

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

¹Sarjono, ²Abd Muiz, W

Email: Abdmuiswaqos@gmail.com

Dosen STAI An-Nadwah Kuala Tungkal
Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi

Abstrak

Tujuan penelitian ini diantaranya ingin mengetahui strategi komunikasi Kelompok Sadar Wisata dalam mempromosikan wisata mangrove di Pangkal Babu Desa Tungkal I Kecamatan Tungkal Ilir, ingin mengetahui faktor penghambat dan pendukung Kelompok Sadar Wisata dalam mempromosikan wisata mangrove di Pangkal Babu Desa Tungkal I Kecamatan Tungkal Ilir Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan tehnik pengumpulan data dengan cara wawancara, dokumentasi dengan tehnik deskriptif dan observasi partisipan yaitu observasi langsung mengamati kelokasi penelitian guna untuk mengetahui fenomena yang terjadi. Data yang dikumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis model Miles dan Huberman yaitu, mengumpulkan data yang telah ada kemudian data-data tersebut dikelompokkan berdasarkan persamaan jenis data tersebut dengan tujuan untuk mendapatkan kesimpulan dari data-data yang diperoleh.

Dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa strategi komunikasi Kelompok Sadar Wisata dalam mempromosikan wisata mangrove di Pangkal Babu Desa Tungkal I yaitu dengan mengikuti pameran, brosur, *facebook*, *youtube* dan promosi secara langsung. Faktor penghambat dalam mempromosikan wisata mangrove sebagai berikut, sempit dan licaknya jalan menuju wisata, tidak memanfaatkan semua media sosial, minimnya jaringan Internet. Faktor pendukung pelaksanaan strategi komunikasi dalam mempromosikan wisata mangrove yaitu, Kelompok Sadar Wisata sebagai wakil dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga, Tingginya daya tarik masyarakat terhadap wisata, media sosial pengunjung dan kerjasama yang baik antara Kelompok Sadar Wisata dengan pemerintah.

Keyword : Strategi Komunikasi, Promosi, POKDARWIS

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

A. Pendahuluan

Saat ini pemerintah gencar melakukan pembangunan di berbagai bidang dalam upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pelaksanaan pembangunan disegala bidang ini salah satunya adalah melalui pembangunan dibidang kepariwisataan. Pembangunan kepariwisataan terus dilanjutkan dengan mengembangkan serta mendayagunakan sumber dan potensi pariwisata yang ada. Pembangunan kepariwisataan diharapkan dapat menjadi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan untuk memperbesar pendapatan asli daerah, memperluas kesempatan kerja terutama bagi masyarakat yang ada disekitar obyek wisata, serta mendorong pembangunan daerah serta memperkenalkan alam, nilai dan budaya daerah.¹ Pariwisata adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha. Di era globalisasi saat ini, sektor pariwisata akan menjadi pendorong utama perekonomian dunia dan menjadi industri yang menggloabal. Pariwisata akan memberikan banyak pemasukan bagi daerah yang sadar akan potensinya terhadap sektor pariwisata.

Pariwisata menjadi salah satu primadona bagi negara-negara dalam meningkatkan sumber pendapatannya diluar dari migas dan pajak. Saat ini Indonesia sebagai salah satu negara berkembang mulai mempromosikan negaranya guna menarik pandangan mata dunia lain, hal ini dimaksudka agar Indonesia semakin terkenal bagi warga/penduduk negara lain untuk berkunjung ke Indonesia. Promosi-promosi yang dilakukan adalah menjual keragaman wisata dan budaya Indonesia, hal inilah ditanggapi positif dengan banyaknya wisatawan dari mancanegara yang berkunjung ke Indonesia.²

Pariwisata di daerah-daerah sangatlah banyak bila mampu memanfaatkan potensi-potensi yang ada, pemerintah dan masyarakat daerah saling membantu dalam pengembangannya tersebut sehingga akan mengangkat segi ekonomi, budaya dan pendidikan daerah itu. Pariwisata

¹ Djoko Wijono, *Tingkat Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Pantai Kuwaru Sanden Bantul Yogyakarta*, Jurnal Maksipreneur, Vol IV, No I, 2014, Hlm. 22-23

² Deddy Prasetya Maha Rani, *Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur*, Jurnal Politik Muda, Vol 3, No 3, 2014, Hlm. 413

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

sangatlah mampu dalam mengatasi masalah kesejahteraan bila dikembangkan secara profesional.

