

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN  
KEBUDAYAAN KABUPATEN SINJAI DALAM  
MEMPROMOSIKAN WISATA TAHURA  
SINJAI BORONG**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi dan Penyiaran  
Islam (S. Sos)

Oleh:

**SATMANIAR**

NIM. 170208007

Pembimbing:

1. Rahmatullah, S.Sos.I., M.A.
2. Faridah, S.Kom.I., M.Sos.I

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI)  
MUHAMMADIYAH SINJAI  
2021**

## PERYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SATMANIAR

NIM : 170208007

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari Skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sinjai, 20 Mei 2021

Yang membuat pernyataan



**SATMANIAR**

NIM: 170208007

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi,

Berjudul : Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten  
Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Kecamatan Sinjai  
Borong.

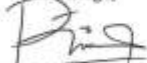
Yang ditulis oleh,

Nama : Satmaniar  
NIM : 170208007  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Fakultas : Ushuluddin dan Komunikasi Islam

Disetujui untuk diuji pada Sidang Munaqasyah.  
Demikian untuk proses selanjutnya.

Sinjai, 11 Juni ..... 2021

Pembimbing I,



Rahmatullah, S.Sos.I., M.A.  
NIDN: 2110038301

Pembimbing II,



Faridah, S.Kom.I., M.Sos.I.  
NIDN: 2122128001

Mengetahui,

Ketua Prodi Studi KPI



Faridah, S.Kom.I., M. Sos.  
NIM: 1212774

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata Tahura Sinjai Borong yang ditulis oleh Sammaniar Nomor Induk Mahasiswa 170208007 Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam IAI Muhammadiyah Sinjai, yang dimunaqasyahkan pada hari Ahad tanggal 18 Juli 2021 M bertepatan dengan 8 Dzulhijah 1442 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial.

### Dewan Penguji

|                                |               |         |
|--------------------------------|---------------|---------|
| Dr. Firdaus, M.Ag.             | Ketua         | (.....) |
| Dr. Ismail, M.Pd.              | Sekretaris    | (.....) |
| Dr. K.H. Hamzah Haron, M.Ag.   | Penguji I     | (.....) |
| Dr. H. Nur Taufiq Samusi, M.A. | Penguji II    | (.....) |
| Rahmatullah, S.Sos.J., M.A.    | Pembimbing I  | (.....) |
| Faridah, S.Kom.I., M.Sos.I     | Pembimbing II | (.....) |



Mengetahui,  
Dekan FUKIS IAIM Sinjai

Dr. Sariati, M.Sos.I.  
NPM. 948500

## المستخلص

ساتمانيار. استراتيجية الاتصال وكالة سياحية وثقافية بسنجائي لترويج سياحة تاهورا سنجائي بورونج. البحث. سنجائي: قسم المواصلة والإشاعة الإسلامية، 2021. تهدف هذا البحث إلى تحديد: (1) استراتيجية الاتصال وكالة سياحية وثقافية بسنجائي لترويج سياحة تاهورا سنجائي بورونج (2) العوامل الدافعة والمثبطة استراتيجية الاتصال وكالة سياحية وثقافية بسنجائي لترويج سياحة تاهورا سنجائي بورونج. تم تضمين هذا البحث عن الطبيعي باستخدام نهج نوعي. موضوع هذا البحث هو مجال تطوير وتسويق السياحة. طريقة جمع البيانات هي الملاحظة والمقابلة والتوثيق. بينما استخدم تحليل البيانات التحليلي الوصفي. تظهر النتائج أن استراتيجية الاتصال وكالة سياحية وثقافية بسنجائي لترويج سياحة تاهورا عبد اللطيف سنجائي بورونج، تستخدم العديد من الاستراتيجيات البسيطة ، مثل البيع الشخصي ، وإستراتيجية الدفع ، واستخدام الوسائط الخارجية لإنشاء العديد من أوجه التعاون التي تتراوح من الحكومة المحلية وحكومات القرى لجهاز المنظمات المنطقية. البيع الشخصي هو أسلوب ترويجي يتم تنفيذه مباشرة للزوار المحتملين، ويتم استخدام إستراتيجية الدفع للترقيات لأن الميزانية لا تزال محدودة بحيث يتم تكبير الإعلانات في الوسائط الإلكترونية والمطبوعة إلى أقصى حد والاطلاع على الفرص الحالية. وسائل الإعلام غير النقدية المستخدمة من قبل وكالة سياحية وثقافية بسنجائي هي في شكل كتيبات ونشرات سياحية. يقوم قسم التطوير والتسويق بمكتب سينجائي للسياحة والثقافة بإجراء مراقبة وتقييم مباشرة لمنتزه تاهورا عبد اللطيف سينجائي بورونج كما يتضح من البيانات المتعلقة بعدد الزوار. قبل القيام بالترويج لمجال التطوير والتسويق بصفتك الشخص المسؤول عن الترويج، ضع خطة للترويج السياحي، وحدد وسائل الإعلام ، وحدد الغرض من الترويج السياحي. وكالة سياحية وثقافية بسنجائي لترويج سياحة تاهورا سنجائي بورونج مدعوم إلى حد كبير

بالتقدم التكنولوجي والظروف الطبيعية للأشياء السياحية لأن سياحة تاهورا سنجائي بورونج هي غابة محمية بحيث يمكن استخدامها كدراسة مقارنة بخلاف كموقع سياحي وكذلك إقامة تعاون جيد من منظمات الأجهزة الإقليمية (OPD) إلى الحكومات المحلية والقرية. واجه وكالة سياحية وثقافية بسنجائي لترويج سياحة تاهورا سنجائي بورونج عدة عقبات تتراوح من نقص الأدوات التي يمكن استخدامها، كان الطقس في بعض الأحيان غير داعم عند التقاط الصور، وقلة الإبداع والموارد البشرية (HR) التي يملكها مجال التطوير والتسويق وكذلك موقع منطقة سنجائي التي ليست منطقة عبور.

الكلمات الأساسية: الاتصال ، استراتيجية الاتصال ، الترويج.

## ABSTRAK

**Satmaniar.** *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Sinjai Borong.* Skripsi. Sinjai: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Sinjai Borong. (2) Faktor pendorong dan penghambat Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Sinjai Borong. Penelitian ini termasuk dalam penelitian naturalistic dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek dari penelitian ini adalah Bidang Pengembangan dan Pemasaran Pariwisata. Adapun metode pengumpulan data yaitu dengan Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Sedangkan analisis datanya menggunakan deskriptif analitik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Abdul Latief Kecamatan Sinjai Borong menggunakan beberapa strategi sederhana, seperti penjualan personal, *Push Strategy*, penggunaan media luar ruang menjalin beberapa kerjasama mulai dari pemerintah daerah dan pemerintah desa hingga organisasi perangkat daerah. Penjualan personal merupakan teknik promosi yang dilakukan secara langsung kepada calon pengunjung, *Push strategy* digunakan untuk promosi karena anggaran yang masih terbatas sehingga iklan di media elektronik dan cetak dimaksimalkan serta melihat peluang yang ada. Media luar uang yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai berupa famflet dan brosur pariwisata. Bidang Pengembangan dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Sinjai juga melakukan monitoring dan evaluasi secara langsung ke Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong dibuktikan dengan data jumlah

pengunjung. Sebelum melaksanakan promosi bidang pengembangan dan pemasaran selaku penanggungjawab promosi membuat perencanaan promosi wisata, penentuan media dan penentuan tujuan promosi wisata. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong sangat didukung dengan kemajuan teknologi, kondisi alam objek wisata karena TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong termasuk hutan raya konservasi sehingga dapat digunakan sebagai studi komparasi selain sebagai tempat wisata serta terjalinnya kerjasama yang baik mulai dari organisasi perangkat daerah (OPD) hingga pemerintah daerah dan desa. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong mengalami beberapa hambatan mulai dari kurangnya alat yang dapat digunakan, Cuaca yang terkadang tidak mendukung pada saat pengambilan gambar, Kurangnya kreatifitas dan Sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki bidang pengembangan dan pemasaran serta lokasi kabupaten Sinjai yang tidak termasuk daerah persinggahan.

