

**MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATA ALAM DI
DESA BELITAR SEBERANG MELALUI STRATEGI
KOMUNIKASI PARIWISATA PADA ORGANISASI
POKDARWIS**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
untuk mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi



Oleh

ELLA YOUVITHA

07031281924115

**ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**“Meningkatkan Kunjungan Wisata Alam Di Desa Belitar Seberang
Melalui Strategi Komunikasi Pariwisata Pada Organisasi Pokdarwis”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh :

ELLA YOUVITHA

07031281924115

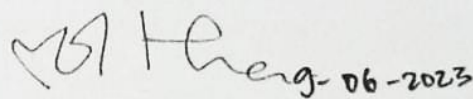
Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal

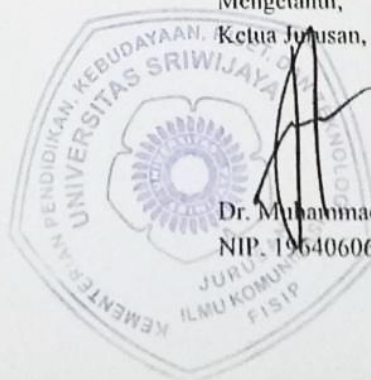
Miflha Pratiwi, M.I.Kom., AMIPR

NIP. 199205312019032018

 06-2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan,



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“Meningkatkan Kunjungan Wisata Alam di Desa Belitar Seberang melalui
Strategi Komunikasi Pariwisata pada Organisasi Pokdarwis”**

**Skripsi
Oleh**

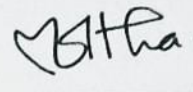
**Ella Youvitha
07031281924115**

**Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 27 Juni 2023**

Pembimbing :

1. Miftha Pratiwi, M.I.Kom., AMIPR
NIP. 199205312019032018

Tanda Tangan



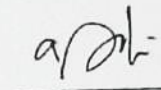
Penguji :

1. Ryan Adam, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198709072022031003

Tanda Tangan



2. Safitri Elfandari, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198806162022032005




Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

MOTTO

**USAHA TAK MENGHIANATI HASIL
SEMANGAT DAN TERUS BERPROSES**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ella Youvitha
NIM : 07031281924115
Tempat dan Tanggal Lahir : Belitar Muka, 10 November 2000
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Meningkatkan Kunjungan Wisata Alam di Desa Belitar Seberang melalui Strategi Komunikasi Pariwisata pada Organisasi Pokdarwis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Indralaya, 9 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Ella Youvitha

NIM. 07031281924115

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini. Penulisan proposal skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Adapun judul proposal skripsi yang penulis ajukan adalah Meningkatkan Kunjungan Wisata Alam di Desa Belitar Seberang Melalui Strategi Komunikasi Pariwisata Pada Organisasi Pokdarwis. Dalam penyusunan dari proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Pembimbing yang selalu memberikan arahan dan saran selama penulis menyusun skripsi.
5. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.SI selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan, masukan dan motivasi kepada penulis.
6. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi dan seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan strata satu.

7. Mba Elvira Humairah selaku admin jurusan ilmu komunikasi yang siap sedia selalu direpotkan dengan urusan perkuliahan dari awal masuk kuliah hingga sekarang.
8. Organisasi Pokdarwis yang telah bersedia membantu dan memberikan informasi terkait data yang diperlukan.
9. Informan yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam membantu peneliti pada tahap penelitian.
10. Terimakasih kepada ke dua orang tua, adik, kakak dan seluruh keluarga yang saya sayangi yang selalu memberikan semangat dan doa hingga terselesaikannya skripsi ini.
11. Terimakasih untuk sahabat kosan Blackpink teman seperjuangan dalam perkuliahan Dhea Ayu Cintami Khispana, Astrid Nikita Christy, dan Emilia Annisa yang selalu memberikan semangat dalam setiap hal yang saya lakukan.
12. Terimakasih untuk teman-teman Keluarga Bangsawan Ilmu Komunikasi B Indralaya 2019 yang selalu memberikan semangat untuk satu sama lain.

Skripsi ini sudah dibuat dengan sebaik-baiknya, Penulis sadar dalam penulisan masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, jika ada kritik atau saran apapun yang bersifat membangun bagi penulis, dengan senang hati akan penulis terima.

