dari jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan kemudian menentukan Psikografis nya yaitu Ingin mencari pengalaman dan hal baru, membutuhkan liburan atau berwisata, senang berpetualang dengan alam dan beraktivitas di luar ruangan, adanya rasa ingin diperhatikan dan memiliki ketertarikan dalam mengikuti perkembangan yang terakhir segmentasinya dilihat dari Geografis Kawasan *Stone Garden* Geopark Citatah Padalarang. Khalayak yang dipilih merupakan bagian dari remaja akhir yang sedang berkuliah dan orang yang bekerja yang membutuhkan hiburan atau wisata untuk melepas penat dari rutinitas yang dijalannya. Dari hasil observasi peneliti Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon melakukan segmentasi target *audience* berdasarkan jenis kelamin bahwa yang datang mengunjungi wisatawan tersebut kebanyakan perempuan , serta dari segi psikografisnya juga bahwa perempuan rata-rata menyukai sesuatu hal yang baru dan sedang trendi di sosial media. Kemudian dari segi geografinya target *audience* yang berkunjung ke wisata *Stone Garden* itu rata-rata orang yang bertempat tinggal di kawasan Bandung dan sekitarnya.

3.2.2 Pesan yang disampaikan oleh Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat

Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon adalah yang berperan dalam pertukaran pesan yang terjadi. Dalam Pesan program taman bacaan wisata literasi, *homestay* dan paket wisata yang ditawarkan, ini dapat dikategorikan menjadi 2 jenis

pesan yang pertama ada Persepsi, dimana persepsi yang isinya suatu informasi mengenai wisata *Stone Garden*, dan dalam pesan ini Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon mengharapkan publik dapat mengetahui bahwa Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon merupakan kelompok yang cinta akan lingkungan sekitar dan melestarikan budaya. Kedua ada pesan persuasif yang fungsinya dapat mengajak, mempengaruhi atau merubah sikap seseorang untuk ikut dalam pengembangan potensi pariwisata *Stone Garden*. Rancangan pesan Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon ini berorientasi pada pesan persuasif berdasarkan kelompok dan momen. Dimana momen itu terdiri dari musim, waktu, dan tujuan. Seperti pada saat ada liburan anak sekolah, maupun hari libur nasional diadakannya paket wisata tour *Stone Garden*.

3.2.3 Media yang digunakan oleh Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat.

Media adalah perantara dari sumber informasi ke penerima informasi, contohnya media cetak, elektronik maupun online. Dalam menyampaikan sebuah informasi, pemilihan media sangat penting karena sebagai alat pendukung atau penyalur pesan kepada khalayak sasaran agar dapat sesuai dan diterima dengan baik. Dalam hal ini ada alasan memilih media yang digunakan dalam program promosi karena dalam pemilihan media harus diperhitungkan dengan tepat disesuaikan berkaitan dengan target sarannya dan tujuan yang diinginkan. Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon menggunakan beberapa media seperti penggunaan website Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon, promosi wisata *Stone Garden* melalui iklan televisi dan radio, brosur dan informasi-informasi yang diunggah di social media oleh para wistawan mengenai wisata *Stone Garden*. Media juga paling penting dalam hal menyampaikan informasi. Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon juga membuat brosur yang disebarakan kepada masyarakat. Berisikan informasi-informasi wisata *Stone Garden* dan paket wisata yang bekerjasama dengan pemilik travel yang ada di Kabupanten Bandung Barat maupun luar kota Kabupaten Bandung Barat. Untuk media elektronik, yang merupakan media yang dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Kelompok Sadar Wisata

Pasir Pawon menggunakan media audio visual. Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon melakukan promosi melalui televisi lokal maupun nasional. Promosi dalam bentuk iklan maupun cuplikan acara yang di selenggarakan di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat. Misalnya wisata *Stone Garden* ini diliput oleh televisi nasional yaitu Trans TV melalui acara MY TRIP MY ADVENTURE : Challenge Hammock di Tebing Masigit *Stone Garden*. Melalui acara tersebut maka secara langsung masyarakat melihat keindahan wisata *Stone Garden* dan promosi tersebut dapat menarik wisatawan untuk datang ke *Stone Garden*. Apalagi mereka melihatnya melalui televisi yang dikemas sedemikian rupa agar terlihat bagus dan menarik. Sejauh ini, media yang digunakan oleh Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon sudah menjangkau sasaran. Karena dari hasil wawancara dengan masyarakat atau wisatawan yang berkunjung ke *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat mereka sudah mengetahui wisata tersebut melalui soial media, pada akhirnya kembali kepada wisatawan yang menilai apakah pesan yang sudah dikemas oleh Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dapat mengunggah mereka untuk melakukan kunjungan ke Kabupaten Bandung Barat sehingga tujuan promosi Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon akhirnya dapat tercapai.

3.2.4 Evaluasi Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat

Strategi pengembangan industri pariwisata yang dilakukan Kelompok Sadar Wisata Pawon dalam mengembangkan pariwisata *Stone Garden* sudah dilakukan secara baik terlihat dengan adanya pembangunan warung-warung yang ada di kawasan wisata *Stone Garden* Kabupaten Bandung barat. Melalui strategi pengembangan industri pariwisata yang dilakukan Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat desa gunung masigit. Mengembangkan destinasi pariwisata dapat dilakukan dengan perbaikan dan pembangunan sarana dan prasarana yang ada ditempat wisata maupun akses transportasi menuju kawasan wisata *Stone Garden* dan dapat dilakukan melalui

pengembangan destinasi budaya yang ada di wilayah tersebut agar mampu meningkatkan kualitas pariwisata yang sedang ada di suatu daerah.