**Kata Kunci : *Komunikasi, Strategi Komunikasi, Promosi.***

## ABSTRACT

**Satmaniar.** Communication Strategy of the Sinjai Regency Tourism and Culture Office in Promoting TAHURA Tourism of Sinjai Borong. Thesis. Sinjai: Islamic Communication and Broadcasting Study Program, 2021. This study aims to determine: (1) the Communication Strategy of the Tourism and Culture Office of Sinjai Regency in Promoting TAHURA Tourism of Sinjai Borong. (2) The driving and inhibiting factors of the Communication Strategy of the Sinjai Regency Tourism and Culture Office in Promoting TAHURA Tourism of Sinjai Borong. This research is included in naturalistic research using a qualitative approach. The subject of this research is the field of tourism development and marketing. The data collection method is by Observation, Interview and Documentation. While the data analysis used descriptive analytic. The results show that the Communication Strategy of the Tourism and Culture Office of Sinjai Regency in Promoting TAHURA Abdul Latief Tourism, Sinjai Borong District uses several simple strategies, such as personal selling, Push Strategy, the use of outdoor media to establish several collaborations ranging from local government and village governments to device organizations. area. Personal selling is a promotional technique that is carried out directly to potential visitors, Push strategy is used for promotion because the budget is still limited so that advertisements in electronic and print media are maximized and see the opportunities that exist. Non-monetary media used by the Tourism and Culture Office of Sinjai Regency are in the form of tourism flyers and brochures. The Development and Marketing Division of the Sinjai Tourism and Culture Office also conducts direct monitoring and evaluation of the Abdul Latief Sinjai Borong Forest Park as evidenced by data on the number of visitors. Before carrying out the promotion of the field of development and marketing as the person in charge of the promotion, make a tourism

promotion plan, determine the media and determine the purpose of tourism promotion. The Tourism and Culture Office of Sinjai Regency in promoting tourism TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong is strongly supported by technological advances, natural conditions of tourist objects because TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong is a conservation forest so that it can be used as a comparative study other than as a tourist spot and good cooperation is established starting from regional apparatus organizations (OPD) to local and village governments. The Sinjai Regency Tourism and Culture Office in promoting TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong tourism experienced several obstacles ranging from the lack of tools that could be used, the weather was sometimes not supportive when taking pictures, lack of creativity and Human Resources (HR) owned by the field of development and marketing as well as the location of the Sinjai district which is not a transit area.

**Keywords:** Communication, Communication Strategy, Promotion.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ

وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak, yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulis studi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Kedua orangtua tercinta saya, Ayahanda Nur Alam dan Ibunda Basriani yang selalu memberikan Do'a, dukungan serta motivasi. Terima kasih untuk segala pengorbanan yang tidak ternilai.
2. Dr. Firdaus, M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai.
3. Dr. Ismail, M. Pd. selaku Wakil Rektor I Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai.
4. Dr. Hardianto Rahman, M.Pd. selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai.

5. Dr. Muh.Anis, M.Hum. selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai.
6. Suriati. S.Ag., M.Sos.I selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam.
7. Rahmatullah, S.Sos.I., M.A. selaku pembimbing I dan Faridah, S.Kom.I., M. Sos.I. selaku pembimbing II.
8. Seluruh dosen yang telah membimbing dan mengajar selama studi di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
9. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai beserta seluruh jajarannya karena telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Kepala dan Staff Perpustakaan Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
11. Teman-Teman KSR-PMI Unit 101 IAIM Sinjai yang telah memberikan masukan serta saran kepada penulis.
12. Teman-teman mahasiswa IAI Muhammadiyah Sinjai dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu persatu, yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis selesai studi.

Teriring doa semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah

SWT, dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin.

Sinjai, 20 Mei 2021

**SATMANIAR**

NIM. 170208007

## DAFTAR ISI

|                                         |       |
|-----------------------------------------|-------|
| <b>SAMPUL</b> .....                     | i     |
| <b>HALAMAN PEMBATAS</b> .....           | ii    |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....              | iii   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....         | iv    |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....         | v     |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> ..... | vi    |
| <b>المستخلص</b> .....                   | vii   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                    | ix    |
| <b>ABSTRACT</b> .....                   | xi    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....             | xiii  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                 | xvi   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....               | xx    |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....              | xxi   |
| <br><b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....      | <br>1 |
| A. Latar Belakang Masalah .....         | 1     |
| B. Batasan Masalah.....                 | 6     |
| C. Rumusan Masalah .....                | 6     |
| D. Tujuan Penelitian .....              | 7     |
| E. Manfaat Penelitian .....             | 7     |

|                                                                |               |
|----------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>                               | <b>9</b>      |
| A. Kajian Pustaka .....                                        | 9             |
| 1. Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi .....                  | 9             |
| a. Definisi Strategi Komunikasi .....                          | 9             |
| b. Benuk-Bentuk Komunikasi .....                               | 15            |
| c. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata<br>Indonesia ..... | 17            |
| 2. Tinjauan Promosi Wisata.....                                | 23            |
| a. Definisi Promosi .....                                      | 23            |
| b. Teknik-Teknik Promosi .....                                 | 24            |
| B. Hasil Penelitian yang Relevan .....                         | 28            |
| <br><b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                     | <br><b>32</b> |
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....                        | 32            |
| B. Definisi Oprasional .....                                   | 33            |
| C. Tempat dan Waktu Penelitian .....                           | 34            |
| D. Subjek dan Objek Penelitian .....                           | 34            |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                               | 35            |
| F. Instrumen Penelitian.....                                   | 38            |
| G. Keabsahan Data.....                                         | 39            |
| H. Teknik Analisis Data.....                                   | 41            |

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.. 44**

|                                                                                                          |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....                                                                 | 44 |
| 1. Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan<br>Kebudayaan Kabupaten Sinjai.....                                | 44 |
| a. Profil Dinas Pariwisata dan Kebudayaan<br>Kabupaten Sinjai.....                                       | 44 |
| b. Visi Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan<br>Kabupaten Sinjai.....                                    | 45 |
| c. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan<br>Kebudayaan Kabupaten Sinjai .....                         | 46 |
| d. Jumlah Pegawai ASN Berdasarkan Jenis<br>Kelamin.....                                                  | 47 |
| e. Jumlah Pegawai Non ASN Berdasarkan Jenis<br>Kelamin.....                                              | 47 |
| f. Profil Bidang Pengembangan dan Pemasaran<br>Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten<br>Sinjai ..... | 48 |
| 2. Gambaran Umum Taman Hutan Raya (TAHURA)<br>Abdul Latief Sinjai Borong.....                            | 54 |
| a. Sejarah Taman Hutan Raya Abdul Latief<br>Sinjai Borong .....                                          | 54 |
| b. Lokasi Hutan Hutan Raya Abdul Latief Sinjai<br>Borong .....                                           | 56 |

|                                                                                                                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| B. Hasil dan Pembahasan Penelitian.....                                                                                                                                  | 56        |
| 1. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan<br>Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam<br>Mempromosikan Wisata TAHURA Abdul Latief<br>Sinjai Borong .....                      | 56        |
| 2. Faktor pendukung dan penghambat Dinas<br>Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai<br>dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Abdul<br>Latief Kecamatan Sinjai Borong..... | 68        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                                                                                                                               | <b>76</b> |
| A. Kesimpulan .....                                                                                                                                                      | 76        |
| B. Saran.....                                                                                                                                                            | 78        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                                                                               | <b>80</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                                                                                                                                                 |           |

## **DAFTAR TABEL**

|                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Objek Wisata Berdasarkan Retribusi Perbulan Januari – Oktober 2020 .... | 5  |
| Tabel 4.1 Pegawai ASN Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                               | 47 |
| Tabel 4.2 Pegawai NonASN Berdasarkan Jenis Kelamin ..                                               | 47 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan<br>Kebudayaan Kabupaten Sinjai..... | 46 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata merupakan kegiatan yang terus mengalami perkembangan seiring dengan semakin meningkatnya minat wisatawan untuk mengunjungi tempat-tempat wisata. Pariwisata dianggap sebagai sektor yang penting dalam suatu daerah. Melalui pariwisata, suatu daerah yang sadar akan potensi pariwisatanya akan mampu menempatkan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor pemasukan bagi daerah tersebut.