Inderalaya



Ella Youvitha

07031281924115

ABSTRAK

Air Terjun Tri Sakti merupakan air terjun tertinggi se-Provinsi Bengkulu yang terletak di Desa Belitar Seberang, Kecamatan Sindang Kelingi, Kabupaten Rejang Lebong. Wisata alam ini baru dipublikasikan dan masih dalam proses pengenalan untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung, dalam proses ini dibutuhkan strategi komunikasi pariwisata yang tepat dalam mencapai target wisatawannya. Kegiatan komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Organisasi Pokdarwis yaitu mengimplementasikan tahapan dari *Theory Destinasi Branding* (Bungin, 2017), penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Organisasi Pokdarwis. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah pengelola telah menerapkan *Theory Destinasi Branding* yang dapat dikatakan berhasil ditandai dengan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung di wisata alam Desa Belitar Seberang.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pariwisata, Wisata Alam, Desa Belitar Seberang

Pembimbing



Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom., AMIPR

NIP. 199205312019032018

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP.196406061992031001

ABSTRACT

Tri Sakti Waterfall is the highest waterfall in Bengkulu Province which is located in Belitar Seberang Village, Sindang Kelingi District, Rejang Lebong Regency. This nature tourism has just been published and is still in the process of being introduced to attract tourists to visit, in this process an appropriate tourism communication strategy is needed in achieving its tourist targets. The tourism communication activities carried out by the Pokdarwis Organization are implementing the stages of the Branding Destination Theory (Bungin, 2017), this study uses descriptive qualitative research methods to find out how the tourism communication strategy is carried out by the Pokdarwis Organization. Data collection techniques in this study are through in-depth interviews, observation, and documentation. The results of this study are that the manager has implemented the Destination Branding Theory which can be said to be successful as marked by increasing the number of tourists visiting the natural tourism village of Belitar Seberang.

Keywords: Tourism Communication Strategy, Nature Tourism, Belitar Seberang Village

Pembimbing



Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom., AMIPR

NIP. 199205312019032018

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP.196406061992031001

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	13
1.4.1. Manfaat Praktis	13
1.4.2. Manfaat Teoritis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. Strategi Komunikasi.....	14
2.1.2. Pariwisata.....	16

2.1.3. Objek dan Daya Tarik Wisata.....	17
2.1.4. Wisata Alam.....	19
2.1.5. Komunikasi Pariwisata	19
2.1.6. Pihak yang terlibat dalam komunikasi pariwisata.....	22
2.2. Kerangka Teoritis.....	23
2.2.1. Teori <i>Destination Branding</i>	23
2.3. Kerangka Pemikiran dan Alur Pemikiran	25
2.4. Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Desain Penelitian.....	31
3.2. Definisi Konsep.....	31
3.3. Fokus Penelitian	34
3.4. Jenis dan Sumber Data	34
3.4.1. Jenis Data	34
3.4.2. Sumber Data.....	35
3.5. Informan Penelitian.....	35
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7. Teknik Keabsahan Data	37
3.8. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	39
4.1. Sejarah Wisata Alam Desa Belitar Seberang	39
4.2. Profil Wisata Alam Desa Belitar Seberang.....	43
4.3. Visi dan Misi	43

4.4. Struktur Organisasi	44
4.5. Profil Informan.....	44
4.6. Strategi Komunikasi Pariwisata Pokdarwis dalam Menarik Wisatawan Untuk Berkunjung.....	45
BAB V HASIL DAN ANALISIS.....	47
5.1. <i>Market Investigation, Analysis, and Strategic Recommendation</i>	47
5.1.1. Investigasi Pasar	48
5.1.2. Menganalisis Peluang Pasar	53
5.1.3. Menciptakan Produk yang dirdiekomendasikan	59
5.2. <i>Brand Identity Development</i>	68
5.2.1. Nama	69
5.2.2. Logo.....	70
5.2.3. <i>Tagline</i>	72
5.3. <i>Brand Launch and Introduction : Communicating the vission</i>	75
5.4. <i>Brand Implementation</i>	85
5.5. <i>Brand Implementation ; Monitorinh, Evaluation, and Review</i>	97
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
6.1. Kesimpulan.....	104
6.2. Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan	3
Tabel 2.1 Alur Pemikiran	26
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Fokus Penelitian	34
Tabel 4.1 Objek Wisata.....	40
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Pokdarwis.....	44
Tabel 4.2 Profil Informan.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penghargaan ajang lomba @Anugrahdesawisataindonesia	5
Gambar 1.2 RBTV mempromosikan Air Terjun Tri Sakti	6
Gambar 1.3 Keindahan alam Desa Belitar Seberang	7
Gambar 1.4 Aksi pembegalan	8
Gambar 1.5 Foto bersama Kepala SPN Bengkulu	10
Gambar 1.6 Sandiaga Uno berkunjung ke wisata alam	12
Gambar 1.7 Air Terjun Tri Sakti Wisata andalan Bengkulu.....	12
Gambar 4.1 Peta Wilayah	39
Gambar 4.2 Air Terjun Tri Sakti.....	41
Gambar 5.1 Wisata di Desa Belitar Seberang	63
Gambar 5.2 Logo	71
Gambar 5.3 Saluran Media	77
Gambar 5.4 Promosi melalui Facebook	79
Gambar 5.5 Respon Wisatawan	82
Gambar 5.6 Bubuk Kopi asli desa	86

