# STRATEGI KOMUNIKASI BIDANG PROMOSI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KABUPATEN BELITUNG MELALUI KEGIATAN BUJANG DAYANG

**(**Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung Melaui Kegiatan Bujang Dayang Beliung Setiap Tahunnya Dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung)

Wella Anggraeini
Ilmu Komunikasi Program Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Komputer Indonesia

*Email* : wellaanggraeini@gmail.com

***Abstract***

***The Purpose of this*** *research to describe about strategy Field Promotion Tourism Belitung district Via the activities of the Bujang Dayang Pickaxe Annually in promoting Tourism Belitung district. To answer the communication strategy, researchers use subfokus planning, objectives, messages, and the media.*

***This research approach*** *was qualitative research with a descriptive method. The informant is a research field of marketing promotions, as well as two Informants Supporters by using Purposive Sampling technique. Data collection techniques are a non participant observation, interviews, internet searching, and study the documentation. Technique of data analysis, namely data collection, data presentation, data reduction,withdrawal of the conclusion.* ***Research results****, Promotion Marketing Field doing communication strategy by determining* ***the planning*** *being done very detail on start up to the letter spread dar implementation, with the* ***purpose*** *to promote tourism Belitung* ***message*** *is "WAUU" conveyed through the activities of the Bujang Dayang can as a promotional tool.* ***Media*** *used print and Online (banners, ,the local newspaper).*

***Conclusion the research*** *indicates, the communication strategy do walk like what is planned and managed, the results obtained that the activity of the young Maidens can as a promotional tool in promoting tourism Belitung district. The advice given to this research, Field marketing promotion Activities of the Bujang dayang tool Belitung although its activities are only carried out overnight and add media Media must be added as Media that are currently popular, for example, YoutubeChannel, Instagram etc. In order to become the information and knowledge for many people*

*Keywords: communication strategy, Promoting, Belitung, Descriptive, Bujang Dayang*

**ABSTRAK**

**Maksud penelitian** ini untuk mendeskripsikan tentang Strategi Bidang Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung Melaui Kegiatan Bujang Dayang Beliung Setiap Tahunnya Dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung. Untuk menjawab strategi komunikasi tersebut, peneliti menggunakan subfokus perencanaan, tujuan, pesan, dan media.

**Pendekatan penelitian** ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Informan penelitian adalah Bidang Promosi Pemasaran, serta dua Informan Pendukung dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling.* Teknik pengumpulan data adalah wawancara, observasi non partisipan, *internet searching*, dan studi dokumentasi. Teknik analisa data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian, Bidang Promosi Pemasaran melakukan strategi komunikasi dengan menentukan **Perencanaan** yang dilakukan mulai dari perncanaan hingga pelaksanaan menyiapkan pesan yang ingin dismapaikan ke masyarakat, dengan **tujuan** untuk mempromosikan pariwisata Belitung **Pesan** yang ingin disampaikan yaitu Branding "WAUU" melalui malam Final Bujang Dayang. **Media** yang digunakan Media cetak dan Online (selembaran, banner, spanduk, selembaran, koran Lokal).

**Kesimpulan penelitian** menunjukan, strategi komunikasi yang dilakukan berjalan seperti apa yang direncanakan dan berhasil, hasil Penelitian yang didapat bahwa kegiatan Bujang Dayang dapat sebagai alat promosi dalam mempromosikan pariwisata kabupaten Belitung.

**Saran** yang diberikan penelitian ini, Bidang Promosi Pemasaran Kabupaten Belitung Kegiatan Bujang Dayang yang sudah dilakukan selama ini bisa seterusnya dapat menjadi alat promosi Belitung walaupun kegiatannya hanya dilakukan dalam semalam saja dan menambah media Media harus ditambahkan seperti Media yang sedang populer contohnya, Youtube Channel, Instagram dll. Agar menjadi informasi dan pengetahuan bagi banyak orang.

**kunci :** Strategi komunikasi, Promosi, Belitung, Deskriptif, Bujang Dayang

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi komunikasi digunakan oleh Dinas Pariwisata Kab. Belitung untuk saling berkomunikasi, berinteraksi, bahkan saling mempengaruhi satu sama lainnya dengan cara menyampaikan sebuah Perencanaan, tujuan ataupun pesan, melalui sebuah kegiatan maupun media, strategi komunikasi ini juga berperan penting untuk Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung terutama Bidang Promosi Pemasaran bahwa strategi komunikasi yang dibuat bisa untuk dapat menarik wisatawan yang datang ke Belitung sekaligus mempromosikan pariwisata Belitung dengan melalui pemilihan Bujang Dayang.

Pemilihan bujang dayang Belitung bukanlah ajang untuk pemilihan model. Bujang dayang Belitung adalah ikon duta wisata Belitung yang ditujukan kepada muda-mudi masyarakat belitung pada umumnya. Bujang dalam bahasa Belitung yang berarti seorang laki-laki Begitu pun dayang yang berarti perempuan. Tujuan diadakannya pemilihan Bujang Dayang Belitung adalah sebagai duta wisata budaya Belitung. Kegiatan ini biasanya diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung. Melihat besarnya potensi ini, tentunya harus ada seorang duta yang bertugas mengenalkan dan mempromosikan potensi pariwisata daerah sendiri, sebagai putra dan putri asli daerah tersebut hendaklah mempunyai rasa memiliki dan mempromosikan potensi daerah sendiri seperti potensi pariwisata dan budaya daerah Kabupaten Belitung untuk daerah Belitung khususnya, dikenal dengan nama bujang dayang belitung.

Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung dan bidang promosi pemasaran merupakan salah satu instansi pemerintahan yang bergerak di bagian promosi dan pemasaran pariwisata yang berada di Kabupaten Belitung, sebagai sarana penunjang pemenuhan kebutuhan wisatawan, mempunyai kiat dalam promosi dan penyebarluasan informasi untuk dapat menarik minat wisatawan. Dalam kegiatannya, Dinas Pariwisata akan mengadakan promosi pariwisata yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menginformasikan tempat-tempat wisata sehingga dapat menciptakan simpati dan daya tarik pengunjung. agar kegiatan promosi tersebut efektif, si

komunikator yaitu petugas-petugas promosi pariwisata harus memiliki kredibilitas yang baik dimata komunikannya. Pak Rohili menyampaikan bahwa selama ini pihak pemerintah kabupaten selalu melaksanakan promosi sebagai salah satu bagian dari tanggung jawabnya sehingga dapat dicapai peningkatan pengunjung ke Belitung setiap tahunnya dan diharapkan wisatawan yang datang kebelitung itu mencapai 10% dari jumlah yang sudah ditargetkan. Perkembangan film laskar pelangi kemarin membuat Belitung semakin banyak dikenal orang dan banyak orang penasaran untuk datang ke Belitung dan wisatawan yang datang ke belitungpun semakin meningkat,

Strategi Komunikasi adalah satu kegiatan yang sering kali digunakan oleh sekelompok orang yang tergabung kedalam sebuah Instansi/Organisasi untuk mencapai sebuah tujuan dengan mendapatkan hasil yang maksimal, dimana tujuan dan perencanaan tersebut terbentuk atas dasar kesepakatan bersama. Dan bagaimana rencana strategi komunikasi tersebut dilaksanakan tergantung dalam Instansi/Organisasi tersebut besar kemungkinan keberhasilan dari strategi komunikasi itu tergantung dari orang– orang/unsur terkait yang terlibat didalamnya.

Seperti halnya yang diungkapkan Proff. Drs. Onong Uchjana Effendy, M.A., Dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" yang mengatakan bahwa:

"Strategi pada hakikatnya adalah Perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu Tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukan bagaimana taktik operasionalnya yang secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi berupa Pesan yang disampaikan melalui berbagai Media dapat secara efektif diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro (flamed multi media strategi) maupun secara mikro (single communication medium strategi) mempunyai fungsi ganda". (Effendy, 2015 : 32).

Kabupaten Belitung dengan ibu kota Tanjungpandan, sebagai daerah kepulauan yang memiliki aset pariwisata yang menarik dan merupakan wilayah pesisir yang banyak terdapat pantai pasir putih. Perairan pantai merupakan bagian penting dalam lingkungan pesisir. Ekosistem pantai juga memiliki peran yang penting di wilayah pesisir, antara lain sebagai habitat biota laut, dan sebagai sarana upaya pelestarian pantai dan abrasi merupakan destinasi wisata.

Diharapkan dengan adanya kegiatan Bujang Dayang Belitung ini Promosi wisata yang ada di Belitung semakin meningkat setiap tahunnya untuk menarik wisatawan yang datang ke Belitung bukan sebaliknya bahkan tidak mengalami penurunan sama sekali karena Belitung memiliki potensi pariwisata yang harus diperkenalkan ke wisatawan luar Belitung agar dapat membantu penghasilan daerah kabupaten Belitung itu sendiri dan Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung harus bisa meningkatkan promosi wisata sekarang yang ada dan Belitung semakin dikenal wisatawan luar maupun asing dengan destinasi wisata yang paling sering dikunjungi ketika ke Indonesia. Promosi merupakan hal terpenting yang harus dilakukan guna menyampaikan pesan atau informasi kepada publik. Diharapkan semakin tahunnya jumlah orang yang datang kebelitung semakin bertambah dan diharapkan dengan adanya pemilihan bujang dayang Belitung ini membantu dinas pariwisata dalam mempromosikan pariwisata dan budaya Belitung. Tujuan diadakannya pemilihan Bujang Dayang Belitung adalah sebagai duta wisata budaya Belitung. Kegiatan ini biasanya

diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung. Melihat besarnya potensi ini, tentunya harus ada seorang duta yang bertugas mengenalkan dan mempromosikan potensi pariwisata daerah sendiri, sebagai putra dan putri asli daerah tersebut hendaklah mempunyai rasa memiliki dan mempromosikan potensi daerah sendiri seperti potensi pariwisata dan budaya daerah Kabupaten Belitung untuk daerah Belitung khususnya, dikenal dengan nama bujang dayang Belitung. Laskar Pelangi telah membantu masyarakat melihat keindahan wisata Belitung, sehingga animo wisatawan untuk berkunjung ke Belitung semakin meningkat. Namun, meskipun demikian keberhasilan tersebut tentu tidak lepas dari lembaga pemerintah setempat yang gencar melakukan promosi untuk wisata Belitung itu sendiri. penyematan tagline "Negeri Laskar Pelangi"di setiap kesempatan promosi

Pada dasarnya peneliti melihat bahwa kabupaten Belitung memiliki potensi yang cukup besar di bidang pariwisata meskipun Belitung belum memiliki nama sebesar Bali atau Lombok, sehingga diperlukan upaya promosi yang cukup baik agar Belitung dapat meningkatkan industri pariwisatanya.. Berdasarkan keadaan tersebut, sehingga menarik perhatian peneliti untuk meneliti tentang "Bagaimana Strategi Komunikasi Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung Melalui Pemilihan Bujang Dayang Belitung Setiap Tahunnya dalam Membantu Mempromosikan Pariwisata Belitung.