Sektor pariwisata untuk saat ini jadi kegiatan yang tak pernah mati dan menjadi hal yang sangat penting bagi suatu daerah. Dengan adanya pariwisata, lebih dikhususkan untuk pemerintah daerah, objek wisata akan menjadi pemasukan bagi daerah itu sendiri. Dengan berkembangnya pariwisata, akan mendongkrak sektor yang lain, seperti: kunjungan wisatawan, ekonomi kreatif, membuka kesempatan kerja, mengurangi pengangguran. Sektor pariwisata tidak bisa berdiri sendiri, dan harus didukung oleh kegiatan-kegiatan penunjang lainnya, yaitu: promosi wisata, fasilitas yang ditawarkan, akses transportasi dan tempat penginapan. Pariwisata perlu ditingkatkan dan diperluas untuk meningkatkan penerimaan devisa, memperluas lapangan pekerjaan dan memperkenalkan kebudayaan. Pembinaan serta pengembangan pariwisata dilakukan dengan tetap memperhatikan terpeliharanya kebudayaan dan kepribadian lokal. Untuk itu perlu diambil langkah-langkah dan pengaturan-pengaturan yang lebih terarah berdasarkan kebijaksanaan yang terpadu, antara lain bidang promosi, penyediaan fasilitas serta mutu dan kelancaran pelayanan. Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi wisata adalah provinsi Jambi. Dimana provinsi ini menyimpan potensi wisata yang cukup banyak dan bervariasi, mulai dari wisata budaya, wisata alam, wisata religi, wisata kuliner dan wisata industri.

Tepatnya di Pangkal Babu Desa Tungkal I Kecamatan Tungkal Ilir Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Terdapat satu lahan ekowisata mangrove yang berjarak sekitar 10 kilometer dari pusat kota dengan waktu tempuh sekitar 20-30 menit berkendara. Untuk sampai dikawasan mangrove ini, kita bisa menempuh perjalanan laut dan darat. Dengan kendaraan roda empat hanya bisa sampai didepan pintu masuk, karena jalan yang ditempuh masih tanah liat dan sempit. Luas kawasan ekowisata mangrove Pangkal Babu sekitar 500 hektar yang terbentang dari bibir laut. Ekowisata Mangrove terdapat tempat/jembatan yang terbuat dari kayu dan panjangnya kurang lebih

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

1 kilometer. Disana juga terdapat menara yang terletak diujung lintasan yang terbuat dari kayu. Para wisatawan bisa memanfaatkannya untuk berfoto-foto.³

Dalam memperkenalkan potensi wisata Desa Tungkal I kepada wisatawan, selain pengelolaan tempat wisatanya yang baik dibutuhkan juga promosi yang kreatif dan efektif sehingga informasi mengenai potensi wisata yang ada di Desa Tungkal I Kabupaten Tanjung Jabung Barat dapat diterima baik oleh khalayak. Hal ini peran Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) atau dinas yang terkait, melainkan ini juga menjadi tugas dan tanggung jawab seluruh masyarakat Kabupaten Tanjung Jabung Barat khususnya generasi muda yang memiliki tingkat kreatifitas yang tinggi. Dengan adanya pembentukan kelompok sadar wisata di setiap daerah di Indonesia diharapkan lahir suatu generasi muda yang kreatif dan inovatif sehingga mampu menjadi promotor untuk mempromosikan potensi kekayaan wisata yang ada di daerah tersebut.

Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) yang berada dibawah naungan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga memiliki peran penting dalam memperkenalkan potensi wisata Desa Tungkal I kepada massa yang lebih luas. Di samping itu, pembentukan POKDARWIS diharapkan juga mampu menjadi inspirator dan motivator bagi generasi muda dalam menjalankan peran dan fungsinya di masyarakat. Dalam menjalankan peran sebagai Kelompok Sadar Wisata di Desa Tungkal I dibutuhkan kemampuan atau keahlian dalam mempromosikan potensi wisata serta memiliki penampilan yang menarik yang mampu mempengaruhi massa.

