



STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARAWISATA PROVINSI SULAWESI BARAT DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN DAN POTENSI DI EKO WISATA BERKAH PANTAI TAPANDULLU KECAMATAN SIMBORO KABUPATEN MAMUJU

¹Ma'ruf ² Syamsuriadi ³ Andriani

Program Studi Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Tomakaka Mamuju

Jl.ir. Djuanda no. 77 kelurahan Mamunyu, Kecamatan

Mamuju Kabupaten Mamuju

Abstract

This study aims to examine the communication strategies implemented by the West Sulawesi Provincial Tourism Office in increasing tourist visits and enhancing the potential of the Berkah Tapandullu Beach Ecotourism, Simboro District, Mamuju Regency, as well as to identify efforts undertaken in developing the destination. The research employed a descriptive qualitative approach, with data collected through interviews, observations, and documentation. The research informants consisted of tourism office staff, ecotourism managers, and tourism-related business actors.

The results indicate that the West Sulawesi Provincial Tourism Office applies various communication strategies, including the use of social media, collaboration with mass media, the organization of tourism events, and the empowerment of local communities. In addition, the Tourism Office also focuses on infrastructure development, human resource capacity building, and tourism product innovation to enhance the attractiveness of the destination. However, several challenges were identified, such as limited budget allocation and low community participation. Despite these obstacles, effective communication strategies and multi-stakeholder collaboration have contributed to a significant increase in tourist visits to Tapandullu Beach. This study recommends optimizing digital promotion, strengthening stakeholder cooperation, and implementing sustainable tourism concepts for future ecotourism development.

Keywords: *communication strategy; tourism office; ecotourism; Tapandullu Beach; tourist visits*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Barat dalam meningkatkan potensi dan kunjungan wisatawan di Ekowisata Berkah Pantai Tapandullu, Kecamatan Simboro, Kabupaten Mamuju, serta mengidentifikasi upaya yang dilakukan dalam pengembangan destinasi tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas pegawai Dinas Pariwisata, pengelola ekowisata, dan pelaku usaha pariwisata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan meliputi pemanfaatan media sosial, kerja sama dengan media massa, penyelenggaraan event pariwisata, serta pemberdayaan masyarakat lokal. Selain itu, Dinas Pariwisata juga melakukan pengembangan infrastruktur, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan inovasi produk wisata. Kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan anggaran dan rendahnya partisipasi masyarakat. Namun, melalui strategi komunikasi yang efektif dan kolaborasi dengan berbagai pihak, kunjungan wisatawan ke Pantai Tapandullu mengalami peningkatan. Penelitian ini merekomendasikan optimalisasi promosi digital dan penerapan konsep pariwisata berkelanjutan dalam pengembangan ekowisata.

Kata kunci: strategi komunikasi; dinas pariwisata; ekowisata; Pantai Tapandullu; kunjungan wisatawan

Pendahuluan

Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki peran penting dalam pembangunan nasional dan daerah karena mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki kekayaan alam dan budaya yang sangat potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata.

Provinsi Sulawesi Barat memiliki berbagai objek wisata alam yang menarik, salah satunya adalah Ekowisata Berkah Pantai Tapandullu di Kecamatan Simboro, Kabupaten Mamuju. Pantai ini memiliki panorama alam yang indah, lingkungan yang masih alami, serta potensi wisata bahari yang menjanjikan. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dikenal luas oleh masyarakat, sehingga jumlah kunjungan wisatawan masih perlu ditingkatkan.