Stephen Littjohn mengatakan kata “komunikasi” bersifat Abstrak, seperti kebanyakan istilah, memiliki banyak arti. Disamping itu France dance melakukan terobosan penting dalam upayanya memberikan klarifikasi terhadap pengertian komunikasi, salah satunya Komunikasi merupakan situasi dimana sumber mengirimkan pesan kepada penerima dengan sengaja untuk memengaruhi tingkah laku penerima.<sup>1</sup>

Pariwisata adalah salah satu industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang

---

<sup>1</sup>Morisson, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*,(Cet.II; Jakarta: Kencana, 2014), h.8-9

cepat dalam hal ini kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan.

Kabupaten Sinjai adalah salah satu dari 24 Kabupaten/Kota di Provinsi Sulawesi Selatan. Kondisi geografisnya terdiri atas dataran tinggi, dataran rendah dan kepulauan. Kabupaten Sinjai memiliki ciri khas beragam potensi wisata yang dimilikinya pun beragam mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah hingga wisata bahari menjadikannya salah satu potensi destinasi utama di Provinsi Sulawesi Selatan.<sup>2</sup>

Seiring perkembangan zaman dan teknologi dalam proses publikasi wisata bisa menggunakan komunikasi massa, Komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Sedangkan media massa merupakan media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal.<sup>3</sup>

Bagian yang terpenting dan yang paling utama dalam promosi wisata ini adalah bagaimana

---

<sup>2</sup>Haerani Dahlan, *Profil Disparbud*, diakses pada tanggal 17 November 2020, Dari <https://disparbud.sinjaikab.go.id/profil-disparbud/>

<sup>3</sup>Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: teori,Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*,(Cet.VIII; Jakarta : Kencana,2015),h.71-72

mempromosikan aset wisata dengan menggunakan strategi komunikasi. Kabupaten Sinjai memiliki potensi wisata salah satunya di Kecamatan Sinjai Borong, yaitu Objek Wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief, sejak tim terpadu merekomendasikan Kawasan Hutan Lindung Bulu Pattirong pada kelompok Hutan Lompobattang Aparang Kabupaten Sinjai Provinsi Sulawesi Selatan untuk diubah fungsinya menjadi kawasan pelestarian alam dengan fungsi Taman Hutan Raya karena memenuhi syarat serta memiliki potensi keindahan dan fenomena alam yang indah.

Taman Hutan Raya atau biasa disingkat TAHURA merupakan kawasan hutan yang ekosistemnya dilindungi, termasuk tumbuhan dan satwa yang ada di dalamnya. TAHURA berlokasi tak jauh dari perkotaan atau permukiman yang gampang diakses, tidak terletak di tengah hutan belantara. Eksosistem TAHURA ada yang alami ada juga yang buatan. Begitu juga dengan tumbuhan dan satwanya, bisa asli atau didatangkan dari luar kawasan. Secara administratif, sebagian besar kawasan TAHURA “ABDUL LATIEF” masuk dalam wilayah kecamatan Sinjai Borong yaitu Desa Batu Belerang Kecamatan Sinjai Borong Kabupaten Sinjai, Kawasan Taman Hutan Raya “ABDUL LATIEF” seluas  $\pm 720$  Ha, ditunjuk sebagai hutan

konservasi Berdasarkan Keputusan Menteri Kehutanan No. SK.267/Menhut-II/2008 Tanggal 1 Agustus 2008 Tentang Perubahan Fungsi sebagian Kawasan Hutan Lindung Bulu Pattiroang Pada Kelompok Hutan Lompobattang Apareng  $\pm$  720 (Tujuh Ratus Dua Puluh) Hektar terletak di Kabupaten Sinjai, Propinsi Sulawesi Selatan menjadi Kawasan Pelestarian Alam dengan Fungsi Taman Hutan Raya.<sup>4</sup>

Kepala Seksi Pengembangan Wisata melakukan monitoring objek wisata di Sinjai, salah satunya di Hutan Raya Abdul Latief sebagai bahan promosi wisata yang dapat diakses di *Website* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dengan tujuan peningkatan jumlah kunjungan wisata (Sinjaikab, 29 Maret 2019).

Hingga saat ini kunjungan wisatawan yang datang ke Kecamatan Sinjai Borong masih kecil daripada kacamatan lainnya di Kabupaten Sinjai, Hal ini dapat dilihat dari data pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Objek Wisata Berdasarkan Retribusi Perbulan Januari - Oktober 2020

---

<sup>4</sup>Riswan Ade Putra, “*Kerjasama Dinas Pariwisata dan Dinas Lingkungan Hidup Dalam Pemeliharaan Wisata Taan Hutan Raya Abdul Latif di Kecamatan Sinjai Borong Kabupaten Sinjai*”, Skripsi, (Makassar; UNISMU,2018), h. 23-42.

**DATA JUMLAH PENGUNJUNG OBYEK WISATA BERDASARKAN RETRIBUSI  
PER BULAN JANUARI S/D AGUSTUS 2020**

| No            | Obyek Wisata                     | Januari       | Februari      | Maret        | April    | Mei      | Juni     | Juli     | Agustus       | September    | Oktober      | TOTAL          |
|---------------|----------------------------------|---------------|---------------|--------------|----------|----------|----------|----------|---------------|--------------|--------------|----------------|
| 1             | Taman Purbakata Batu Peko Gajang | 1.443         | 602           | 578          | -        | -        | -        | -        | 2.933         | 949          | 957          | 7.281          |
| 2             | Air Terjun Lembang Sukaong       | -             | -             | -            | -        | -        | -        | -        | 21            | 33           | 14           | 54             |
| 3             | Air Terjun Rambor                | 200           | -             | 100          | -        | -        | -        | -        | 350           | 100          | 200          | 950            |
| 4             | Taman Hutan Raya (TAHURA)        | 21.700        | 800           | 700          | -        | -        | -        | -        | 3.600         | 600          | 1.000        | 28.400         |
| 5             | Hutan Mangrove Tongke - Tongke   | 1.000         | 9.200         | 3.400        | -        | -        | -        | -        | 37.700        | 7.800        | 5.900        | 65.000         |
| <b>Jumlah</b> |                                  | <b>24.343</b> | <b>10.602</b> | <b>4.578</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>84.604</b> | <b>9.482</b> | <b>8.071</b> | <b>101.485</b> |

*\*) Bulan April s/d Juli obyek wisata ditutup untuk umum karena Covid-19*

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai.

Berdasarkan informasi dari Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Sinjai maka dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung sejak bulan Januari - Oktober 2020 mengalami penurunan jumlah pengunjung. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, dalam penelitian ini penulis berharap agar dapat memperoleh kesimpulan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata di Taman Hutan Raya Abdul Latief serta faktor pendukung dan penghambat yang dialami dalam proses promosi wisata. Pemikiran ini yang melatarbelakangi penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi dan Kebudayaan Kabupaten

Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Sinjai Borong”.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai sebagai instansi yang mempunyai tugas dan wewenang menyelenggarakan urusan pemerintah daerah di bidang kebudayaan dan pariwisata. Dalam melakukan kegiatan promosi wisata, diperlukan strategi komunikasi yang efektif untuk menyebarkan informasi tentang pariwisata yang ada di Kabupaten Sinjai Khususnya di Kecamatan Sinjai Borong.

## **B. Batasan Masalah**

Tema penelitian tentang Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Sinjai Borong. Dipandang perlu untuk diberikan batasan penelitian dalam hal ini strategi komunikasi bagian promosi wisata TAHURA pada Bidang Pengembangan dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai Dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Abdul Latief Kecamatan Sinjai Borong?
2. Apa saja Faktor pendukung dan penghambat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai Dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Abdul Latief Kecamatan Sinjai Borong?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang diharapkan penulis dari penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai Dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Abdul Latief Kecamatan Sinjai Borong.
2. Untuk mengetahui Faktor pendukung dan penghambat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai Dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Abdul Latief Kecamatan Sinjai Borong.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

## 1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi pengembangan ilmu komunikasi terutama yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi dan Komunikasi Pariwisata.