**1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dikemukakan rumusan permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu :

**a. Rumusan Masalah Makro**

Peneliti merumuskan pertanyaan makro yaitu **"Bagaimana Strategi Komunikasi bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung?**"

**b. Rumusan Masalah Mikro**

Rumusan masalah mikro dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana **Perencanaan** yang dilakukan oleh bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung?
2. Bagaimana penetapan **Tujuan** yang dilakukan oleh bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung ?
3. Bagaimana **Pesan** yang disampaikan oleh bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung ?
4. Bagaimana **Media** yang digunakan oleh bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung ?

**1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Sebuah penelitian sudah pasti memiliki maksud dan tujuan dilakukannya penelitian tersebut. Dalam hal ini akan di sampaikan maksud dan beberapa tujuan yang dilakukannya penelitian.

**Maksud Penelitian**

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang jelas dan mendeskripsikan mengenai: "strategi komunikasi Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung" Dari mulai Perencanaan,Pesan, Media dan tujuan, yang dilakukan oleh bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dalam Promosi Pariwisatanya.

**Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui Perencanaan yang dilakukan oleh bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung.

2. Untuk mengetahui Tujuan yang dilakukan oleh bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung
3. Untuk mengetahui Pesan dilakukan oleh bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung
4. Untuk mengetahui Media dilakukan oleh bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung
5. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung**.**

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, sudah seharusnya penelitian tersebut memiliki kegunaan bagi pihak-pihak yang berkaitan. Begitu juga dengan penelitian ini memiliki kegunaan yang terbagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan praktis. Peneliti sangat mengharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat digunakan oleh semua pihak yang berkepentingan.

**Kegunaan Teoritis**

**a.** Sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum mengenai strategi komunikasi.

**b.** Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai komunikasi organisasi, khususnya dalam strategi komunikasi.

**Kegunaan Praktis**

Kegunaan penelitian ini secara teoritis adalah untuk mengembangkan kajian ilmu komunikasi secara umum, dan konsentrasi kehumasan secara khusus, yaitu program pemilihan bujang dayang Belitung.

**a. Bagi Peneliti**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan mengenai strategi komunikasi organisasi yang oleh bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung sehingga dapat menjadi bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan dengan masalah yang diteliti.

**b. Bagi Universitas**

Dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi universitas sebagai bahan masukan dan evaluasi mengenai Strategi Komunikasi bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung

**c. Bagi Instansi**

Hasilpenlitian diharapkan menjadi masukan bagi instansi untuk dapat meningkatkan strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kab. Belitung.

## 2). Tinjauan Pustaka

**Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti, tinjauan pustaka berisikan tentang data-data sekunder yang peneliti peroleh dari jurnal-jurnal ilmiah atau hasil penelitian pihak lain yang dapat dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti.

**a. Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu**

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penulisan usulan penelitian ini lebih memadai. Hal ini dimaksudkan untuk

memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai subjek-subjek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

**Tinjauan Tentang Komunikasi**

Manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sangat perlu untuk melakukan komunikasi. Tanpa adanya komunikasi dalam kehidupan manusia, maka kelangsungan hidup manusia tidak akan bisa berlangsung. Komunikasi yang dilakukan oleh manusia bertujuan untuk faktor kepentingan dengan orang lain, menyampaikan informasi, dan mempengaruhi orang lain. Komunikasi ada dalam setiap aspek kehidupan manusia, "ketika manusia ada maka terciptalah komunikasi".

**b. Komunikasi Organisasi**

Komunikasi Organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi di dalam kelompok formal maupun informal organisasi. Jika organisasi semakin besar dan semakin kompleks, maka demikian juga komunikasinya. Organisasi dipandang sebagai suatu sistem terbuka terhadap informasi baru, responsif terhadap lingkugan, bersifat dinamis dan selalu berubah (DeVito, Edisi Kelima: 377&379).

Komunikasi organisasi dapat bersifat formal maupun informal. Yang termasuk dalam komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi pada organisasi. Isinya berupa cara-cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Yang termasuk di dalam komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya tidak pada organisasinya sendiri, tetapi lebih pada anggotanya secara individual (Joseph A DeVito, Edisi Kelima: 377).

**Tinjauan Strategi Komunikasi**

Komunikasi yang menghasilkan suatu pencapaian yang dituju itu didasari pada strategi komunikasi yang baik dan proses penerapannya secara keseluruhan dan sesuai pada tahapan – tahapannya. Seperti yang di definisikan oleh Onong Uchjana Effendy, strategi komunikasi adalah:

"Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan *(planning)* dan manajemen *(management)* untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut srategi komunikasi harus dapat menunjukan bagaimana oprasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan *(approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi berupa pesan yang disampaikan melalui berbagai media dapat secara efektif diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro *(flamed multi media strategi)* maupun secara mikro *(single communication medium strategi)* mempunyai fungsi ganda". (Effendy, 2015 : 32).

**Pengertian Strategi Komunikasi**

Strategi sering digunakan oleh organisasi-organisasi dalam mencapai tujuannya. Biasanya istilah strategi sering dipergunakan dalam perang guna memenangkan pertempuran dengan

lawannya, namun kali ini strategi juga dipergunakan oleh perusahaan-perusahaan dalam memasarkan produknya. Menurut Irawan (2004:67) bahwa strategi adalah satu rencana yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan.

Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro (plammed multi-media strategi) maupun secara mikro (single communication medium strategi) mempunyai fungsi ganda (Onong Uchjana Effendy, 2003 : 300) :

a. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematik kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.

b. Menjembatani "cultural gap" akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya. (Effendy, 2003 : 300)

Banyak teori komunikasi yang sudah diketengahkan oleh para ahli, tetapi untuk strategi komunikasi teori yang memadai baiknya untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi ialah apa yang dikemukakan oleh Horald D. Lasswell yaitu cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah menjawab pertanyaan "Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?" komponen komunikasi yang berkolerasi secara fungsional pada paradigma Lasswell itu merupakan jawaban pertanyaan yang diajukan.

a. *Who* (Komunikator) Dalam proses komunikasi ada komunikator, yaitu orang yang mengirim dan menjadi sumber informasi dalam segala situasi. Penyampaian informasi yang dilakukan dapat secara sengaja maupun tidak sengaja.
b. *Says What* (Pesan) Komunikator menyampaikan pesan-pesan kepada sasaran yang dituju. Pesan yaitu sesuatu yang dikirimkan atau yang disampaikan. Pesan yang disampaikan dapat secara langsung maupun tidak langsung dan dapat bersifat verbal maupun non verbal.
c. *In Which Channel* (Media yang digunakan) Dalam menyampaikan pesan-pesannya, komunikator harus menggunakan media komunikasi yang sesuai keadaan dan pesan disampaikan. Adapun media adalah sarana yang digunakan untuk menyalurkan pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.
d. *To Whom* (Komunikan) Komunikan merupakan individu atau kelompok tertentu yang merupakan sasaran pengiriman seseorang yang dalam proses komunikasi ini sebagai penerima pesan, Dalam hal ini komunikator harus cukup mengenal komunikan yang dihadapinya sehingga nantinya diharapkan mendapatkan hasil yang maksimal dari pesan yang disampaikan.
e. *With What Effect* (Efek) Efek adalah respon, tanggapan atau reaksi komunikasi ketika ia atau mereka menerima pesan dari komunikator. Sehingga efek dapat dikatakan sebagai akibat dari proses komunikasi. (Effendy, 2003: 68) Dengan berpolakan formula Lasswell itu, komunikasi didefinisikan

**Tinjauan Pariwisata**

- **Pengertian Pariwisata**

Sebagai suatu gejolak sosial, pemahaman akan pengertian dari makna pariwisata memiliki banyak definisi. Akan tetapi dari kegiatan

penulisan tesis ini, suatu sintesa mengenai konsepsi dan pengertian pariwisata yang digunakan sebagai suatu tinjauan pustaka dapat dibatasi pada pengertian:

lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagian dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Selanjutnya Burkart dan Medlik (1987) menjelaskan pariwisata sebagai suatu trasformasi orang untuk sementara dan dalam waktu jangka pendek ketujuan-tujuan di luar tempat di mana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan itu.

Sedangkan Wahab (1985) menjelaskan pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standart hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya. Sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga meliputi industri-industri klasik seperti kerajinan tangan dan cindera mata, penginapan, transportasi secara ekonomi juga dipandang sebagai industri.

Selain itu pariwisata juga disebut sebagai industri yang mulai berkembang di Indonesia sejak tahun 1969, ketika disadari bahwa industri pariwisata merupakan usaha yang dapat memberikan keuntungan pada pengusahanya. Sehubungan dengan itu Pemerintah Republik Indonesia sejak dini mengeluarkan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 1969 tanggal 6 Agustus 1969, menyatakan bahwa Usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan industri pariwisata dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan negara (Yoet, 1983).

**Strategi Promosi**

Strategi Promosi Istilah strategi berasal dari bahasa yunani, yang berarti“kepemimpinan” (leadership), dapat diartikan bahwa strategi adalah keseluruhan tindakan-tindakan yang ditempuh oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasaran-sasarannya (Winardi, 1989:46).Dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran diperlukan alur strategi yang jelas dan juga alur yang tepat sasaran hingga menghasilkan sebuah alur komunikasi yang efektif.Berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif sebagian besar ditentukan oleh strategi komunikasi yang digunakan. Sementara itu Effendi menyatakan pengertian strategi sebagai berikut :

“Strategi merupakan perpaduan dari perencanaan komunikasicommunication planing) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan, dan untuk mencapai tujuan tersebut strategi harus dapat menunjukan bagaimana operasional secara taktis (Effendy, 1993:301)”.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran (marketing mix) yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasanya. Kegiatan promosi

bukan saja berfungsi sebagai 11 alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian/penggunaan jasa sesuai dengan kegiatan dan kebutuhannya.Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi. Adapun pengertian promosi menurut Tjiptono (2000: 200) adalah: "Promosi adalah semua kegiatan yang dimaksudkanuntuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi keistimewaan, kegunaan, dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya untuk mengubah sikap ataupun untuk mendorong orang untuk bertindak (dalam hai ini membeli)".

**Desain Penelitian**

**Desain Penelitian**

Menurut E.A. Suchman dalam M. Nazir desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. (Suchman dalam Nazir, 2005 : 84), Sedangkan menurut V.Shah dalam M. Nazir desain penelitian dalam arti sempit yaitu "desain penelitian yang hanya mengenal pengumpulan analisi data saja" (Shah dalam Nazir, 2005 : 84). Metode penelitian merupakan prosedur yang digunakan peneliti dalam upaya mendapatkan data atau informasi guna memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.