Pemilihan strategi komunikasi dalam mempromosikan wisata merupakan langkah krusial yang harus memerlukan penanganan secara hati-hati sebab jika pemilihan strategi yang salah maka hasil yang diperoleh juga fatal. Elemen yang harus diperhatikan didalam merumuskan strategi komunikasi adalah pengenalan khalayak, pesan, metode, media, dan komunikator. Sumber lain menyebutkan bahwa strategi adalah pendekatan secara

³ Observasi lapangan, tanggal 20 Maret 2020

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.⁴

Peran Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) sebagai komunikator dalam mempromosikan sebuah wisata sangat dibutuhkan oleh pemerintah. Terjadinya komunikasi yang efektif jika komunikator memiliki *ethos* atau *credibility* (ahli dan dapat dipercaya), memiliki daya tarik (*attractiveness*) dan kekuasaan (*power*). Serta diharapkan mampu bekerjasama dengan pemerintah atau masyarakat luas. Sehingga pesan yang disampaikan diharapkan dapat diterima baik oleh komunikan, menghasilkan *feedback* atau umpan balik, dan terjadinya efek persuasif.

Kendala yang dihadapi pengunjung Ekowisata Mangrove yaitu jarak yang ditempuh cukup jauh lebih dari 30 menit dan melewati perkampungan masyarakat, akses jalan juga masih tanah liat ketika hari hujan akses jalan menjadi ekstrim, dan dari lokasi ekowisata mangrove tidak terdapat kuliner yang dapat dinikmati pengunjung. Untuk menjadikan ekowisata mangrove menjadi primadona masyarakat tentu harus memiliki strategi sebagai dasar dalam mencapai tujuan bersama memajukan wisata lokal ketaraf nasional dan internasional.

B. Metodologi

Pendekatan yang diambil dalam penelitian adalah kualitatif. Metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁵ Adapun definisi dari penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada

⁴Asep Sudarman, *Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 2, No. 1, 2018, Hlm. 45

⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi. Revisi. Cet. Ke-27 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), Hlm. 4

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁶

Penelitian ini dilakukan di Pangkal Babu Desa Tungkal I Kecamatan Tungkal Ilir dengan tujuan meneliti strategi komunikasi oleh Kelompok Sadar Wisata POKDARWIS dalam mempromosikan wisata. Yang dijadikan subjek di penelitian ini adalah ketua kelompok sadar wisata, dinas terkait dan pengunjung wisata mangrove.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁷ Adapun metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu :

Dalam kamus Bahasa Indonesia Observasi memiliki arti peninjauan secara cermat; pengamatan.⁸ Sedangkan dalam proses pengumpulan data observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.⁹ Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu *pewawancara* (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan *terwawancara* (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.¹⁰

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku, majalah, catatan harian, dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian. Dokumentasi yaitu semua bahan-bahan yang tertulis dalam sebuah file dan disimpan dengan rapi. Dokumentasi adalah “mencari data mengenai ha-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, surat kabar, majalah prassati, notulen rapat,

⁶ *Ibid*, Hlm. 6

⁷ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta CV, 2014), Hlm. 224

⁸ Risa Agustina, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Serba Jaya), Hlm. 448

⁹ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam teori & praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm 63

¹⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi. Revisi. Cet. Ke-27 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010, Hlm. 186

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

leangger, agenda dan sejenisnya.¹¹ Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹²

a. Reduksi data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

b. Penyajian data

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dengan teks yang bersifat naratif.

c. Verifikasi / penarikan kesimpulan

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.¹³

Selanjutnya dari semua data tersebut akan dilakukan uji kredibilitas data agar peneliti dapat membuktikan hipotesisnya sehingga peneliti mendapat keabsahan data. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik

¹¹ Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006). Hlm. 274.

¹² Lexy J. Moleong, *Op Cit*, Hlm. 248

¹³ Sugiyono, *Op. Cit*, Hlm.247-252

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

Triangulasi. Metode ini sangat penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang menggunakan lebih dari satu jenis metode.¹⁴ Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.¹⁵

C. Hasil Penelitian

Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Pada dasarnya wisatawan dibedakan antara wisatawan nusantara (wisnus) yaitu penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan wisata di dalam negeri, disebut juga *domestic tourist*, wisatawan nasional (wisnas) adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan ke luar negeri, disebut juga *outbound tourist*, serta wisatawan mancanegara (wisman), yaitu penduduk luar negeri yang berkunjung ke Indonesia, disebut juga *inbound tourist*.¹⁶

Peran komunikasi sangat penting bagi manusia dalam kehidupannya sehari-hari, sesuai dengan fungsi komunikasi yang bersifat: persuasive, edukatif, dan informative. Sebab tanpa komunikasi maka tidak adanya proses interaksi: saling tukar ilmu pengetahuan, pengalaman, pendidikan, persuasi, informasi dan lain sebagainya. Proses penyampaian informasi/pesan tersebut pada umumnya berlangsung dengan melalui suatu media komunikasi, khususnya bahasa percakapan yang mengandung makna yang dapat dimengerti atau dalam lambang yang sama.¹⁷

Begitupun yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata Desa Tungkal I dalam mempromosikan wisata mangrove di Pangkal Babu. Sebuah strategi komunikasi merupakan suatu rencana yang memiliki tujuan untuk dicapai.