## 2. Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi dalam penerapan strategi komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata yang ada di kabupaten Sinjai.
- b. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk Mendukung program pemerintah dalam pembangunan wisata serta pengembangan potensi budaya lokal dan mendukung kemajuan industri pariwisata lokal yang terdapat di Kabupaten sinjai, Khususnya di Desa Batu Belerang.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### **1. Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi**

###### **a. Definisi Strategi Komunikasi**

Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin, strategi berarti memimpin tentara. Kata strategi dan asal katanya sangat lekat dengan konsep militer, namun berbeda dengan strategi dalam konsep komunikasi.<sup>5</sup>

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.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Amalia Ayu Primastikah, “*Strategi Komunikasi Promosi Pariwisata Di Desa Wisata Krebet Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta*”, Skripsi, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa, 2018), h. 20.

<sup>6</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Cet; XXII,Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), h. 31.

Strategi merupakan simpulan taktik dalam keperluan bagaimana tujuan yang diinginkan dapat diperoleh atau didapat, oleh sebab itu strategi biasanya terdiri atas dua atau satu taktik, dengan angapan yang satu lebih bagus dari yang lain, dengan demikian strategi merupakan kumpulan taktik dengan maksud mencapai tujuan dan sasaran dari perusahaan, institusi atau badan.<sup>7</sup> Untuk keefektifan dan efesiennya suatu kegiatan diperlukan strategi sebagai faktor penentu dan pendukung kegiatan.<sup>8</sup>

Sementara komunikasi Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, diartikan sebagai pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.<sup>9</sup>

Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari Bahasa latin, yaitu *communicates* yang

---

<sup>7</sup>Ilham Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran Strategi dan Taktik*, (Bogor: Grealia Indonesia, 2006), h. 86.

<sup>8</sup>Faridah, “*Strategi Dakwah Dalam Pembinaan Spiritual Narapidana di Lembaga Pemasyarakatan Wanita Kelas IIA Sungguminasa Gowa*”, Tesis, (Makassar; UIN Alauddin Makassar, 2014), h. 21.

<sup>9</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori...*, h. 585.

berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Kata sifatnya *communis* yang bermakna umum atau bersama-sama. Dengan demikian komunikasi menurut Lexicographer (ahli kamus bahasa), menunjuk pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan.<sup>10</sup>

Istilah “komunikasi” sudah sangat akrab ditelinga namun membuat definisi mengenai komunikasi ternyata tidaklah semudah yang diperkirakan. Stephen Littlejohn mengatakan: *Communication is difficult to define. The word is abstract and, like most terms, posses numerous meaning* (komunikasi sulit untuk didefinisikan. Kata “komunikasi” bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah, memiliki banyak arti).<sup>11</sup>

Debat mengenai definisi komunikasi telah berlangsung lama dan selama itu pula berbagai teori komunikasi bermunculan. Frank Dance, sebagaimana mengklarifikasikan pengertian

---

<sup>10</sup>Murhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*, (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 31.

<sup>11</sup>Morissan, *Teori Komunikasi: Individu ..., h. 8.*

komunikasi yang disadur oleh Morissan<sup>12</sup>, Ia menemukan tiga hal yang disebutnya dengan “*critical conceptual differentiation*” (deferensi konseptual kritis).

Ada tiga yang membentuk dimensi dasar teori komunikasi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Level observasi (*level of observation*)

Dimensi pertama, Definisi mengenai komunikasi bersifat sangat luas sementara definisi lainnya bersifat terbatas. Komunikasi yang menyatakan komunikasi adalah *the process that links discontinuous parts of the living world to one another* (proses yang menghubungkan bagian-bagian yang terputus dari dunia yang hidup satu sama lainnya) dinilai sebagai definisi yang terlalu umum atau luas. Sebaliknya definisi yang menyatakan, *communication as the means of sending military messages, orders etc, as by telephone, telegraph, radio, and couriers* (komunikasi adalah alat untuk mengirim pesan militer, perintah dan sebagainya melalui telepon,

---

<sup>12</sup>Morissan, *Teori Komunikasi..*, h. 8.

telegraf, radio, dan kurir) definisi yang terlalu sempit.<sup>13</sup>

## 2) Kesengajaan (*intentionality*)

Dimensi kedua, definisi mengenai komunikasi yaitu memasukkan faktor pengiriman dan penerima pesan yang memiliki kesengajaan atau maksud tertentu. Misalnya definisi yang memasukkan faktor kesengajaan atau maksud tertentu yaitu komunikasi adalah *those situations in which a source transmits a message to a receiver with conscious intent to effect the latter's behaviors* (situasi dimana sumber mengirimkan pesan kepada penerima dengan sengaja untuk memengaruhi tingkah laku penerima). Adapun definisi yang tidak memerlukan kesengajaan atau maksud tertentu misalnya: *it is a process that makes common to two or several what was the monopoly of one or some*, (komunikasi adalah proses yang membuat dua atau beberapa orang memahami

---

<sup>13</sup> Morissan, *Teori Komunikasi..*, h. 9.

apa yang menjadi monopoli satu atau beberapa orang lainnya).

### 3) Penilaian normatif (*normative judgement*)

Dimensi ketiga, definisi mengenai komunikasi yaitu memasukkan pernyataan keberhasilan atau keakuratan. Definisi berikut ini, misalnya, menganggap proses komunikasi selalu berakhir dengan kesuksesan. Misalnya: *Communication is the verbal interchange of a thought or idea*, (komunikasi adalah pertukaran verbal dari pemikiran dan gagasan).<sup>14</sup>

Strategi komunikasi adalah kiat atau taktik yang bisa dilakukan dalam melaksanakan perencanaan komunikasi, konsep strategi komunikasi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>15</sup> Effendiy dalam bukunya mengatakan strategi komunikasi sangat penting dalam menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat

---

<sup>14</sup>Morissan, *Teori Komunikasi...*, h.. 9-10.

<sup>15</sup>Hafied Cagana, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Edisi Revisi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 64-66.

*informative*, persuasif, dan intruksi secara sistematis ke sasaran untuk memperoleh hasil optimal.<sup>16</sup>

Strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.<sup>17</sup>

## b. Bentuk-Bentuk Komunikasi

### 1) Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh, sehingga masalah yang dibahas

---

<sup>16</sup>Ariny Sartika, “*Strategi Komunikasi Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) dalam Melakukan Sosialisasi HIV/AIDS di Kota Samarinda*”, Ilmu Komunikasi, Universitas Mulawarma: Samarinda, Vol.III. Nomor 1, 2015, h. 21.

<sup>17</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori...*, h. 31.

oleh kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warganya.<sup>18</sup>

## 2) Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Intinya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa.<sup>19</sup>

Media massa sesungguhnya mempunyai sifat luhur dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, tugas luhur yang diemban media massa tersebut dapat dilihat dari fungsi media massa, seperti media pendidikan, alat *Control* social dan media hiburan.<sup>20</sup>

Media massa merupakan sarana penyampai informasi yang sangat penting dalam konteks kehidupan sosial bermasyarakat. Tanpa

---

<sup>18</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Politik*, (Cet; I, Bandung: CV Pustaka Setia, 2016), h. 41.

<sup>19</sup> Nuruddin, *Ilmu Komunikasi : Ilmiah dan Populer*, (Cet; I, Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 93.