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan suatu bentuk pengembangan yang dilakukan pemerintah baik di kota maupun di desa dengan tujuan untuk menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang baik. Sektor pariwisata tidak ada habisnya dalam mengenalkan destinasi wisata baru dan di Indonesia hampir setiap jangkauan wilayah selalu mempunyai keunggulan dalam bidang wisata alam dengan keunikan dan keindahan alam yang berbeda dan selalu menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang berbasis jasa yang mempunyai banyak potensi dan dapat memberikan banyak manfaat seperti membantu perekonomian warga, menciptakan lapangan pekerjaan dan juga ikut menyumbang pendapatan negara. Sektor pariwisata berdampak juga terhadap sektor-sektor ekonomi lainnya (Andrianti¹, 2019).

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak keindahan alam dan keanekaragaman suku, adat-istiadaat dan kebudayaan serta karena letak geografis negara Indonesia sebagai negara tropis yang menghasilkan keindahan alam dan satwa. Hal itu menjadi daya tarik sendiri bagi Indonesia untuk memikat wisatawan lokal maupun mancanegara. Indonesia memiliki wilayah yang luas serta didukung dengan sumber daya alam yang beraneka ragam yang berpotensi untuk diolah dan dikembangkan.

Undang-Undang No.6 Tahun 2014 tentang Desa telah menerbitkan bagi masyarakat perdesaan yang berisi setiap Desa di Indonesia harus memiliki BUMD (Badan Usaha Milik Desa) yang dapat menjalankan usaha-usaha yang bersifat produktif. Sehingga, dengan adanya dana bantuan dari pemerintah setempat dapat membantu membangun fasilitas yang diperlukan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan serta membantu meningkatkan perekonomian warganya (Maghfirah, 2021). Setiap Desa mempunyai potensi untuk dijadikan komoditas wisata unggulan dengan memanfaatkan potensi wisata yang ada untuk dijadikan sebuah destinasi wisata alam yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung (Andrianti1, 2019).

Sektor pariwisata menjadi andalan untuk beberapa daerah dan menjadikan sektor tersebut menjadi pendapatan daerahnya. Contohnya Desa Belitar Sebrang, Kecamatan Sindang Kelingi, Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu. Desa Belitar Sebrang merupakan salah satu desa yang sedang gencar-gencarnya mempublikasikan mengenai keindahan alam dan budaya yang dimiliki. Upaya tersebut dilakukan oleh warga desa karena mereka berpikir Desa Belitar Sebrang mempunyai potensi wisata sehingga warga mulai menggerakkan masyarakat lainnya untuk ikut berpartisipasi dalam membangun wisata ini yang bertujuan agar keindahan alam yang dimiliki Desa Belitar Sebrang dapat menjadi sektor pariwisata yang menjanjikan dan dapat membantu meningkatkan perekonomian warga setempat. Potensi wisata yang dimiliki adalah pemandangan alam yang indah seperti pemandian air panas dan Air Terjun Tri Sakti yang menjadi objek wisata utamanya. Selain wisata yang belum ter-*publish* kurangnya kunjungan wisatawan dikarenakan wisata tersebut

belum dikelola dengan baik sehingga tidak ada ketertarikan orang-orang untuk berkunjung dan juga daerah ini terkenal rawan akan aksi pembegalan sehingga banyak masyarakat luar yang tidak berani untuk berkunjung.