¹⁴ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LKIS Yogyakarta, 2008), Hlm. 99

¹⁵ Sugiyono, *Op. Cit*, Hlm.273

¹⁶ Soedarso dkk, *Potensi dan Kendala Pengembangan Pariwisata Berbasis kekayaan Alam dengan Pendekatan Marketing Places*, Jurnal Sosial Humaniora, Volume 7, Nomor 2, November 2014, Hlm.141

¹⁷ Rosadi Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*, Edisi Revisi (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2014), Hlm. 82

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

Dalam langkah untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan untuk menyusun rencana yang sesuai dan terarah. Jika diaplikasikan dalam strategi komunikasi Kelompok Sadar Wisata dalam mempromosikan objek wisata Mangrove, maka tidaklah lain tujuan dari Kelompok Sadar Wisata tersebut ialah sukses mempromosikan objek wisata mangrove tersebut.

Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) sangat berpengaruh untuk menjalankan strategi komunikasi ketika sedang melakukan sebuah promosi tentang pariwisata di Desa Tungkal I khususnya pada wisata Mangrove yang terdapat di Pangkal Babu. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) ketika promosi tentang pariwisata Mangrove melalui perantara media, diantaranya:

1. Mengikuti Pameran

Media strategi seperti ini sering dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dalam mempromosikan ataupun mengenalkan wisata Mangrove yang ada di Desa Tungkal I ke wisatawan lokal maupun luar daerah. Media ini dirasa memiliki kemampuan untuk dapat mengenalkan potensi wisata Desa Tungkal I karena dalam suatu pameran pastinya banyak pengunjung yang ingin mencari informasi terkait dengan wisata yang ada, hal ini sangat membantu dan dapat di manfaatkan oleh Kelompok Sadar Wisata Desa Tungkal I untuk menginformasikan hal-hal yang menarik dari wisata yang terdapat dalam Desa Tungkal I. Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga yang merupakan sebuah dinas yang menaungi seluruh wisata yang terdapat di Tanjung Jabung Barat. Selalu mengajak kelompok sadar wisata (POKDARWIS) untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan pameran, guna untuk mengenalkan ataupun mempromosikan wisata mangrove.

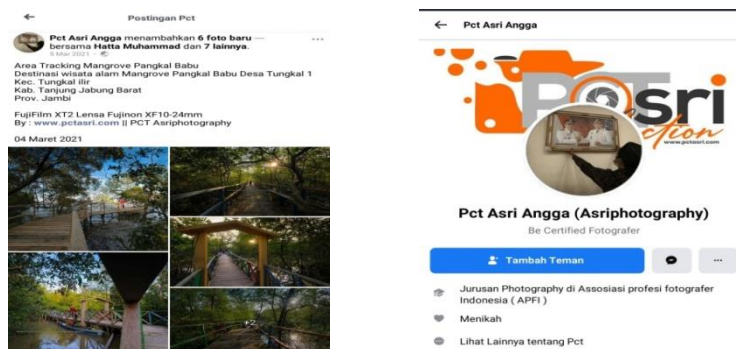
2. Facebook

Facebook merupakan Media sosial yang digunakan seluruh masyarakat dan mudah diakses, cara ini merupakan upaya dan dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata dengan generasi milenial saat ini, penggunaan dan peran daripada sosial media, media tentu saja sangat

STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA (POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT

memiliki pengaruh besar dalam bidang apapun. Salah satu media yang digunakan oleh Kelompok Sadar Wisata yaitu *Facebook*. Seluruh kegiatan selalu diabadikan melalui *Facebook*, baik itu berupa foto maupun video dengan harapan agar semua masyarakat tahu setiap acara yang diikuti oleh Kelompok Sadar Wisata Desa Tungkal I dan bisa menyimak secara langsung melalui media sosial mengenai kegiatan yang dilakukan oleh POKDARWIS termasuk juga ketika menulis *caption* di *Facebook* juga sangat diperhitungkan. Selain itu Kelompok Sadar Wisata melakukan kerjasama ataupun kolaborasi dengan *website* Pct Asri Angga, dan mempromosikan wisata mangrove yang ada di Pangkal Babu agar lebih dapat dikenal oleh wisatawan dan banyak pengunjung.