<sup>20</sup> Hamdan Daulay, *Jurnalistik dan Kebebasan Pers*, (Medan; PT Remaja Rosdakarya, 2016), h. 87.

adanya media massa, manusia hanya menyampaikan dan menerima informasi melalui cara-cara tradisional. Dengan kemajuan teknologi media massa telah menyajikan informasi dengan cepat dan mudah diakses kapan dan dimana saja.<sup>21</sup>

c. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Indonesia

Pada tahun 2009, direktoral Jenderal Pemasaran, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata (BUDPAR) Republik Indonesia, menerbitkan strategi komunikasi pemasaran pariwisata internasional. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia menerapkan beberapa strategi untuk untuk merebut keberhasilan pariwisata pada tahun 2009, sebagai berikut, yaitu: *grand straregy, pull dan push strategy*, strategi penetrasi, strategi penyerangan tidak langsung, strategi pemasaran gerilya, strategi pemasaran *nicher, competitive strategy, horizontal marketing*.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup>Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Politik*, (Cet..., h. 114.

<sup>22</sup>Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata : Pemasaran dan Brand Destinasi*, (Cet;II, Jakarta: Kencana, 2017), h. 215.

### 1) *Grand strategy*

*Grand strategy* yaitu struktur atau kerangka utama pengembangan pemasaran yang ditulis dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) dan Rencana Pembangunan Jangka Pendek (RPJP). Kemudian, diuraikan dalam Rencana Strategi (RENSTRA) tahun 2005-2009 dan kemudian disusun secara lebih terarah dalam strategi komunikasi pemasaran pariwisata Indonesia 2009. *Grand Strategy* ini menjadi Kerangka Umum Pembangunan Pariwisata di Indonesia.<sup>23</sup>

### 2) *Pull dan push strategy*

*Pull Strategy* adalah Strategi komunikasi pemasaran yang bertujuan menarik wisatawan secara langsung, dengan meningkatkan kesadaran dan kehendak untuk berkunjung ke Indonesia.

*Pull strategy* (Strategi Menolak) Strategi ini bertujuan untuk mendorong industri pariwisata dalam dan luar negeri indonesia

---

<sup>23</sup>Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata ..*, h. 215.

untuk mengadakan pengenalan dan penjualan produk pariwisata Indonesia. *Push Strategy* karena anggaran pemasaran terbatas, sehingga iklan di media elektronik dan cetak dimaksimalkan.<sup>24</sup>

### 3) Strategi penetrasi

Pemerintah Indonesia juga menggunakan strategi penetrasi pasar pariwisata dengan prinsip kecil dampak besar, dengan memanfaatkan kemampuan pariwisata Indonesia saat ini yang bersifat tradisional, agar lebih bermanfaat bagi pemasaran pariwisata.

### 4) Strategi penyerangan tidak langsung

Strategi penyerangan tidak langsung adalah strategi pemasaran dengan menggunakan produk yang tidak berkaitan dengan produk pesaing

### 5) Strategi komunikasi pemasaran gerilya (Strategi gerilya meliputi pemotongan harga pariwisata terpilih)

---

<sup>24</sup>Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata ..*, h. 215-216.

6) *Strategi market nicher* (Strategi Celah Pasar)

Strategi ini dilakukan dengan cara memanfaatkan beberapa celah pasar yang ada dan menguntungkan. Celah pasar yang ideal adalah memiliki daerah cukup besar dan daya beli cukup besar agar dapat menguntungkan.<sup>25</sup>

7) *Competitive Strategy* (Keunggulan bersaing)

*Competitive strategy* merupakan strategi yang berkaitan dengan keanekaragaman produk dan perbedaan keunikan produk yang ada di Indonesia, kondisi pasar Indonesia dan menggunakan pendekatan melalui pendekatan *vertical above the below the line* menuju pendekatan *horizontal office* dan *online*. *Office* melalui *intimacy*, mendekati komunitas pariwisata Indonesia untuk membuat kegembiraan kesaksian tentang destinasi dan produk pariwisata Indonesia.

8) Bauran dan taktik pemasaran

Taktik pemasaran yang digunakan mencakup keanekaragaman produk, harga

---

<sup>25</sup>Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata ..*, h. 216-218.

paket, harga tiket terbang, program *weekend*, program jualan mega, dan program penjualan lainnya yang lebih khusus dan mengarah pada penjualan langsung.<sup>26</sup>

9) Koordinasi pemasaran di peringkat negara dan wilayah

Koordinasi pemasaran dilakukan dengan cara Meningkatkan kualitas pelayanan umum dalam bentuk pelayanan atau kemudahan-kemudahan yang diperlukan bagi wisatawan internasional yang berhak berkunjung ke Indonesia dan kemudahan bagi wisatawan local dalam melakukan perjalanan untuk mengenal dan mencintai alam dan ragam budaya Indonesia, Mengambil langkah-langkah nyata guna mengoptimalkan pelaksanaan pembangunan kebudayaan dan pariwisata nasional dalam upaya menyejahterakan masyarakat, membuka lapangan pekerjaan, memberantas kemiskinan dan meratakan pembangunan, Menjalankan

---

<sup>26</sup>Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata ..*, h. 218-219.

upaya perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan sumber daya alam dan budaya untuk pembangunan peradaban dan pariwisata dan Menggunakan tema Indonesia *Ultimate in Diversity* (IUID) dalam setiap kegiatan promosi yang dilakukan diluar negeri.

10) Organisasi pendukung dan lingkungan pemasaran

Membentuk sistem perencanaan pemasaran, pengendalian pemasaran terpadu dan sistem yang berkaitan satu sama lain agar pemasaran lebih aktif.

11) Pembentukan kelompok kerja

Pembentukan kelompok kerja oleh kementerian kebudayaan dan pariwisata bertujuan untuk mempercepat pencapaian sasaran jumlah kunjungan ke Indonesia serta untuk mendekati pengguna dengan cara tertentu agar wisatawan berpikir atau bertindak melakukan transaksi dan mengunjungi Indonesia.<sup>27</sup>

12) Program komunikasi pemasaran terpadu

---

<sup>27</sup>Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata ..*, h. 220-221.

Pelaku pariwisata dan pemerintah dapat bekerjasama dalam menghadapi permasalahan global.<sup>28</sup>

## 2. Tinjauan Promosi Wisata

### a. Definisi Promosi

Banyak pandangan telah diungkapkan dalam berbagai *literature* tentang pengertian Promosi, Enis dan Stanton mengungkan promosi sebagai komunikasi yang menginformasikan keberadaan suatu objek yang berpotensi membutuhkan suatu keterampilan yang memuaskan konsumen informasi.<sup>29</sup>

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang

---

<sup>28</sup>Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata ..*, h. 221.

<sup>29</sup>Pras Tiono, "*Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Jemur Di Rokan Hilir*", Jurnal Mahasiswa Riau, Universitas Riau: Riau, Vol.II. Nomor 2, 2015, h. 4.

ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.<sup>30</sup> Michael Ray, Mendefinisikan promosi sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai sejak awal untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan.<sup>31</sup>

b. Teknik-Teknik promosi

Dalam komunikasi, promosi terdapat teknik-teknik promosi diantaranya sebagai berikut:

1) Iklan

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan menjadi instrument promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi

---

<sup>30</sup>Nur Ahmad Giffari, " *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kabupaten Lombok Timur*", Skripsi, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2017), h. 34.

<sup>31</sup>Morisson, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Cet; IV, Jakarta: Kencana, 2015), h. 16.

barang atau jasa yang ditujukan keadaan masyarakat luas.<sup>32</sup>

Iklan adalah cara promosi yang sering digunakan dalam pemasaran komersial. Iklan dapat dilakukan melalui media, antara lain:

- a) Media elektronik (televisi, radio, film bioskop, internet)
- b) Media cetak (surat kabar, majalah, buletin)
- c) Media luar ruang (papan reklame, *electronic board*, Pinggir jalan yang bergerak secara elektronik, baliho, iklan pohon, spanduk, poster dan lain lain).<sup>33</sup>

## 2) Penjualan Personal (*Personal selling*)

Penjualan Personal ialah cara melakukan penjualan dengan menjajakan barang kepada orang lain langsung kepada konsumen. Misalnya memakai tenaga-tenaga SPG (Sales Promotion Girls) untuk mendatangi para calon pembeli, atau berbicara langsung dengan calon konsumen melalui telepon (telemarketing).