Peneliti pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode deskriptif dengan memanfaatkan wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen yang mana peneliti memperoleh informasi melalui narasumber tanpa ada arahan dari peneliti, sehingga memperoleh hasil yang benar – benar sesuai pada apa yang terjadi dilapangan. Menurut Moleong pada bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif:

"Bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada, dari segi penelitian ini, para penulis masih tetap mempersoalkan latar alamiah dengan maksud agar hasilnya dapat digunakan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan dengan berbagai metode penelitian. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen". (Moleong, 2007 : 5).

Sedangkan menurut definisi yang dikemukakan Elvinaro Ardianto dalam bukunya yang berjudul *Metodelogi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif* menjelaskan bahwa metode deskriptif-kualitatif memiliki ciri sebagai berikut:

"Metode kualitatif deskriptif menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (natural setting) peneliti terjun langsung kelapangan, bertindak sebagai pengamat. Ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi. Ia tidak berusaha untuk

memanipulasi variabel."(Ardianto,2011)

**Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan sebagai berikut:

**3.3.1 Studi Pustaka**

Studi pustaka ialah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi atau data yang relevan dengan topik atau permasalahan yang akan atau sedang diselidiki. Informasi itu dapat diperoleh melalui buku-buku ilmiah yang disertai dengan peraturan, ketetapan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik itu cetak maupun elektronik yang relevan dengan masalah yang penulis teliti.

**3.3.1.1 Referensi Buku**

Referensi buku adalah buku yang dapat memberikan keterangan topik perkataan, tempat pariwisata, data statistika, pedoman, alamat, nama orang, riwayat orang-orang terkenal. Pelayanan referensi adalah pelayanan dalam menggunakan buku-buku referensi dan disebut "koleksi referensi", sedangkan ruang tempat penyimpanan disebut ruang referensi karena sifatnya dapat memberikan petunjuk harus selalu tersedia di perpustakaan sehingga dapat dipakai oleh setiap orang pada setiap saat.

**3.3.1.2 Skripsi Terdahulu**

Di sini Peneliti menggunakan studi pustaka dengan melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu. Peneliti mengangkat penelitian ini tentang Pola Komunikasi, untuk mendapatkan referensi, peneliti melihat penelitian skripsi sebelumnya yang dijadikan sebagai sumber pembuatan skripsi yang berkaitan dengan pola komunikasi.

**3.3.1.3 Pencarian di Internet (*internet searching*)**

Pencarian data di Intenet merupakan salah satu langkah yang digunakan peneliti sebagai bentuk satu terobosan efisensi waktu dalam perolehan data maupun studi literatur, dengan memanfaatkan situs-situs yang sifatnya gratis (*freeware*) maupun prabayar (*payment*). Melalui *internet searching*, peneliti mendapat berbagai macam referensi yang mendukung untuk penelitian ini.

**3.3.2 Studi Lapangan**

Studi lapangan (*field research*) adalah pengumpulan data yang secara langsung tejun kelapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data, yakni sebagai berikut:

**3.3.2.1 Wawancara mendalam**

Wawancara adalah cara pengumpulan data yang dalam pelaksanaannya mengadakan tanya jawab terhadap orang yang erat kaitannya dengan permasalahanm baik secara tertulis maupun lisan guna memperoleh keterangan atas masalah yang diteliti.

Wawancara mendalam atau yang disebut dengan

wawancara tak berstruktur sama halnya dengan percakapan informal, yang dimana bertujuan untuk memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua informan, akan tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri informan.

Wawancara mendalam adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapat data lengkap dan mendalam. Biasanya wawancara mendalam menjadi alat utama pada penelitian kualitatif yang dikombinasikan dengan observasi. Pada wawancara mendalam ini, pewawancara relatif tidak mempunyai kontrol atas respon informan. Artinya, informan bebas memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, mendalam, bila perlu tidak ada yang disembunyikan. Caranya adalah dengan mengusahakan wawancara berlangsung informal seperti sedang ngobrol. (Ardianto, 2011:178)

Wawancara dapat dilakukan beberapa kali untuk memberikan data-data yang benar-benar aktual. Seperti dalam metode penelitian lainnya, kualitatif sangat bergantung dari data di lapangan dengan melihat fakta-fakta yang ada. Data yang terus bertambah dimanfaatkan untuk verifikasi teori yang timbul di lapangan, kemudian terus-menerus akan disempurnakan selama penelitian berlangsung.

### 3.3.2.2 Observasi

Observasi adalah untuk menyajikan untuk menyajikan gambaran relistik perilaku atau kejadian, untuk menjab pertanyaan, untuk membantu mengerti perilku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan Observasi terus terang atau tersamar.

"… Peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang ditelti mengetahui sejak awal tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari masih data yang dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan terus terang, maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi" (Sugiyono, 2013:66).

Dari penjelasan di atas maka bisa dilihat bahwa observasi terus terang atau tersamar merupakan tipe observasi yang cocok bagi penelitian ini.

**Dokumentasi**

Memuat data-data pada penelitian sebagai upaya untuk menafsirkan segala hal yang ditemukan di lapangan, perlu adanya dokumentasi-dokumentasi dalam berbagai versi.

Dalam buku Memahami Penelitian Kualitatif menjelaskan tentang dokumentasi, sebagai berikut: "Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang" (Sugiyono, 2010:82).