Strategi pengembangan pemasaran dan promosi pariwisata harus dilakukan semenarik mungkin agar bisa meningkatkan jumlah kunjungan ke tempat wisata *Stone Garden*. Misalnya pembuatan poster digital yang akan diinformasikan melalui *website* dan sosial media seperti Instagram, Twitter, dan Facebook. Internet dan sosial media menjadi sebuah kebutuhan sehari-hari oleh khalayak baik dalam mengerjakan tugas atau pekerjaan maupun hiburan. Faktor pendukung Pokdarwis Pasir Pawon dalam mengembangkan Potensi Pariwisata *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat adalah Sumber daya alam menjadi faktor pendukung utama Pokdarwis untuk mengembangkan potensi wisata di *Stone Garden* terdapat dukungan dari Pemerintah Kabupaten Bandung Barat membentuk badan hukum Pokdarwis. Serta faktor penghambat Pokdarwis yaitu lemahnya pemahaman Pokdarwis dalam melaksanakan kegiatan untuk mengembangkan pariwisata serta kurangnya perhatian Pemerintah dalam mengawasi kegiatan yang dilakukan Pokdarwis sehingga membuat rendahnya kesadaran masyarakat dalam memahami jalannya kegiatan Pokdarwis.

1.1 Kesimpulan

Target *audience*, yang dipilih oleh Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon melalui program promosi taman bacaan wisata literasi *Stone Garden*, *homestay*, serta paket wisata tour live-in, target sasarannya dilihat berdasarkan momen dan tujuan dimana melalui program promosi itu dililahi dari segmen demografi, psikografis dan geografis. namun tidak melihat dari rentang usia maupun pekerjaan semua kalangan baik remaja maupun dewasa dapat mengujungnya. Kemudian Rancangan Pesan, yang disampaikan oleh Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata di *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat berupa pesan-pesan yang memiliki unsur persuasif. Pesan persuasif berdasarkan kelompok dan moment. Dimana moment itu terdiri dari musim, waktu dan tujuan. Dan Pemilihan Media, yang digunakan oleh Bidang Promosi Kelompok Sadar

Wisata Pasir Pawon yaitu menggunakan media cetak, media elektronik, dan media sosial. Media tersebut digunakan untuk menyebarkan informasi dengan mudah dan cepat. Media- media yang digunakan telah menciptakan komunikasi yang baik antara Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon dan wisatawan. Setelah mealukan program perencanaan promosi disni melihat Evaluasi, yang didapat oleh peneliti mengenai Strategi Promosi yang dilakukan oleh Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon yaitu membuat Ekonomi kreatif berupa pembuatan galery khusus untuk souvenir seperti T-shirt, Sticker, Gantungan kunci dll yang dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi wisata *Stone Garden*; membuat sanggar seni, mengadakan festival *Stone Garden*. Yang akhirnya dapat melihat Strategi Promosi, yang dilakukan oleh Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon melalui program promosi dapat mengembangkan potensi pariwisata *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat. Hal tersebut terlihat dari meningkatnya kunjungan wisatawan ke *Stone Garden*.

4.2 Saran

Bagi Bidang Promosi Kelompok Sadar Wisata Pasir Pawon

Rancangan pesan yang disampaikan lebih dikemas dengan semenarik mungkin, agar pengunjung yang datang ke *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat saja tidak merasa monoton melihat pemandangan alam saja. Media-media yang digunakan untuk promosi tidak hanya terfokus menggunakan media massa saja, meskipun lebih mudah dan murah namun perlu ditambah dengan memanfaatkan media luar ruangan. Seperti *Sign System*. Dan Evaluasi yang disarankan oleh peneliti adalah perlu adanya pertemuan rutin yang diadakan oleh Pokdarwis Pasir Pawon guna membahas perkembangan yang terjadi di pariwisata *Stone Garden* Kabupaten Bandung Barat sehingga setiap anggota kelompok sadar wisata mengetahui perkembangan dengan baik, serta memberikan motivasi pada setiap anggota agar mereka lebih tergerak untuk mengembangkan potensi wisata yang ada disaerahnya.

1. Daftar Pustaka

a.Studi Pustaka

- Changra, Hafied. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bulaeng, A.R. 2002. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Pusat Penerbit Universitas Terbuka
- Effendi, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya
- _____, 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip Pemasran. Alih bahasa Imam Nurmawan*. Jakarta : Salemba Empat
- Lamb, Hair, dan McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Buku 1. Penerjemah David Octarevia. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Machfoedz, Mahmud.2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Cakra Ilmu
- Maleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Rismawaty ; Desayu Eka Surya ; Sangra Juliano P. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung : Rekayasa Sains
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian PR dan Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Pardigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta : Tiara Wacana
- Soemanagara, Rd. 2008. *Strategic Marketing Communications Konsep Strategis dan Terapan* . Bandung : Alfabeta