---

<sup>32</sup>Morisson, *Periklanan...*, h.18.

<sup>33</sup>Hafied Cagana, *Perencanaan dan strategi komunikasi*, (Cet; I, Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 77.

Bahkan ada yang menggolongkan cara-cara pemasaran melalui SMS dan multi-level marketing juga adalah bentuk *personal selling*.<sup>34</sup>

### 3) Publikasi

Publikasi adalah cara pemasaran yang menggunakan media cetak, tetapi bentuknya tidak seperti iklan. Tujuannya tetap mengajak calon konsumen membeli produk yang dipasarkan. Misalnya dalam surat kabar atau majalah penawaran produk ditulis dalam bentuk artikel, feature, profil, advertorial, dan sebagainya. Bisa juga dilakukan dalam bentuk leaflet, brosur, atau buku yang dicetak untuk disebarluaskan kepada calon pembeli. Selebaran seperti ini biasanya diberikan secara cuma-cuma kepada pengunjung di mall, di persimpangan jalan, di display hotel-hotel, apotek, bandara, pelabuhan, travel, stasiun kereta api, dan sebagainya.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup>Nur Ahmad Giffari,” *Strategi Komunikasi Pemasaran...*, h. 37.

<sup>35</sup>Nur Ahmad Giffari,” *Strategi Komunikasi...*, h. 38.

Publikasi berasal dari kata publish, publis, atau publisistik, yang berarti memberitahukan kepada umum, mengumumkan, segala usaha yang berhubungan dengan kegiatan dalam bidang pengumuman. Pengumuman tersebut dilakukan melalui alat-alat komunikasi massa, yaitu alat-alat yang dapat menghubungkan atau mengadakan komunikasi dengan massa. Kesimpulannya adalah pengertian publikasi tidak dapat di pisahkan dengan alat-alat komunikasi massa. Publikasi dapat di lakukan dengan mempergunakan berbagai media massa seperti website, pers, film, radio, televisi, majalah, pamflet, buku dan lain sebagainya.<sup>36</sup>

Pentingnya komunikasi dalam publikasi pariwisata adalah dalam proses pemasaran, yakni komunikator harus bijak dalam memasarkan produk wisata agar dapat menarik perhatian pelanggan untuk

---

<sup>36</sup>Gita Ardhila Ariyani, “*Analisis Komunikasi Dalam Mempublikasi Obyek Wisata Pantai Lawena Di Kota Ambon*”, Skripsi, (Malang; Universitas Muhammadiyah Malang, 2015), h.30, td.

menggunakan produk. Di dalam publikasi dapat dilihat adanya tiga tahapan pokok, yaitu :

- a) Penyebaran informasi
- b) Penanaman kepercayaan dan keyakinan
- c) Penjualan.<sup>37</sup>

#### 4) Pameran (*Exhibition*)

Pameran adalah cara untuk menjual produk melalui *event-event* tertentu. Pameran biasanya dilaksanakan di tempat-tempat khusus, misalnya di gedung-gedung besar. Pameran biasanya dilakukan pada waktu-waktu tertentu dan menawarkan barang-barang dengan *discount* antara 10-30%.<sup>38</sup>

### B. Penelitian yang Relevan

Berdasarkan hasil pengamatan penulis dengan membaca dan mengamati berbagai karya tulis/skripsi melalui *Google Scholar*. Ditinjau dari judul skripsi yang penulis teliti, maka di bawah ini terdapat beberapa kajian yang telah diteliti oleh peneliti lain yang relevan dengan judul yang penulis, penelitian diantaranya:

---

<sup>37</sup>Gita Ardhila Ariyani, "*Analisis Komunikasi...*, h. 25.

<sup>38</sup>Nur Ahmad Giffari, "*Strategi Komunikasi Pemasaran...*, h. 38.

1. Skripsi yang ditulis oleh Hasrayanti, dengan judul skripsi Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Pengembangan Hutan Bakau di Desa Tongke-Tongke Kecamatan Sinjai Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam pengembangan hutan bakau di Desa Tongke-tongke Kecamatan Sinjai Timur. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.<sup>39</sup> Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas strategi komunikasi yang digunakan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, Namun yang membedakan dengan penelitian penulis, penelitian penulis fokus ke strategi komunikasi promosi wisata Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai menggunakan jenis penelitian naturalistik.
2. Skripsi yang ditulis oleh Mega Gustina Herlina, dengan judul skripsi Strategi Komunikasi Pemasaran Radio

---

<sup>39</sup>Hasrayanti, “*Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Pengembangan Hutan Bakau di Desa Tongke-Tongke Kecamatan Sinjai Timur*”, Skripsi, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017). <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/10985> diakses tanggal 19 November 2020.

Paranti 105.6 FM Pandeglang dalam Mendapatkan Iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Radio Paranti dalam mendapatkan iklan, penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.<sup>40</sup> Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi dengan pendekatan penelitian kualitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada tujuan penelitian dimana penulis penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata Tahura Sinjai Borong serta faktor pendukung dan penghambatnya menggunakan metode penelitian naturalistik.

3. Skripsi yang ditulis oleh Thesar Sugiarti, dengan judul Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Pemetaan Potensi Wisata Kabupaten Buton Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas

---

<sup>40</sup>Mega Gusti Herlina, "*Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Paranti 105.6 FM Pandeglang dalam Mendapatkan Iklan*", Skripsi, (Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2012). <http://repository.fisip-untirta.ac.id/ideprint201> Diakses tanggal 20 November 2020.

Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten dalam pemetaan potensi wisata Kabupaten Buton Tengah. Tipe penelitian yang digunakan adalah dekskriptif kualitatif yakni dengan menyajikan data dalam bentuk deskripsi berupa teks naratif.<sup>41</sup>

Dari penelitian yang relevan diatas, ternyata memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaan Penelitiannya yaitu tentang Strategi Komunikasi, sedangkan perbedaanya yaitu untuk penelitian ini konsep objek yang dipilih adalah Promosi Wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief yang terletak di desa Batu Belerang, Kecamatan Sinjai Borong, Kabupaten Sinjai dan lokasi yang dipilih adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai.

---

<sup>41</sup>Thesar Sugiarti, “Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Pemetaan Potensi Wisata Kabupaten Buton Tengah”, Skripsi, (Kendari: Universitas Halu Uleo, 2016). <http://ojs.uho.ac.id/index.php/KOMUNIKASI/article/view/1438> diakses tanggal 03 Januari 2021.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Naturalistik, dimana metode penelitian naturalistik merupakan metode yang digunakan untuk meneliti pada tempat yang alamiah dan penelitian tidak membuat perlakuan, karena peneliti dalam mengumpulkan data bersifat *emic*, yaitu berdasarkan pandangan dari sumber data bukan pandangan peneliti.<sup>42</sup>

##### **2. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara

---

<sup>42</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D*, (Cet, XXIV; Bandung: Alfabeta, 2016), h.. 12.

triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisas*.<sup>43</sup>

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut.<sup>44</sup>

## **B. Definisi Oprasional**

Agar tidak terjadi kesalahpahaman penafsiran, proposal ini berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai Dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Kecamatan Sinjai Borong”. Maka penulis perlu menjelaskan variabel yang terdapat dalam judul tersebut, dimana Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Sinjai Borong

---

<sup>43</sup>Sugiyono, *Metode Penelitia..*, h. 15.

<sup>44</sup>Roslan Rusady, *Metode penelitian: Public Relatian & Komunikasi*, (Cet. V; Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 215.

merupakan perpaduan perencanaan dengan manajemen komunikasi yang dilakukan sebagai upaya menyebarluaskan informasi mengenai TAHURA yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam menjalankan tugas dan wewenangnya.

### **C. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat dilakukan penelitian oleh penulis adalah di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, Jln. Jendral Sudirman, Balangnipa. Sedangkan waktu penelitian yang dibutuhkan adalah selama 4 (Empat) bulan yaitu bulan Januari sampai dengan bulan April 2021.