### 3.4 Uji Keabsahan Data

Cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap hasil penelitian menurut Sugiyono (2005:270-274) dilakukan dengan peningkatan ketekunan, triangulasi, dan diskusi dengan teman sejawat.

1. Peningkatan ketekunan, berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Dalam melakukan penelitian, untuk menghindari kesalahan maka peneliti harus bisa lebih teliti dalam melakukan penelitian. menyusun pedoman observasi serta wawancara yang efektif, mengumpulkan data yang sesuai dan melakukan pembahasan dengan benar.
2. Triangulasi, diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu serta melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data dari para guru yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi. Triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara dan observasi dalam waktu atau situasi yang berbeda terhadap ketua adat pemimpin upacara muang jong di tanjung kelayang desa kampong baru.
3. Diskusi dengan teman sejawat, teknik ini dilakukan dengan mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat. Dengan melakukan diskusi maka peneliti bisa bertukar pikiran serta menemukan ide-ide baru dalam mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik. Salah satunya adalah dengan menetapkan apakah pedoman observasi dan pedoman wawancara sudah benar.

### Teknik Analisis Data

Sebagaimana umumnya dalam penelitian kualitatif, proses analisis data berlangsung selama proses pengumpulan data dan setelah masa pengumpulan data. Proses analisis mengalir dari tahap awal hingga tahap penarikan kesimpulan hasil penelitian. Model analisis dalam penelitian kualitatif ini disebut sebagai model interaktif, seperti yang dinyatakan oleh Miles dan Huberman (2002: 34). Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui empat tahapan, yang meliputi hal-hal berikut ini:

**a. Penyajian data**

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Melalui penyajian data, maka data akan terorganisir dengan baik, tersusun dalam pola hubungan sehingga mudah dipahami. Penyajian data disajikan dalam

bentuk teks yang bersifat naratif. Penyajian berbentuk teks dan bersifat naratif ini juga salah satu ciri penelitian kualitatif.

**b. Reduksi data**

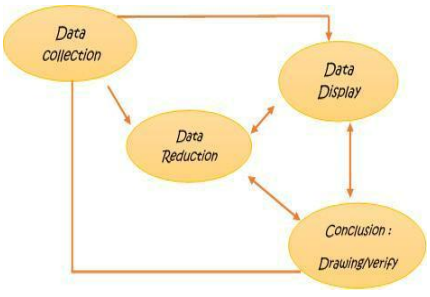
Dalam reduksi data dilakukan proses pemilihan, pemusatan perhatian dan penyederhanaan data. Data yang diperoleh dari lapangan mungkin jumlahnya cukup banyak dan kompleks. Untuk itulah diperlukan reduksi data. Dalam hal ini hanya data-data yang relevan dengan tujuan penelitian saja yang diambil, sedangkan yang tidak relevan dibuang. Data dirangkum dan dipilih hal-hal yang pokok saja, difokuskan pada data-data yang penting, kemudian dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, sehingga mempermudah peneliti dalam mengumpulkan dan menambah data-data yang relevan selanjutnya. Reduksi data dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data sampai dengan selesai.

c. Pembuatan kesimpulan, verifikasi, dan refleksi

Pada proses ini peneliti melakukan interpretasi terhadap makna dari data empiris yang telah dikumpulkan dan dikategorikan sebelumnya secara sistematis. Proses verifikasi berlangsung berulang dan dinamis dalam berbagai situasi praktis di lapangan. Verifikasi dilakukan atas informasi lisan maupun dokumentasi. Proses refleksi dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang benar dan utuh atas ucapan dan makna di balik ucapan tersebut. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif ini merupakan temuan hubungan kausal atau interaksi yang disajikan dalam bentuk deskripsi. Untuk menjaga kebenaran dan kehandalan data dalam penelitian ini, peneliti akan memperhatikan indeksikalitas dan refleksikalitas, yang merupakan konsep penting dalam penelitian sosial secara kualitatif. Indeksikalitas berhubungan dengan upaya mengkaitkan makna kata, perilaku, dan hal lainnya sesuai dengan konteksnya. Sementara refleksikalitas berkaitan dengan upaya penataan hubungan antar suatu peristiwa atau fenomena dengan peristiwa atau fenomena lainnya (Muhadjir, 2000: 34). Analisis data penelitian ini, bila dinyatakan dalam bentuk gambar adalah sebagai berikut :

Gambar 3.1

Komponen-Komponen Analisis Data : Model Kualitatif




Sumber: Miles and Huberman dalam Sugiyono (2010:247)

## 3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memilih lokasi dan waktu penelitian yang sesuai dengan kondisi dan situasi peneliti. Adapun lokasi dan waktunya sebagai berikut:

**Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang ditetapkan oleh peneliti adalah Belitung, karena sesuai dengan objek penelitian yang berada di Belitung.

**Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilaksanakan selama 6 bulan. Terhitung dari pertengahan bulan Februari 2017 sampai dengan akhir bulan Agustus 2017

## Hasil Penelitian

Setelah menjabarkan hal-hal yang melatarbelakangi penelitian, yang telah melakukan penelitian, dan metode penelitian yang digunakan, maka pada bab ini dipaparkan mengenai hasil dari penelitian. Hasil penelitian akan dijabarkan berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Pembahasan dalam bab ini didapat melalui hasil pengumpulan data melalui studi dokumentasi, observasi, wawancara terhadap informan yang dibutuhkan dalam penelitian, serta diskusi yang terfokuskan terhadap masalah yang diteliti. Pada bab hasil penelitian dan pembahasan ini, akan menguraikan berbagai hal mengenai hasil wawancara pada bulan Juli 2017 yang dilakukan dengan Kabid Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Belitung dan 2 Masyarakat yang terkait dengan Strategi Komunikasi Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung Melalui Pemilihan Bujang Dayang Setiap Tahunnya Dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung. Kegiatan ini untuk Melihat apakan strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata melalui kegiatan Bujang Dayang ini untuk promosi wisata.