Dalam konteks ini, peran Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Barat sangat penting, khususnya dalam merancang dan menerapkan strategi komunikasi yang efektif untuk mempromosikan destinasi wisata. Strategi komunikasi yang tepat diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat, menarik minat wisatawan, serta mendorong partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan ekowisata.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Barat dalam meningkatkan kunjungan dan potensi Ekowisata Berkah Pantai Tapandullu
2. Upaya apa saja yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam mengembangkan potensi dan meningkatkan kunjungan wisatawan?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Barat. Mengidentifikasi upaya pengembangan potensi dan peningkatan kunjungan wisatawan di Ekowisata Berkah Pantai Tapandullu.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis: Memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian strategi komunikasi dalam sektor pariwisata.
2. Manfaat Praktis: Menjadi bahan masukan bagi Dinas Pariwisata dan pihak terkait dalam merumuskan kebijakan pengembangan ekowisata.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Komunikasi

Pengertian komunikasi dapat dilihat dari bahasa dan istilah. Secara bahasa, kata komunikasi berasal dari bahasa latin "*communicare*" yang artinya menyampaikan". Menurut asal katanya tersebut, arti komunikasi adalah suatu proses penyampaian makna dari satu individu atau kelompok ke kelompok lainnya melalui penggunaan tanda, symbol, dan aturan yang ditemui bersama.

Pengertian Strategi

Dirgantoro (2001: 5), menjelaskan, "sebenarnya, kata strategi berasal dari bahasa Yunani yang berarti kepemimpinan dalam ketentaraan. Zauhar (1996:77), mengemukakan: "Pada awalnya, konsep strategi digunakan dalam kalangan militer, yang diartikan sebagai seni memenangkan peperangan melawan musuh dengan pemanfaatan kekuatan yang dimiliki secara maksimal." Tjiptono (1997 3), mengartikan

Strategi Komunikasi

Marthin Anderson mendefinisikan "Strategi adalah dimana melibatkan kemampuan intelegensi pemikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien". Dalam proses perencanaan strategi komunikasi yang terstruktur. Menurut Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul Perencanaan Dan Strategi Komunikasi ada tiga tahapan strategi komunikasi yakni:

1. Perumusan strategi komunikasi merupakan proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang dimaksud untuk menentukan tujuan strategi komunikasi, serta merancang strategi
2. komunikasi untuk mencapai tujuan tersebut demikian, dalam tahap perumusan strategi komunikasi dipurlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan media, sasaran, dan efek yang diharapkan.
3. Implementasi strategi komunikasi atau pelaksanaan adalah tindakan yang diambil dalam rangka pelaksanaan rumusan strategi komunikasi yang telah dibuat. Tahap pelaksanaan dalam sebuah lembaga berarti pengorganisasian seluruh devisi-devisi di perusahaan
4. Evaluasi strategi komunikasi diperlukan untuk memperoleh informasi tentang apakah strategi-strategi yang telah dirumuskan sudah berjalan dengan baik atau belum.

Fungsi Strategi Komunikasi

Fungsi strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang di susun dapat diimplementasikan secara efektif. Ada enam fungsi yang harus di lakukan secara simulan, yaitu:

1. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang di capai kepada orang lain.
2. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
3. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang di dapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
4. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang di gunakan sekarang.
5. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru di hadapi sepanjang waktu (Wulandari, 2024)

Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan maknaantara komunikan

Dengan komunikatornya.lain (Icuk Budiarto, 2021). Ada beberapa proses komunikasi yaitu:

1. Proses Komunikasi Tatap Muka Dinamakan komunikasi tatap muka karena ketika komunikasi terjadi secara langsung, komunikator dan komunikan saling berhadapan dan saling lihat. Dalam kondisi komunikasi seperti ini komunikator dapat melihat diri si komunikan. Komunikasi tatap muka ini sering kali disebut komunikasi secara langsung.
2. Proses Komunikasi Bermedia Komunikasi merupakan komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk menyampaikan pesan kepada komunikan yang jauh jaraknya atau banyak jumlahnya. Komunikasi ini bias

juga disebut komunikasi tidak langsung dan ebagai konsekuensinya arus balik tidak ada pada saat komunikasi dilancarkan

Korelasi Antar komponen dalam Strategi Komunikasi

Komunikasi merupakan proses yang rumit. Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Kita mulai secara berturut-turut dari komunikasi sebagai sarana komunikasi, media, pesan, dan komunikator.