Pada tahun 2021 masyarakat membentuk sebuah organisasi yang bernama Pokdarwis yaitu singkatan dari “Kelompok Sadar Wisata” terbentuknya organisasi ini bertujuan untuk memfokuskan dan mengembangkan sektor wisata melalui keindahan alam, budaya dan kearifan lokal. Pokdarwis bertanggung jawab untuk memajukan wisata alam yang ada di Desa Belitar Seberang agar menjadi wisata alam yang dikenal oleh masyarakat luas.

Rekapitulasi data kunjungan wisatawan yang datang pada tahun 2019 sampai tahun 2022 sebelum dan sesudah dibentuknya Organisasi Pokdaris mencapai kurang lebih 8.000 pengunjung.

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan

Tahun	Mancanegara	Lokal
2019	25 Wisatawan	980 Wisatawan
2020	Tidak ada wisatawan	785 Wisatawan
2021	Tidak ada wisatawan	3.750 Wisatawan
2022	Tidak ada wisatawan	4.800 Wisatawan

Sumber:Data kunjungan wisatawan Pokdarwis

Tingginya kunjungan wisatawan hanya pada saat Air Terjun Tri Sakti mulai dikenal masyarakat akan tetapi tidak berlangsung lama dikarenakan wisata yang ada belum dikelola dengan baik. Upaya yang dilakukan Pokdarwis untuk mengembangkan potensi wisata dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan adalah melalui strategi komunikasi dalam mempromosikan objek

wisata dengan melakukan aktivitas komunikasi pariwisata dengan mempromosikannya melalui media sosial (S. S. A. ken Tungala, 2019). Salah satu media sosial yang sering digunakan adalah *Facebook* dan *Instagram*, Pokdarwis aktif menggunakan *Facebook* dan *Instagram* sebagai wadah untuk mengenalkan wisata alam yang ada di Desa Belitar Seberang. Adapun alasan pemilihan media sosial *Facebook* dan *Instagram* dikarenakan kedua aplikasi ini merupakan media yang populer dan mudah digunakan.

Sehubungan dengan itu semua peran komunikasi sangat penting dalam bidang pariwisata baik pada aspek komponen maupun elemen-elemen pariwisata. Pentingnya komunikasi dalam publikasi pariwisata dilihat dari proses penyampaian pesan karena komunikator harus bijak dalam mempromosikan wisata agar dapat menarik perhatian wisatawan (Ardhila Gita, 2015).

Strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan Pokdarwis dapat membuat perubahan besar pada wisata yang sedang dikelola. Tak hanya wisata alamnya saja yang dapat menjadi daya tarik wisatawan akan tetapi makanan dan minuman tradisional yang mereka jual untuk wisatawan dapat dijadikan sebagai ciri khas yang desa ini miliki, oleh karena itu dibutuhkan pengembangan pariwisata dengan menonjolkan budaya dan kearifan lokal agar dapat dilirik dan memikat wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung (Prastowo, 2016). Strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan Pokdarwis berjalan dengan baik dan terbukti dari penghargaan yang diterima.

Gambar 1.1

Penghargaan ajang lomba @anugrahdesawisataindonesia



Sumber: Instagram resmi Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI

@kemenparekraf.ri

Pokdarwis memahami betul bagaimana peran mereka sebagai organisasi internal untuk memberikan perubahan besar pada wisata yang sedang dikelolanya, oleh sebab itu mereka terus melakukan aktivitas komunikasi pariwisata melalui media sosial *Facebook* dan *Instagram* dengan meng-*upload* kegiatan yang dilakukan wisatawan ketika datang berkunjung ke destinasi wisata dengan begitu dapat menarik perhatian wisatawan lain untuk berkunjung.

Pencapaian yang didapat tak lepas dari peran anggota yang terus bekerja sama dan terus mengoptimalkan partisipasi dari masyarakat dengan melakukan pembinaan dan peningkatan kualitas, baik melalui penyuluhan maupun pelatihan terhadap masyarakatnya (Yasir, 2021).

Dari prestasi yang didapat membuat wisata alam yang ada di Desa Belitar Seberang semakin dikenal masyarakat luas. Banyak wisatawan yang tertarik untuk berkunjung untuk menikmati wisata alam dan berbagai fasilitas pariwisata yang ada di desa tersebut. Perlahan-lahan Pokdarwis mulai menerima berbagai bantuan dan berkolaborasi salah satunya dari Bapak Pihan Pino dari GM RBTB (Rakyat Bengkulu Televisi).