### a. Perencanaan Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung Melalui Kegiatan Bujang Dayang Setiap Tahunnya Dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitug

Perencanaan yang dilakukan oleh Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung diawali dari penyebaran surat ke desa-desa untuk mengirimkan perwakilan setiap desanya, dilanjut dengan perencanaan pada waktu seleksi di tingkat kabupaten , kemudia perencanaan pemilihan media maupun siapa yang akan terlibat dalam penjurian kegiatan Bujang Dayang.

Setelah itu Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung untuk melakukan perencanaan agar program/kegiatan tersebut dapat berjalan dengan baik agar kegiatan tersebut berjalan dengan lancar sesuai dengan tujuan kegiatan tersebut yaitu sebagai alat promosi wisata disana dengan perencanaan yang baik juga. Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung adalah instansi yang bertangung jawab atas kegiatan ini.

Strategi komunikasi yang digunakan Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung dalam taktik operasionalnya disini melibatkan generasi muda Belitung dalam kegiatan bujang dayang yang dilaksanakan setiap setahun sekali .

Perencanaan yang melibatkan generasi muda Belitung ini juga supaya masyarakat generasi muda Belitung dapat mencintai budaya sendiri dan pastinya dapat mempromosikan pariwisata daerah disana

selain nama Belitung terkenal mereka juga bisa membantu pendapatan daerah Belitung, Strategi perencanaan Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung Instansi bekerja sendiri.

**b. Tujuan Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung Melalui Kegiatan Bujang Dayang Setiap Tahunnya Dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung**

Waktu penetapan pertama kali memang sesuai dengan peratueran yang sudah ada kepala dinas sendiri ikut serta dalam penetapan tujuan selanjutnya yang menentukan tujuan tersebut bidang promosi dan pemasaran itu sendiri mereka harus membuat tujuan itu tercapai pada waktu pelaksanaan nya, tujuan ini sangatlah penting dibutat mengingat untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari sebuah kegiatan dibutuhkan penetapan tujuan yang tepat. Sesuai dengan tujuan awal yaitu mengajak generasi muda sadar akan budayanya dan menjadikan kegiatan bujang dayang sebagai alat promosi untuk memperkenalkan Belitung ke wisatawan Luar. Pihak –pihak yang menetapkan tujuan tersebut yaitu dari bidang promosi pemasaran dibantu pastinya dari staff dinas pariwisata yang lainnya.

Tujuan strategi komunikasi Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata kabupaten Belitung Melalui Krgiatan Bujang Dayang Setiap Tahunnya Dalam Mempromosikan Pariwisata Belitung, memiliki tujuan ingin menjadikan kegiatan bujang dayang ini sebagai kegiatan yang bisa mempromosikan Belitung, sedangkan dalam penepan tujuan ini karena memang ini agenda tahunan jadinya untuk penetapan mungkin sudah lama sehingga bidang promosi dan pemasaran hanya menjalankan dan membuat tujuan dari kegiatan yang sudah direncanakan tersebut tercapai.

**c. Pesan yang disampaikan Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata kabupaten Belitung Melalui Kegiatan Bujang Dayang Setiap Tahunnya Dalam Mempromosikan Pariwisata Belitung**

Pesan yang ingin disampaikan oleh Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata kabupaten Belitung yaitu Branding WAUU yang diperkenalkan dalam malam final Bujang Dayang Belitong 2017. Huruf “w” adalah kepanjangan dari wonderful yang bermakna Belitung memiliki potensi wisata alam dan atraksi seni budaya dengan keragaman etniknya. Huruf “a” sebagai kepanjangan dari Authentic, keindahan Pulau Belitung memiliki hamparan luas batu granit dan arsitektur rumah adat kolonial serta ramah tamah masyarakatnya. Huruf “u” sebagai kepanjangan Unique untuk menggambarkan keindahan flora dan fauna serta keberagaman etnis dan suku yang ada di Pulau Belitung. Sementara huruf “u” yang terakhir kepanjangan dari Unforgetable yang dimaknai sebagai harapan bahwa kesan berwisata di Belitung tidak terlupakan dan wisatawan akan kembali berlibur kembali ke Negeri Laskar Pelangi

**d. Penggunaan Media Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata kabupaten Belitung Melalui Krgiatan Bujang Dayang Setiap Tahunnya Dalam Mempromosikan Pariwisata Belitung**

Media yang Digunakan Media Cetak seperti, Spanduk, Banner, Koran Lokal, Selembaran. Media Elektronik Seperti

Web, Radio Lokal, Media Sosial, Facebook.

## Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Kegiatan Bujang Dayang merupakan agenda tahunan yang dibuat oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung adapun dari tujuan kegiatan tersebut meningkatkan sumber daya manusia dan kreativitas generasi muda dalam upaya pelestarian budaya serta dapat mempromosikan pariwisata kabupaten Belitung.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas mengenai **"Strategi Komunikasi Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata kabupaten Belitung Melalui Kegiatan Bujang Dayang Belitung Setiap Tahunnya Dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Belitung",** maka peneliti dapat membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Perencanaan Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung melakukan Perencanaan sebulan sebelum kegiatan berlangsung, yang di diskusikan oleh Bidang Promosi Pemasaran untuk membuat kegiatan lancar dan sukses. Dimana untuk anggarannya sudah disiapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung.
2. Tujuan Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung memiliki tujuan ingin menjadikan kegiatan bujang dayang ini sebagai kegiatan yang bisa mempromosikan Belitung, sedangkan dalam penepan tujuan ini karena memang ini agenda tahunan jadinya untuk penetapan mungkin sudah lama sehingga bidang promosi dan pemasaran hanya menjalankan dan membuat tujuan dari kegiatan yang sudah direncanakan tersebut tercapai
3. Pesan yang ingin disampaikan pada kegiatan Bujang Dayang ingin mengajak dan memberitahukan bahwa kegiatan ini bisa menarik wisatawan luar dan mempromosikan pariwisata di Belitung yang sudah disusun olrh Bidang Promosi Pemasaran Kabupaten Belitung.
4. Media yang digunakan Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung pada Kegiatan Bujang Dayang yaitu Media elektronik, Media Cetak dan Online (Pos Belitung, Radio, Spanduk dan Selembaran yg diberikan ke agen travel). Yang diseuaikan dengan segmentasi target , dan pihak yang menentukan media yaitu Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung.
5. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung ini dilakukan sesuai dengan tahapan-tahapan yang seharusnya. Tujuan yang sangat jelas membuat kegiatan ini sesuai dengan apa yang ingin dituju dan penyampaian pesan pun dapat tersampaikan dengan baik, dan Strategi yang dilakukan oleh Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung membuat kegiatan Bujang Dayang sebagai alat untuk mempromosikan pariwisata kabupaten Belitung terbilang Berhasil, karena mereka menyusun strategi komunikasi yang bagus dalam pencapaian tujuan dari kegiatan tersebut.

### Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna atau pun manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Setelah peneliti menyelesaikan pembahasan pada skripsi ini, maka pada

bab penutup peneliti mengemukakan saran-saran sesuai dengan hasil pengamatan dalam pembahasan skripsi ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut:

**Saran Bagi Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung**

Adapun saran-saran dari peneliti untuk Bidang Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung ini adalah:

**1.** Perencanaan yang sudah dilakukan setelah dilaksanakan sebaiknya meminta saran kepada masyarakat akan perencanaan seperti apa selanjutnya, bagaimana pun masyarakat mengetahui apa yang terjadi dilapangan. dan instansi harus konsisten dengan perencanaan tersebut, Kegiatan Bujang Dayang yang sudah dilakukan selama ini bisa seterusnya dapat menjadi alat promosi Belitung walaupun kegiatannya hanya dilakukan dalam semalam saja.

**2.** Tujuan dilihat dari target sasarannya agar tujuan ingin menjadikan kegiatan bujang dayang ini sebagai kegiatan yang bisa mempromosikan Belitung, contohnya pihak Dinas Pariwisata agar bekerjasama dengan media nasional yang dapat membantu Bidang Promosi Pemasaran mem promosikan kegiatan Bujang Dayang untuk dapat dikenal masyarakat luar Belitung sekaligus bisa mempromosikan pariwisata Belitung.

**3.** Dalam kegiatan sebaiknya Media harus ditambahkan seperti Media yang sedang populer contohnya, Youtube Channel, Instagram dll. Agar menjadi informasi dan pengetahuan bagi banyak orang.

**Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

Adapun saran-saran bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti harus lebih memahami objek apa yang akan ia teliti, tidak boleh sembarangan melakukan penelitian tanpa memahami secara lebih mendalam mengenai objek yang akan diteliti.
2. Peneliti harus lebih bisa menganalisis situasi dan kondisi dilapangan, sehingga proses adaptasi dapat berjalan dengan lancar.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yakni dalam bidang ilmu komunikasi secara umum.
4. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya tentang objek yang sama, diharapkan agar membaca referensi-referensi terlebih dahulu agar tidak membingungkan.
5. Untuk para peneliti selanjutnya, disarankan agar meningkatkan lagi ketelitian baik dalam segi kelengkapan data yang diperoleh dari Instansi tersebut dan data penelitian yang telah dilakukan. Sehingga penelitian tersebut dapat berjalan dengan lebih baik lagi dan lancar. Serta memberikan sumbangsih yang besar bagi masyarakat luas, dan khusunya untuk pengembangan ilmu komunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

**A. Buku**


- Abdurrachman, Oemi, M.A. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations Bandung*:
- Cangara, Hafied. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek.Bandung: Remaja Rosdakarya PT. Citra Aditya Bakti
- Elvinaro Ardianto. 2011. Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Rewoldt,S.H. 2005. Strategi Promosi Pemasaran : PT. Rineka Cipta
- Soekadijo. R. G. 2000, Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Sistematic Linkage, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

**B. Internet Searching**

- http://portal.belitungkab.go.id
- http://bangka.tribunnews.com
- http://dispar.belitungkab.go.id/

**C. Sumber Lain**

- Dwi Laksono 2012. UNIKOM " Strategi Komunikasi Dalam Usaha Pelestarian Satwa Liar.
- Thesar Sugiarti 2016. Univ. HALU OLEO " Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Pemetaan Potensi Wisata Kab. Buton Tengah.
- Sisilia Herlina 2015. Univ. Tribhuwana Tunggadewi " Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Kota Malang"