1. Mengenal Sasaran Komunikasi Sebelum komunikasi itu berlangsung, kita perlu mengetahui siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita itu. Sudah tentu ini
2. bergantung pada tujuan komunikasi, apakah komunikan hanya sekedar mengetahui atau agar komunikan akan melakukan tindakan tertentu.
3. Pemilihan Media Komunikasi Media komunikasi banyak sekali jumlahnya, mulai dari yang tradisional sampai yang modern yang dewasa ini banyak dipergunakan. Jadi untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan di capai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan digunakan.
4. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik intruksi. Jadi apapun strateginya, pertama-tama komunikasi harus mengerti pesan komunikasi itu.
5. Peranan Komunikator dalam Komunikasi Ada beberapa faktor yang penting dalam diri komunikator bila iya melancarkan komunikasi, yaitu:
 - a. Daya Tarik Sumber Seorang komuniator akan berhasil dalam berkomunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan prilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa komunikator ikut serta dengannya.
 - b. Kredibilitas Sumber Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil adalah kepercayaan komunikan kepada komunikator.

Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki oleh seorang komunikator (Zulfadli, 2021)

Parawisata

Pengertian Parawisata

Pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta, yang terdiri dari "Pantai" dan "Wisata". Pari yang berarti banyak atau berkeliling, sedangkan Wisata adalah pergi atau bepergian.

Pariwisata dapat diartikan perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali atau berputar-putar dengan mengunjungi satu tempat ke tempat lain (Putu Eka Wirawan, 2021)

Pengembangan Parawisata

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, daerah tujuan wisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang spesifik berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait.

Menurut Cooper menjelaskan bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata terdiri dari komponen-komponen utama sebagai berikut:

1. Obyek daya tarik wisata (*Attraction*) yang mencakup keunikan dan daya tarik berbasis alam, budaya, maupun buatan/artificial
2. Aksesibilitas (*Accessibility*) yang mencakup kemudahan sarana dan sistem transportasi.
3. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata.
4. Fasilitas umum (*Ancillary Service*) yang mendukung kegiatan pariwisata.

5. Kelembagaan (*Institutions*) yang memiliki kewenangan, tanggung jawab dan peran dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata (Zulfadli, 2021) Pengembangan parawisata dilakukan melalui pendekatan sistem yang utuh, terpadu dan partisipatoris
6. Dengan menggunakan kriteria ekonomi, teknis, sosial budaya, hemat energy, pelestarian alam dan lingkungan (Usman Taufik, 2021)

Komponen Prawisata

Pariwisata terdiri dari tujuh (7) komponen besar, dimana komponen tersebut merupakan sektor utama dalam kepariwisataan yang memerlukan keterkaitan, ketergantungan, dan keterpaduan, yaitu:

1. Sektor pemasaran (*the marketing sector*) Mencakup semua unit pemasaran didalam industri pariwisata, misalnya, kantor biro perjalanan dengan jaringan cabangnya, kantor pemasaran maskapai penerbangan (air lines), kantor promosi daerah tujuan wisata tertentu, dan sebagainya.
2. Sektor perhubungan (*the carrier sector*) Mencakup semua bentuk transportasi publik, khususnya yang beroperasi pada jalur transit yang menghubungkan tempat asal wisatawan (*traveller generating region*) dengan tempat tujuan wisatawan (*tourist destination region*).
3. Sektor akomodasi (*the accommodation sector*) Sebagai penyedia tempat tinggal sementara (penginapan) dan pelayanan.
4. Sektor daya tarik/ atraksi wisata (*the attraction sector*) Sektor ini terfokus pada penyediaan daya tarik atau atraksi wisata bagi wisatawan. Jika suatu daerah tujuan
5. wisata tidak memiliki sumber daya atau daya tarik wisata alam yang menarik, biasanya akan dikompensasi dengan memaksimalkan daya tarik atraksi wisata lain.
6. Sektor tour operator (*the tour operator sector*) Mencakup dengan perusahaan penyelenggara dan penyedia paket wisata