Gambar 1.2

RBTB mempromosikan Air Terjun Tri Sakti



Sumber: Instagram resmi @rbtvcamkoha

Perlunya kemampuan komunikasi melalui promosi-promosi dan mengikuti sosialisasi di setiap *event* dengan segala karakteristik aktivitas pariwisata serta pengelolaan yang baik dan inovatif yang di dalamnya terdapat strategi-strategi pemasaran yang tepat maka akan berdampak pada meningkatnya angka kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Dengan begitu wisata

alam yang ada di Desa Belitar Seberang akan terus menjadi wisata unggulan, berkelanjutan, serta kompetitif dan berdaya saing.

Dari paparan yang sudah dijelaskan di atas terdapat tiga alasan mengapa peneliti tertarik untuk membahas fenomena yang diangkat, yaitu sebagai berikut:

1. Pesona Keindahan Alam di Desa Belitar Seberang

Gambar 1.3



Sumber: Facebook akun pribadi @DesaWisataBelitarSeberang

Desa Belitar Seberang merupakan desa yang terletak di Kecamatan Sindang Kelingi, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Dengan luas wilayah sekitar 625 hektare, kondisi topografi wilayah 400-600 MDPL, berupa bukit dan lembah menjadikan Desa Belitar Seberang memiliki iklim sejuk. Berbagai tanaman dan perkebunan dapat ditemui di Desa Belitar Seberang dan daerah ini didominasi dengan tanaman aren yang hampir dapat ditemui di setiap sudut wilayah desa.

Selain beragam potensi wisata alam, makanan dan minuman tradisional, budaya, dan tradisi. Daerah ini juga memiliki perkebunan kopi robusta yang dapat ditemui di hamparan perbukitan Desa Belitar Seberang. Wisata alam yang

menjadi daya tarik unggulan di tempat ini adalah air terjun dengan suhu yang berbeda yaitu Air Terjun Tri Sakti dan Air Terjun Puspa Dewi di mana kedua suhu ini mengalir bersama dan menyatu di satu titik dan menurut Kemenparekraf fenomena ini merupakan satu-satunya yang ada di Indonesia.

Pokdarwis mulai memberdayakan serta memanfaatkan keindahan alam, budaya dan kearifan lokal untuk dijadikan sebagai sektor pariwisata. Pokdarwis mengajak masyarakatnya untuk ikut berkontribusi untuk membangun fasilitas-fasilitas pariwisata yang menunjang keindahan alam yang ada di desa tersebut, aksi kerjasama dan gotong royong yang dilakukan masyarakat merupakan suatu bentuk sadar akan potensi wisata yang ada di Desa Belitar Seberang.

2. Strategi Pokdarwis untuk menarik wisatawan dengan daerah yang dikenal rawan aksi pembegalan

Gambar 1.4

Aksi pembegalan

**Aksi Koboy Begal Jalan
Lintas Curup Lubuk Linggau
Kembali Beraksi**

Admin Barometer99
Oktober 4, 2021



Sumber: Berita pembegalan daerah sekitar Desa Belitar Seberang

pada artikel *barometer99.com*

Daerah Rejang Lebong khususnya daerah sekitar Desa Belitar Seberang merupakan daerah yang rawan dengan aksi pembegalan sehingga banyak orang yang tidak berani untuk melewati daerah ini. Akan tetapi, daerah ini juga

memiliki banyak keindahan alam seperti pergunungan, air terjun serta memiliki banyak tempat indah untuk mengabadikan momen seperti foto dengan *background* pemandangan perdesaan dan perpohonan dari atas puncak.

Terkenal dengan daerah yang rawan menjadi salah satu alasan mengapa wisatawan tidak berani untuk berkunjung kewisata yang ada di Desa Belitar Seberang. Mereka belum berani melewati daerah ini dikarenakan banyak aksi begal yang sering terjadi sehingga memilih untuk tidak pergi mengunjungi wisata alam yang sedang dikenalkan kepada publik ini.