Gambar 4.1
Promosi melalui facebook



3. Youtube

Pada saat ini *youtube* bukan lagi media yang terdengar asing, tetapi *youtube* sudah menjadi media yang banyak digunakan mempromosikan, mengenalkan ataupun membuat video yang dapat disebar dan ditonton oleh orang lain. Media ini juga tak lepas dari Kelompok Sadar Wisata untuk mempromosikan wisata mangrove. Karena dianggap bahwa, kalau *youtube* bisa memaparkan video dengan kualitas yang baik dengan durasi yang sangat panjang. Sehingga setiap kegiatan yang berhubungan dengan wisata mangrove selalu disebar

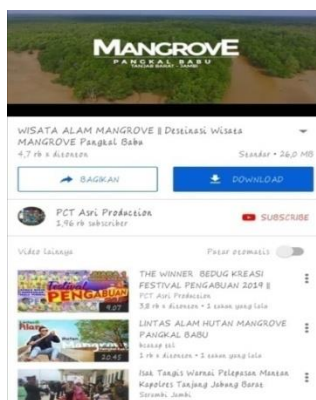
**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

melalui youtube, dengan tujuan agar wisata mangrove ini banyak dikenal oleh banyak orang. Baik dari dalam maupun luar daerah.

Dengan menggunakan media sosial dalam mempromosikan potensi wisata mangrove di Desa Tungkal I cukup ideal, karena promosi menggunakan media sosial tidak memerlukan banyak tenaga finansial maupun hal-hal lainnya, hanya cukup dengan mengunggah hal-hal yang berkaitan tentang informasi wisata Mangrove yang ada di Desa Tungkal I. Dengan strategi ini maka dapat dikenal secara luas oleh masyarakat mengenai wisata mangrove yang ada di Desa Tungkal I.

Gambar 4.2

Promosi di Youtube



4. Brosur

Brosur banyak diterbitkan oleh perusahaan. Brosur merupakan salah satu alat publikasi untuk mempromosikan barang atau jasa kepada masyarakat, yang terbuat dari kertas. Pada brosur terdapat sejumlah informasi dan penawaran mengenai suatu produk atau jasa.¹⁸ Brosur bertujuan mengenalkan destinasi wisata Mangrove agar lebih dekat kepada pengunjung. Brosur diedarkan pada saat akan diadakannya *exhibition* atau pameran pariwisata. Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) melakukan promosi wisata mangrove di Pangkal Babu

¹⁸Bachtiar Dwin Fanyuri dan Tri Istining Wardani, *Pembuatan Brosur Dan Brosur Elektronik Sebagai Pengembangan Media Promosi Dengan Menggunakan Corel Draw Pada Duta Abadi Trans Malang*, Jurnal Aplikasi Bisnis, Volume 4, Nomor 2, Desember 2018, Hlm. 363

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

dengan menggunakan brosur, ketika ada kegiatan maupun ketika bertemu dengan orang lain dengan cara membagikan brosur ketika ada acara.

Gambar 4.3

Brosur



5. Promosi Secara Langsung

Promosi secara langsung ataupun Pemasaran langsung yaitu upaya perusahaan atau organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan sasaran dengan maksud untuk menimbulkan tanggapan atau transaksi penjualan.¹⁹ Jadi, Pemasaran langsung merupakan komunikasi lisan atau tertulis dari orang ke orang atau komunikasi elektronik yang berkaitan dengan hasil atau pengalaman mengunjungi suatu destinasi wisata. Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) memanfaatkan pengalaman para pengunjung yang mengunjungi wisata mangrove untuk mempromosikan wisata mangrove kepada calon wisatawan. Dalam hal ini pengaruh perkataan seseorang lebih kuat dari pada informasi dari berbagai iklan.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.²⁰ Dalam memperkuat promosi langkah ini dapat dilakukan melalui promosi digital (*marketplace*), pengembangan paket wisata, perluasan paket promo

¹⁹Morissan, *Periklanan komunikasi Pemasaran Terpadu*, Cet, Ke 1 (Jakarta : Prenada Media Group, 2013), Hlm. 22

²⁰ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*.(Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004, Hlm. 32

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

wisata (*hot deals*) di sejumlah destinasi wisata terutama destinasi wisata alam yang masih belum dijamah oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.²¹

Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-senang.²² Pariwisata pada saat ini bisa dikatakan salah satu jenis industri baru mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya. Akan tetapi dalam kegiatan mempromosikan tempat wisata bukan suatu perkara yang mudah dan tentunya banyak terdapat faktor-faktor penghambat yang terjadi.