7. Sektor pendukung/ rupa-rupa (*the miscellaneous sector*) Sektor ini mencakup pendukung terselenggaranya kegiatan wisata baik di negara atau tempat asal wisatawan, sepanjang rute transit, maupun di negara dengan tempat tujuan wisata.
8. Sektor pengkoordinasi/ regulator (*the coordinating sector*) Mencakup peran pemerintah selaku regulator dan asosiasi di bidang pariwisata selaku penyelenggara pariwisata, baik di tingkat lokal, regional, maupun internasional. Sektor ini biasanya menangani
9. perencanaan dan fungsi manajerial untuk membuat sistem koordinasi antara seluruh sektor dalam industri pariwisata.

Potensi Pengembangan Obyek Wisata

Potensi wisata adalah segala hal dalam keadaan baik yang nyata dan tidak dapat diraba yang digarap, diatur dan disediakan sedemikian rupa sehingga dapat bermanfaat atau dimanfaatkan, diwujudkan sebagai kemampuan faktor dan unsur yang diperlukan atau menentukan pengembangan kepariwisataan, baik itu berupa suasana, kejadian, benda maupun layanan atau jasa-jasa. Pada hakekatnya pengembangan adalah suatu proses untuk memperbaiki dan meningkatkan sesuatu yang ada. Pengembangan obyek wisata merupakan kegiatan membangun, memelihara, dan melestarikan pertanaman, sarana dan prasarana maupun fasilitas lainnya.

Objek dan Daya Tarik Wisata

Menurut Edward mengatakan bahwa suatu objek wisata harus mempunyai 5 unsur penting, yaitu:

1. Prasarana Wisata ini dibutuhkan untuk melayani wisatawan selama perjalanan wisata. Fasilitas ini cenderung berorientasi pada daya tarik wisata di suatu lokasi, sehingga fasilitas ini harus terletak dekat dengan objek wisatanya. Prasarana wisata cenderung dapat mendukung kecenderungan perkembangan pada saat yang bersamaan.

2. Sarana Wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan, baik secara kuantitatif maupun kualitatif.
3. Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik diatas permukaan tanah dan

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian berada di Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Barat dan Ekowisata Berkah Pantai Tapandullu. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Tipe Penelitian

Penelitian adalah suatu metode untuk menemukan kebenaran dan informasi secara sistematis. Jenis penelitian ini merupakan penelitian empiris. Menurut Ronny Hanitijo Soemitro, penelitian hukum empiris adalah penelitian hukum yang memperoleh datanya dari data primer atau data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat yaitu penelitian dengan data yang ada dilapangan, seperti wawancara dan observasi. Penelitian empiris digunakan untuk menganalisis hukum yang dilihat dalam kehidupan masyarakat.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana melakukannya pengamatan untuk menemukan suatu pengetahuan. Penelitian ini dilakukan di Dinas Parawisata Provinsi Sulawesi Barat. Waktu penelitian dilakukan selama 2 bulan ketika telah dikeluarkannya izin untuk meneliti. Peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena beberapa alasan salah satunya karena untuk

meningkatkan potensi yang ada di tempat wisata dan untuk menarik lebih banyak pengunjung.

Jenis dan Sumber Data

Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari peraturan perundang-undang jurnal.buku kemudian dilakukan penelitian secara langsung dengan wawancara, observasi atau dokumentasi yang dihasilkan dalam melakukan strategi komunikasi dengan dinas parawisata. Data primer yang diperoleh digunakan untuk meneliti apa saja yang dapat dilakukan oleh dinas parawisata untuk meningkatkan potensi di Eko Wisata Berkah Pantai Tapandullu dan menarik lebih banyak pengunjung baik nasional maupun mancanegara Data primer juga digunakan untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan dengan bekerjasama pemerintah setempat untuk mengembangkan wisata yang ada di Sulawesi Barat serta hal apa saja yang akan dilakukan oleh pemerintah untuk menarik lebih banyak pengunjung yang datang ke Eko Wisata Berkah Pantai Tapandullu.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari sumber yang berbeda dari data asli atau data primer. Data sekunder diolah sebelum digunakan. Contohnya adalah hasil penelitian atau analisis yang diperoleh dari data primer, seperti strategi komunikasi dinas parawisata untuk meningkatkan potensi dan pengunjung di Eko Wisata Berkah Pantai Tapandullu. Dengan melakukan penelitian secara langsung dengan turun ke lapangan seperti observasi, wawancara, dan Juga diperoleh dari buku, artikel, website.