### **D. Subjek dan Objek Penelitian**

#### **1. Subjek penelitian**

Didalam sebuah penelitian terdapat subjek penelitian yang merupakan sesuatu yang akan diteliti dan diamati oleh peneliti. Berdasarkan dari judul yang akan diteliti yang menjadi subjek penelitian adalah Bidang Pengembangan Dan Pemasaran sebanyak 4 (Empat) orang.

#### **2. Objek penelitian**

Berdasarkan judul yang akan diteliti maka yang menjadi objek penelitian ini adalah Strategi

Komunikasi Bidang Pengembangan Pemasaran dalam Mempromosikan Wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Kecamatan Sinjai Borong, Kabupaten Sinjai.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pada pelaksanaanya, penelitian akan terlibat langsung dalam mengumpulkan data, mengelola data, serta menarik kesimpulan dari data yang diperoleh. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

##### **1. Teknik wawancara (*interview*)**

Teknik wawancara (*interview*) merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini berdasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.<sup>45</sup>

Metode Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Bidang Pengembangan

---

<sup>45</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, h. 317.

Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan  
Kabupaten Sinjai Dalam Mempromosikan Wisata  
TAHURA Sinjai Borong.

Macam-macam wawancara dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu:

- a. Wawancara terstruktur, yaitu pengumpul data telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan penulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.
- b. Wawancara semiterstruktur, yaitu dalam pelaksanaannya lebih bebas, dan menemukan permasalahan secara lebih terbuka di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.
- c. Wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya, yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian..*, h. 317-320.

## 2. Observasi

Observasi sbagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik, observasi merupakan proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik pengumpulan data dengan observasi penulis gunakan pada penelitian ini karena penelitian berkenan dengan proses kerja<sup>47</sup>, proses kerja yang dimaksud adalah strategi komunikasi Bidang Pengembangan dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai.

## 3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan seperti catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar seperti foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya seperti karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen

---

<sup>47</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian..*, h. 203.

merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>48</sup>

## **F. Instrumen Penelitian**

Menjelaskan mengenai instrument penelitian, Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri Oleh karena itu peneliti sebagai instrument juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun kelapangan. Validasi terhadap peneliti sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki obyek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya. Dalam enelitian kualitatif segala sesuatu yang akan dicari dari objek penelitian belum jelas dan pasti masalahnya, sumber datanya, hasil yang diharapkan semuanya belum jelas.<sup>49</sup>

Dalam penelitian kualitatif instrument utamanya adalah peneliti itu sendiri, namun selanjutnya setelah focus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan

---

<sup>48</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian..*, h. 329.

<sup>49</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian..*, h. 305-306.

dikembangkan instrument penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara.<sup>50</sup> Akan tetapi dalam penelitian ini juga menggunakan instrument penelitian berupa pedoman observasi, pedoman wawancara, dan pedoman dokumentasi yang dapat mempertajam serta melengkapi data hasil pengamatan observasi.

1. Pedoman Observasi yaitu lembar check list yang digunakan peneliti.
2. Pedoman Wawancara yaitu sejumlah pertanyaan untuk memperoleh informasi mengenai strategi komunikasi dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai.
3. Alat Dokumentasi yaitu memperoleh data dengan alat seperti kamera, berupa foto dan buku catatan.

## **G. Keabsahan Data**

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reabilitas. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi dalam objek yang

---

<sup>50</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian..*, h. 307.

diteliti. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reabilitas) dan *confirmability* (objektivitas).<sup>51</sup>

Uji kredibilitas dalam penelitian kualitatif meliputi aspek nilai kebenaran. Uji kredibilitas data hasil atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dapat dilakukan antara lain:

1. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali kelapangan melakukan pengamatan, wawancara dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Dengan perpanjangan pengamatan berarti hubungan peneliti dengan narasumber akan semakin akrab, semakin terbuka dan saling mempercayai. Dalam perpanjangan pengamatan sebaiknya difokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh, apakah data yang diperoleh sebelumnya benar atau tidak, jika dicek dan benar berarti kredibel, maka waktu perpanjangan dapat di akhiri.<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 365-366.

<sup>52</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 369-370.

## 2. Meningkatkan ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan meningkatkan ketekunan maka peneliti dapat melakukan pengecekan kembali apakah data yang sudah ditemukan itu salah atau tidak. Selain itu peneliti juga dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati.<sup>53</sup>

## 3. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Demikian terdapat berbagai triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Triangulasi dapat juga dilakukan dengan cara mengecek hasil penelitian dari tim peneliti lain yang diberi tugas melakukan pengumpulan data.<sup>54</sup>

## H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif menganalisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersama

---

<sup>53</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian..*, h. 370-371.

<sup>54</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian..*, h. 373.

dengan pengumpulan data. Dalam kenyataannya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelah selesai pengumpulan data.<sup>55</sup>

Selanjutnya, menjelaskan langkah-langkah dalam melakukan analisis data, yaitu:

1. Data Reduction (reduksi data).

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal serta tema yang penting dan berkaitan dengan strategi komunikasi dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten sinjai dalam mempromosikan wisata.

2. Data Display (penyajian data).

Dalam penelitian kualitatif melalui penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, phie card, pictogram dan sejenisnya, sehingga data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, dan akan lebih mudah dipahami.

3. Conclusion Drawing/ *Verification*.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dengan menganalisis data, dalam kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal harus didukung oleh

---

<sup>55</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian..*, h. 336.

bukti-bukti yang valid dan konsisten sehingga, saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian..*, h. 338-345.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Gambaran umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai**

###### **a. Profil Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai**

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai merupakan salah satu perangkat daerah pemerintah Kabupaten Sinjai, berdasarkan peraturan daerah No. 25 Tahun 2019 tentang perubahan atas peraturan daerah No. 5 Tahun 2016 tentang pembentukan dan susunan perangkat daerah kemudian dijabarkan peraturan Bupati No. 73 Tahun 2016 tentang susunan organisasi, kedudukan, tugas pokok dan fungsi serta tata kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.<sup>57</sup> Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, Jln. Jendral Sudirman, Balangnipa.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai memiliki tugas melaksanakan

---

<sup>57</sup>Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, *Rencana Strategis SKPD*, (Sinjai : 2018), h. 1.

urusan pemerintahan daerah Sinjai atas dasar asas otonomi dan tugas di bidang Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai yang menjadi tanggungjawab dan kewenangannya berdasarkan peraturan perundang-undang yang berlaku. Untuk menopang agar tugas pokok Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai berjalan dengan baik dalam melaksanakan tugasnya ada beberapa fungsi yang diselenggarakan, seperti :

- 1) Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang pariwisata dan kebudayaan.
  - 2) Pengelolaan administrasi umum meliputi ketatalaksanaan, keuangan, kepegawaian, perlengkapan dan peralatan.
  - 3) Pengelolaan unit pelaksana teknis dinas.<sup>58</sup>
  - 4) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.
- b. Visi Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai

Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dapat dirumuskan “Terwujudnya

---

<sup>58</sup>Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, *Rencana Strategis..*, h. 8.

Pariwisata Sinjai Yang Berdaya Saing Serta Pelestarian Kebudayaan Menuju Masyarakat Sejahtera”.<sup>59</sup>

Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai yaitu “Terwujudnya Sinjai Bersatu Yang Sejahtera, Unggul Dalam Kualitas Hidup, Terdepan Dalam Pelayanan Publik”.

c. Struktur organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai



<sup>59</sup>Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, *Rencana Strategis..*, h.52.