Oleh karena itu, kegiatan promosi memerlukan partisipasi banyak pihak untuk ikut agar tercapai suatu visi dan misi yang diinginkan untuk kemajuan terdapat wisata Mangrove. Dalam melakukan kegiatan tersebut, tentu ada berbagai dampak baik secara positif maupun negatif. Dalam hal ini, ada beberapa faktor penghambat diantaranya :

1. Infrastruktur jalan yang tidak memadai

Untuk menjangkau lokasi wisata mangrove hambatan pertama adalah akses jalan yang dilalui terlalu sempit sehingga sangat sulit dilewati kendaraan roda 4, tidak hanya itu ketika hujan turun akses jalan susah untuk dilewati, keadaan seperti ini tentu sangat mempengaruhi kedatangan pengunjung ke wisata mangrove tersebut.

Infrastruktur jalan sangat mempengaruhi dalam memajukan wisata. Karena akses jalan menjadi salah satu hal yang

²¹ Adenisa Aulia Rahma, *Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia*, Jurnal Nasional Pariwisata, Vol 12, No. 1, April 2020 Hlm. 6

²² Novalina Sagala dan Imelda Regina Pellokila, "*Strategi Pengembangan Ekowisata Hutan Mangrove Di Kawasan Pantai Oesapa*", Jurnal Tourism, Vol. 02 No. 01, Mei 2019, Hlm. 2

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

dipertimbangkan oleh pangunjung ketika ingin mengunjungi wisata tersebut. Hal ini yang kemudian menjadi suatu faktor penghambat kendala Kelompok Sadar Wisata dalam mempromosikan wisata mangrove.

2. Tidak memanfaatkan semua media

Dalam mempromosikan wisata mangrove ini Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) tidak memanfaatkan semua media karena dalam hal ini Kelompok Sadar Wisata masih menggunakan media *Online* dalam mempromosikan wisata. Penggunaan brosur saja tidak cukup efektif dalam melakukan promosi kepada masyarakat, selain media *youtube* dan *facebook*, media sosial lainnya seperti *Instagram*, *twitter* juga mesti menjadi sasaran alat promosi agar jangkauan promosi semakin luas dan tidak terbatas. Dalam menjangkau wisatawan luar dapat menggunakan *web* khusus wisata mangrove agar wisatawan luar dapat mengetahui keindahan bumi wisata mangrove secara komprehensif.

3. Minimnya jaringan Internet

Saat ini manusia dihadapkan pada era globalisasi yang merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi. Semakin derasnya arus globalisasi dan semakin pesatnya perkembangan jaringan informasi dan teknologi, tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat harus terjun ke dalam arus tersebut agar tidak dikatakan sebagai masyarakat yang buta akan informasi. Melalui internet diharapkan masyarakat dapat memanfaatkan pencarian maupun memberikan informasi kepada orang lain. Tetapi beda halnya di wisata mangrove Pangkal Babu tersebut, dimana lokasi tersebut jauh dari pusat kota yang menjadikan keterbatasan jaringan internet.

Minimnya jaringan internet ini pun menjadi salah satu penghambat dalam melakukan promosi tempat wisata, karena saat ini setiap wisatawan yang datang selalu mengabadikan momen

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

dilokasi secara *live streaming*, keberadaan jaringan internet dirasa dapat membantu untuk mempromosikan wisata mangrove dari *versional to personal*.

Empat komponen utama menurut model *Schmoll* yang diyakini mempengaruhi keputusan wisatawan adalah :²³

1) Faktor Pendorong

Yaitu kekuatan yang mendorong seseorang untuk bepergian (*willingness to travel*) : advertensi dan promosi, buku/booklet wisata, saran dan cerita dari wisatawan terdahulu, dan rekomendasi agen perjalanan.

2) Faktor Individu dan Sosial

Yaitu kondisi dan sifat-sifat yang melekat pada wisatawan itu sendiri : status sosial dan ekonomi, perilaku personal, pengaruh sosial, sikap, dan nilai lingkungan.