Data Tersier

Data tersier merupakan data penunjang dari data primer dan data sekunder. Diperoleh melalui sumber yang tidak langsung terkait dengan

masalah yang diteliti, seperti kamus, jurnal, website. Dan juga merupakan pelengkap yang sifatnya memberikan petunjuk atau penjelasan tambahan terhadap data primer dan data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi dilakukan untuk mengamati suatu keadaan sesuai dengan kasus yang diteliti Pada tahap ini menggunakan lembaran observasi sebagai acuan pengamatan mengenai Strategi Komunikasi Dinas Parawisata Provinsi Sulawesi Barat di Eko Wisata Berkah Pantai Tapandullu Wawancara, sebelum melakukan wawancara peneliti terlebih dahulu meminta izin kepada kantor yang akan diteliti setelah itu peneliti menyiapkan daftar pertanyaan mengenai kasus yang akan diteliti mengenai Strategi Komunikasi Dinas Parawisata Provinsi Sulawesi Barat Di Eko Wisata Berkah Pantai Tapandullu. Selain itu, Wawancara ini juga dilakukan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang akan dilakukan oleh Dinas Parawisata Provinsi Sulawesi Barat untuk meningkatkan potensi dan pengunjung di wisata pantai Tapandullu

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif. Analisis kualitatif ini akan dikemukakan dalam bentuk uraian yang sistematis dengan menjelaskan hubungan antara berbagai jenis data. Selanjutnya semua data diseleksi dan diolah, kemudian dianalisa secara deskriptif sehingga diharapkan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan dalam penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Kantor Dinas Parawisata Provisini Sulawesi Barat, Kabupaten Mamuju.

Lokasi Kantor

Kantor Dinas Parawisata Provinsi Sulawesi Barat, Kabupaten Mamuju terletak di Jalan H.Abd. Malik Pattana Endeng, Rangas, Simboro, Mamuju. Dimana lokasi tersebut strategis karena berada di pusat ibu kota provinsi dan dekat dengan objek wisata utama seperti Pantai Rangas dan Pantai Panorama.

Dengan akses yang baik dan kedekatan dengan destinasi wisata serta pusat pemerintahan, lokasi kantor ini sangat mendukung peran Dinas Parawisata dalam mengembangkan sektor parawisata Sulawesi Barat secara optimal.

Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata

1. Pemanfaatan media sosial seperti istagram, youtube, facebook, tiktok dan platform digital.
2. Kerja sama dengan media massa dan konten creator.
3. Penyelenggaraan event dan festival wisata
4. Pemberdayaan masyarakat local melalui kelompok sadar wisata

Pengembangan Potensi Ekowisata Pantai Tapandullu

Pengembangan infrastruktur dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia juga menjadi bagian dari strategi yang dilakukan. Meskipun masih terdapat kendala seperti keterbatasan anggaran dan kurangnya partisipasi masyarakat, strategi komunikasi yang diterapkan terbukti mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke Ekowisata Berkah Pantai Tapandullu

Hasil dan Pembahasan

Analisa masalah yang peneliti gunakan adalah dengan analisa metode deskriptif kualitatif, untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dinas pariwisata Provinsi Sulawesi Barat untuk meningkatkan potensi dan kunjungan di ekowisata berkah pantai Tapandullu dan apa saja yang perlu dilakukan oleh dinas pariwisata dalam meningkatkan potensi dan kunjungan di eko wisata berkah pantai Tapandullu. Sebelum melaksanakan analisis, peneliti terlebih dahulu mengemukakan data-data temuan masalah dari hasil observasi dan wawancara.