Hal itu menjadi tantangan tersendiri untuk Pokdarwis dalam mengenalkan serta mensosialisasikan wisata alam tersebut. Adapun cara yang dilakukan Pokdarwis adalah dengan bekerja sama dengan pihak Kepala SPN Polda Bengkulu Kombespol untuk membantu mengamankan daerah agar wisatawan berani untuk berkunjung kedaerahnya. Pihak kepolisian daerah juga telah membuat spanduk untuk masyarakat yang tidak berani melewati daerah Rejang Lebong khususnya daerah jalan lintas Curup-Lubuk Linggau dapat menghubungi nomor kepolisian yang tertera pada spanduk itu.

Strategi yang dilakukan Pokdarwis dengan bekerjasama dengan pihak kepolisian serta Dinas Pariwisata Kabupaten dan Provinsi yang mendukung penuh program pengembangan wisata alam yang ada di Desa Belitar Seberang dan terus mendampingi dalam mempercepat akselerasi perkembangan Desa Belitar Seberang, adapun dukungan yang diberikan seperti:

1. Air Terjun Tri Sakti sudah diakui sebagai objek wisata andalan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Rejang Lebong

2. Dinas Pariwisata menargetkan Desa Belitar Seberang masuk 50 besar Desa Wisata
3. Dinas Pariwisata Rejang Lebong melakukan kegiatan bidang kepariwisataan dengan skala besar yang dilaksanakan di Desa Belitar Seberang guna meningkatkan kunjungan wisatawan.

Pokdarwis membuktikan bahwa dengan adanya usaha yang dilakukan dengan konsisten dapat merubah citra negatif yang daerah ini miliki terbukti dengan terus adanya wisatawan yang berkunjung serta bantuan-bantuan dan prestasi yang didapat menjadikan desa ini dikenal dengan daerah yang memiliki keindahan alam yang menakjubkan.

Gambar 1.5

Foto bersama Kepala SPN Bengkulu



Sumber: Instagram pribadi Manajer Unit Usaha Pariwisata /

@hendri_hendika

3. Desa Belitar Seberang menjadi Desa Wisata andalan di Bengkulu

Prestasi yang didapatkan Desa Belitar Seberang menjadikan desa ini semakin dikenal oleh masyarakat luas Pokdarwis mampu mengelola dan mengembangkan wisata dengan sangat baik, oleh sebab itu Desa Belitar Seberang telah dikukuhkan menjadi Desa Wisata pada tanggal 13 September 2019 berdasarkan keputusan Bupati Rejang Lebong Nomor 180.579.IX Tahun 2019 tentang Penetapan Desa Wisata di Kabupaten Rejang Lebong.

Desa Wisata Belitar Seberang memiliki dua objek wisata yang merupakan bagian dari Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Bengkulu Tahun 2019-2024 adapun objek wisata tersebut adalah Air Terjun Tri Sakti dan Air Terjun Pemandian Dewa. Pokdarwis terus memberikan kemajuan-kemajuan dalam pemberdayaan wisata alam yang dikelolanya ini hingga pada tanggal 2 Agustus 2022 Desa Belitar Seberang menjadi salah satu kawasan yang dikunjungi Bapak Sandiaga Uno yang merupakan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Kunjungan Bapak Sandiaga Uno ke Desa Belitar Seberang dalam rangka Visitasi Desa Wisata yang masuk 50 besar lomba Anugrah Desa Wisata-ADWI 2022. Dari kunjungan yang dilakukan oleh Bapak Sandiaga Uno membawa dampak yang sangat besar terhadap kunjungan wisata alam yang ada di Desa Belitar Seberang.

Impact dari kunjungan Kemenparekraf membuat wisata alam yang ada di Desa Belitar Seberang menjadi wisata andalan di Bengkulu hal ini terbukti dari banyaknya jumlah pengunjung yang mencapai 15.000 wisatawan yang datang

ketika Bapak Sandiaga Uno berkunjung yang dilansir dari video instagram @sandiuno.

Gambar 1.6

Sandiaga Uno berkunjung ke wisata alam



Sumber: Instagram pribadi Kememparekraf @sandiuno

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana organisasi Pokdarwis menerapkan strategi komunikasi pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan?

1.3.Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pariwisata pada Organisasi Pokdarwis.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tolak ukur dengan menerapkan strategi komunikasi pariwisata pemasaran terpadu dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dengan menggunakan strategi komunikasi pariwisata. Bentuk strategi yang dilakukan dapat

menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi pemasarannya yang dapat menjangkau khalayak secara luas dan cepat.