3) Variabel Eksternal

Yaitu gambaran tentang kondisi dan situasi perjalanan dan tempat tujuan wisata : keyakinan tentang keselamatan dan kemampuan operator wisata, citra mengenai daerah tujuan wisata dan pelayanannya, pengalaman perjalanan sebelumnya, keterjangkauan pada objek wisata, serta keterbatasan biaya dan waktu yang dimiliki.

4) Karakteristik Pelayanan di Tempat Tujuan

Yaitu kondisi, situasi, dan citra dari negara/daerah tujuan dan objek wisata : hubungan biaya dan manfaat yang diperoleh, atraksi dan objek yang ditawarkan, jangkauan perjalanan, kualitas dan kuantitas informasi perjalanan, dan paket-paket perjalanan yang ditawarkan.

²³Soedarso dkk, *Potensi dan Kendala Pengembangan Pariwisata Berbasis kekayaan Alam dengan Pendekatan Marketing Places*, Jurnal Sosial Humaniora, Volume 7, Nomor 2, November 2014, Hlm. 143

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

D. Kesimpulan

Strategi Komunikasi oleh Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dalam Mempromosikan Wisata Mangrove di Pangkal Babu Desa Tungkal I Kecamatan Tungkal Ilir Kabupaten Tanjung Jabung Barat dalam mempromosikan wisata mangrove Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) menggunakan menggunakan media cetak maupun media elektronik, yaitu : Mengikuti pameran, Facebook, Youtube, brosur dan Promosi secara langsung. Faktor Penghambat Strategi Komunikasi oleh Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) yaitu Infrastruktur jalan yang tidak memadai selain itu tidak memanfaatkan semua media sosial sebagai alat promosi digital. Dalam melakukan promosi itu juga terhambat dengan minimnya jaringan Internet dilokasi wisata.

**STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KELOMPOK SADARWISATA
(POKDARWIS) DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MANGROVE
DI PANGKAL BABU DESA TUNGKAL I KECAMATAN TUNGKAL ILIR
KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

Refrensi

- Adenisa Aulia Rahma, 2020. *Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia*, Jurnal Nasional Pariwisata, Vol 12, No. 1.
- Asep Sudarman, 2018. *Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 2, No. 1,
- Bachtiar Dwin Fansyuri dan Tri Istining Wardani, 2018. *Pembuatan Brosur Dan Brosur Elektronik Sebagai Pengembangan Media Promosi Dengan Menggunakan Corel Draw Pada Duta Abadi Trans Malang*, Jurnal Aplikasi Bisnis, Volume 4, Nomor 2.
- Deddy Prasetya Maha Rani, 2014. *Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur*, Jurnal Politik Muda, Vol 3, No 3.
- Djoko Wijono, 2014. *Tingkat Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Pantai Kuwaru Sanden Bantul Yogyakarta*, Jurnal Maksipreneur, Vol IV, No I.
- Joko Subagyo, 2011. *Metode Penelitian dalam teori & praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Morissan, 2013. *Periklanan komunikasi Pemasaran Terpadu*, Cet, Ke 1 Jakarta : Prenada Media Group.
- Novalina Sagala dan Imelda Regina Pellokila. 2019, “*Strategi Pengembangan Ekowisata Hutan Mangrove Di Kawasan Pantai Oesapa*”, Jurnal Tourism, Vol. 02 No. 01.
- Lexy J. Moleong, 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi. Revisi. Cet. Ke-27 (Bandung: PT Remaja Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya,.
- Lexy J. Moleong, 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi. Revisi. Cet. Ke-27 Bandung: PT Remaja Rosdakarya,
- Pawito, 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: LKIS Yogyakarta.
- Soedarso dkk, 2014. *Potensi dan Kendala Pengembangan Pariwisata Berbasis kekayaan Alam dengan Pendekatan Marketing Places*, Jurnal Sosial Humaniora, Volume 7, Nomor 2, November
- Soedarso dkk, 2014. *Potensi dan Kendala Pengembangan Pariwisata Berbasis kekayaan Alam dengan Pendekatan Marketing Places*, Jurnal Sosial Humaniora, Volume 7, Nomor 2, November.
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta CV,
- Risa Agusting, 2010. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Serba Jaya Rosdakarya.
- Rosadi Ruslan, 2014. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*, Edisi Revisi Jakarta : RajaGrafindo Persada.