Kendala dan Solusi

Kendala utama meliputi keterbatasan anggaran dan partisipasi masyarakat. Solusi yang dilakukan adalah memperkuat kolaborasi antar stakeholder dan optimalisasi promosi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Barat menerapkan beberapa strategi komunikasi dalam meningkatkan potensi dan kunjungan wisatawan, antara lain promosi

melalui media sosial, kerja sama dengan media massa, penyelenggaraan event wisata, serta pelibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi.

Pengembangan infrastruktur dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia juga menjadi bagian dari strategi yang dilakukan. Meskipun masih terdapat kendala seperti keterbatasan anggaran dan kurangnya partisipasi masyarakat, strategi komunikasi yang diterapkan terbukti mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke Ekowisata Berkah Pantai Tapandullu.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Barat menerapkan beberapa strategi komunikasi dalam meningkatkan potensi dan kunjungan wisatawan, antara lain promosi melalui media sosial, kerja sama dengan media massa, penyelenggaraan event wisata, serta pelibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi. Pengembangan infrastruktur dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia juga menjadi bagian dari strategi yang dilakukan. Meskipun masih terdapat kendala seperti keterbatasan anggaran dan kurangnya partisipasi masyarakat, strategi komunikasi yang diterapkan terbukti mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke Ekowisata Berkah Pantai Tapandullu.

Saran

Dinas pariwisata diharapkan terus meningkatkan promosi digital, memperkuat kerja sama, serta mengedepankan prinsip ekowisata berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih dalam strategi komunikasi pariwisata dengan menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran, serta memperluas objek penelitian pada destinasi wisata lain guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat dijadikan perbandingan dalam pengembangan pariwisata daerah.



DAFTAR PUSTAKA

- Desti Eka Wulandari (2024). Strategi Komunikasi Dinas Parawisata Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Icuk Budiarto (2021). Proses Komunikasi, Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta
- Lubis Hermanto(2019). Vol 6 Nomor 2, Jurnal Komunikasi dan Kebudayaan, Program Studi Ilmu Komunikasi STISIP Mbojo Bima
- Muhammad Al Fazri (2022), Vol 2 Nomor 1. Keterampilan Interpersonal Dalam Berkomunikasi Tatap Muka. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara
- Muhammad Saleh (2023), Vol 6 No 2 (2023). Efektifitas Pembangunan Sarana dan Prasarana Parawisata Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan di Eko Wisata Berkah Pantai Tapandullu, Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Mamuju.
- Muhammad Zulfadli (2021) Strategi Komunikasi Dinas Parawisata. Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Mataram.
- Ratna, Yati Heryati (2022), Vol 1, No 2 (2022). Dampak Pengembanga Eko Wisata Berkah Pantai Tapandullu Terhadap Peningkatan Perekonomian Masyarakat di Desa Tapandullu. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Mamuju
- Rizki Nurul Nugraha, Tomas Jorgi, (2023) Potensi Pengembangan Objek Wisata Pantai Tapandullu di Kabupaten Mamuju: DOI: <https://doi.org/105281/zenod988497> Jumal Ilmiah Wahana Pendidikan Universitas Nasional
- Yati Heryati (2019), Vol 1 No 1, 55-74. Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapndullu di Kabupaten Mamuju. Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangnan. Stie Muhammadiyah Mamuju
- Yuniarto Rahmat Satato (2019) Vol. 12, No. 1 Jul. Potensi Wisata. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia



Buku

Aliefien Soetopo (2019). Mengenal Lebih Dekat Wisata Panai Indonesia, Jakarta.

H. Hafied Cangara (2014). Perencanaan dan Strategi Komunikasi, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 396 hlmn.

Putu Eka Wirawan, Made Trisna Semara (2021). Pengantar Parawisata, Unit Penerbit dan Publikasi Institut Parawisata dan Bisnis Internasional, Denpasar
Bali Usman Taufik (2021) Pengantar Parawisata, Widina Bhakti Persada Bandung (Grup CV. Widina Media Utama) Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Keparawisataan.