1.4.2. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang pengetahuan khususnya komunikasi serta dapat dijadikan bahan bacaan dan referensi untuk pembaca terkait dengan judul yang diangkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianti1, N. L. T. (2019). *Pengembangan Desa Wisata Melalui Penguatan Strategi Komunikasi Pariwisata*.
- Ardhila Gita, A. (2015). *Analisis Komunikasi Dalam Mempublikasi Obyek Wisata Pantai Lawena Di Kota Ambon (Study Pada Humas Dinas Pariwisata Kota Ambon)*. 4.
- Ardiansyah, I. (2022). *Analisis Potensi Ekowisata Di Taman Wisata Alam Gunung Pancar Dengan Menggunakan Metode Analisis Ado-Odtwa*. 2(8).
- Arifin, A. (2016). *Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*. Pt Rajagrafindo Persada.
- Bungin, B. (2017). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication) Pemasaran Dan Brand Destinasi* (I. Fahmi & Suwito, Eds.). Kencana.
- Darmawan, L. (2019). Komunikasi Inovasi Dalam Pemanfaatan Lahan Pekarangan Komunitas Petani Untuk Mewujudkan Kemandirian Pangan Di Era Digital. *Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 55–68.
- Doembana, I. (2017). *Manajemen Dan Strategi Komunikasi Pemasaran* (I. Aziz & Sufi, Eds.). Zahir Publishing.
- Effendy, U. O. (2017). *Dimensi-Dimensi Komunikasi* .
- Haryono, G. C. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi* (E. D. Restiani, Ed.). Cv Jejak.

- Hikmawati, F. (2018). *Metodologi Penelitian* (Octiviena, Ed.). Pt Rajagrafindo Persada.
- Littlejohn, S. W. K. A. F. (2017). *Theories Of Human Communication* . Waveland Press, Inc.
- Maghfirah, S. S. (2021). *Analisis Strategi Komunikasi Dalam Pemasaran Wisata Kampung Budaya Sindangbarang*. 5, 828.
- 'Miles, B. M. 'Huberman, A. M. 'Saldana. J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. Sage Publications, Inc.
- Moloeng. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pt. Remaja Rosdakarya Offset.
- Nugroho, R. (2021a). *Membangun Desa Wisata Bagian 2: Strategi Desa Wisata* (Suprpto, Ed.). Pt Elex Media Komputindo.
- Nugroho, R. (2021b). *Membangun Desa Wisata Bagian 3: Pengelolaan Desa Wisata* (Suprpto, Ed.). Pt Elex Media Komputindo.
- Oktavianti, S. I. (2017). *Komunikasi Pariwisata E-Tourism Studi Kasus Kualitatif Pada Lombok Network Holidays Tours And Travel*. 4(1).
- Prastowo, A. A. B. R. H. (2016). *Pengembangan Pola Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Development Of Tourism Communication-Based On Local Wisdom Patterns*. 7.
- Putranto, B. A. (2019). *Pengembangan Obyek Wisata Air Sendang Bulus Sebagai Daya Tarik Wisata Kabupaten Ponorogo Jawa Timur*.

- Simanjutak, A. B. (2017). *Sejarah Pariwisata Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia* (Anung H, Ed.). Yayasan Pustaka Obor Indonesia .
- Suwena, K. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan.
- Tingginehe, M. A. (2019). *Perencanaan Pariwisata Hijau Di Distrik Roon Kabupaten Teluk Wondama, Papua Barat*. 6(2).
- Tunggala, S. (2019). *Strategi Komunikasi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai*. 11(1).
- Tunggala, S. S. A. Ken. (2019). *Strategi Komunikasi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai*. 11, 197–212.
- Vladimir, V. (2016). *Marketing Communication In Torism - Trends And Reality*. 2.
- 'Wisnawa, B. M. 'Prayogi, A. P. 'Sutapa, K. (2021). *Manajemen Pemasaran Pariwisata Pengembangan Potensi Produk Wisata Perdesaan* (H. Ramadhani, Ed.). Grup Penerbit Cv Budi Utama.
- Wiyati, N. (2021). *Desa Sebagai Destinasi Wisata* (D. Wijayanti, Bayu, & Ardhi, Eds.). Desa Pustaka Indonesia.
- Yasir. (2021). *Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar*. 9(1), 108–120.