Gambar : Struktur Organisasi Dinas  
4.1 Pariwisata dan Kebudayaan  
Kabupaten Sinjai

d. Jumlah Pegawai ASN Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**

**Pegawai ASN Berdasarkan Jenis Kelamin**

| No            | Keterangan | Jenis Kelamin |           | Jumlah    |
|---------------|------------|---------------|-----------|-----------|
|               |            | L             | P         |           |
| 1             | Eselon II  | 1             | -         | 1         |
| 2             | Eselon III | 2             | 2         | 4         |
| 3             | Eselon IV  | 4             | 7         | 11        |
| 4             | Staf       | 3             | 3         | 6         |
| <b>Jumlah</b> |            | <b>10</b>     | <b>12</b> | <b>22</b> |

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan  
Kabupaten Sinjai

e. Jumlah Pegawai Non ASN Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.2**

**Pegawai Non ASN Berdasarkan Jenis Kelamin**

| No            | Keterangan        | Non PNS   |           | Jumlah    |
|---------------|-------------------|-----------|-----------|-----------|
|               |                   | L         | P         |           |
| 1             | Tenaga Sukarela   | 16        | 22        | 38        |
| 2             | Petugas Retribusi | 5         | 5         | 10        |
| <b>Jumlah</b> |                   | <b>21</b> | <b>27</b> | <b>48</b> |

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan  
Kabupaten Sinjai

f. Profil Bidang Pengembangan dan Pemasaran Dinas  
Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai

Dalam promosi wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, memberi tanggungjawab kepada Bidang Pengembangan dan Pemasaran untuk mempromosikan objek wisata yang ada di kabupaten Sinjai

Bidang Pengembangan dan Pemasaran mempunyai tugas, sebagai berikut :

- 1) Pelaksanaan perumusan kebijakan di bidang pengembangan promosi pariwisata, kerjasama dan hubungan antar lembaga dan pemasaran pariwisata.
- 2) Pelaksanan dan penyusunan pelaksanaan standar, pedoman, prosedur dan kriteria di bidang pengembangan promosi pariwisata, kerjasama dan hubungan antar lembaga serta pengembangan pasar pariwisata.
- 3) Pelaksanaan layanan bidang pengembangan promosi pariwisata, kerjasama dan hubungan

antar lembaga serta pengembangan pasar pariwisata.

- 4) Pelaksanaan pembinaan, bimbingan teknis dibidang pengembangan promosi pariwisata dan pemasaran pariwisata.
- 5) Pelaksanaan pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang pengembangan promosi pariwisata.
- 6) Pelaksanaan koordinasi dan kerjasama dalam pengembangan promosi pariwisata.
- 7) Pelaksanaan pelaporan tugas bidang pengembangan pemasaran pariwisata kepada Kepala Dinas.
- 8) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan yang berkaitan dengan tugas pokok organisasi guna mendukung kinerja organisasi.

Bidang Pengembangan dan Pemasaran terbagi menjadi tiga seksi, yaitu sebagai berikut :

- 1) Seksi Promosi Pariwisata, Bertugas :
  - a) Menyusun rencana kegiatan seksi bidang pariwisata.

- b) Menyusun standar operasional prosedur dalam pelaksanaan kegiatan pada seksi promosi pariwisata.
  - c) Melakukan pembinaan keterpaduan pengembangan promosi pariwisata.
  - d) Melakukan layanan pengembangan promosi pariwisata.
  - e) Menyusun standar administratif serta dokumen dalam pelaksanaan promosi pariwisata.
  - f) Melakukan bimbingan teknis dan evaluasi di bidang pengembangan promosi pariwisata.
  - g) Melakukan koordinasi dan kerja sama dalam pengembangan promosi pariwisata.
  - h) Menyusun laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas seksi promosi pariwisata.
  - i) Melaksanakan tugas lain yang di berikan oleh atasan berkaitan dengan tugas pokok organisasi guna mendukung kinerja organisasi.
- 2) Seksi kerjasama dan hubungan antar lembaga,  
Bertugas :

- a) Menyusun rencana kegiatan Seksi Kerjasama dan Hubungan Antar Lembaga.
- b) Menyusun standar operasional prosedur dalam pelaksanaan kegiatan pada Seksi Kerjasama dan Hubungan Antar Lembaga.
- c) Menyusun rencana kegiatan dibidang kerjasama dan hubungan antar lembaga dengan para pelaku pariwisata untuk pengembangan dan pembangunan pariwisata.
- d) Melakukan koordinasi dalam kerjasama dan hubungan antar lembaga.
- e) Melakukan kerjasama dengan perhimpunan hotel dan restoran Indonesia, Association Indonesia Travel Agent untuk pelayanan perhotelan pariwisata.
- f) Melakukan kerjasama dengan Himpunan Pramuwisata Indonesia untuk pelayanan pemanduan pariwisata.
- g) Melakukan kerjasama dengan para pelaku pariwisata untuk pengembangan dan pembangunan.

- h) Melakukan kerjasama dan meningkatkan koordinasi dengan lembaga pariwisata daerah/pusat dan stakeholder dalam rangka pengembangan promosi dan pemasaran pariwisata.
  - i) Menyusun laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi Kerjasama dan Hubungan Antar Lembaga.
  - j) Melaksanakan tugas lain yang di berikan oleh atasan berkaitan dengan tugas pokok organisai guna mendukung kinerja organisasi.
- 3) Seksi Pengembangan Pasar Pariwisata, Bertugas :
- a) Menyusun rencana kegiatan Seksi Pengembangan Pasar Pariwisata.
  - b) Menyusun standar operasional prosedur dalam pelaksanaan kegiatan pada Seksi Pengembangan Pasar Pariwisata.
  - c) Menyusun rencana kegiatan di bidang pengembangan segmen pasar pariwisata pada pintu masuk kedatangan wisatawan.

- d) Melakukan pembinaan keterpaduan pengembangan segmen pasar pariwisata pada pintu masuk kedatangan wisatawan.
- e) Melakukan layanan pengembangan segmen pasar pariwisata pada pintu masuk kedatangan wisatawan.
- f) Menyusun standar administratif serta dokumen dalam pelaksanaan pengembangan segmen pasar pariwisata pada pintu masuk kedatangan wisatawan.
- g) Melakukan bimbingan teknis dan evaluasi di bidang pengembangan segmen pasar pariwisata pada pintu masuk kedatangan wisatawan.
- h) Melakukan koordinasi dan kerja sama dalam pengembangan segmen pasar pariwisata pada pintu masuk kedatangan wisatawan.
- i) Menyusun laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi Pengembangan Pasar Pariwisata.
- j) Melaksanakan tugas lain yang di berikan oleh atasan berkaitan dengan tugas pokok

organisasi guna mendukung kinerja organisasi.<sup>60</sup>

## **2. Gambaran Umum Taman Hutan Raya (TAHURA) Abdul Latief Sinjai Borong**

### **a. Sejarah Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong**

Taman Hutan Raya Abdul Latief sebelumnya merupakan kawasan Hutan Lindung Bulu Pattiroang yang batas-batasnya ditetapkan pada tahun 1982 berdasarkan surat keputusan Menteri Pertanian tanggal 12 Oktober 1982 No. 760/Kpts/Um/10/82, sedangkan Pengesahan Menteri Kehutanan tanggal 30 April 1997 ditetapkan sebagai Hutan Lindung dan termasuk kelompok Hutan Lompobattang Aparang dengan luas seluruhnya 6.965 Ha.<sup>61</sup>

Pada tanggal 4 November 2006 kawasan Hutan Lindung Bulu Pattiroang pada kelompok Hutan Lompobattang Aparang, Kabupaten Sinjai Provinsi Sulawesi Selatan

---

<sup>60</sup> Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, *Rencana Strategis..*, h.20-23..

<sup>61</sup>Riswan Ade Putra, *“Kerjasama Dinas Pariwisata ..., h. 45.*

memenuhi syarat untuk diubah fungsi menjadi kawasan pelestarian alam dengan fungsi Taman Hutan Raya, karena potensi keindahan dan fenomena alam yang indah. Selanjutnya berdasarkan keputusan Menteri Kehutanan No. SK.267/Menhut-II/2008 tanggal 1 Agustus 2008 tentang perubahan fungsi sebagian kawasan Hutan Lindung Bulu Pattiroang pada Kelompok Hutan Lompobattang Apareng  $\pm 720$  (Tujuh Ratus Dua Puluh) Hektar terletak di Kabupaten Sinjai, Propinsi Sulawesi Selatan menjadi kawasan pelestarian alam dengan fungsi Taman Hutan Raya. Sehingga pada tahun 2014 tepatnya tanggal 30 Juni Bupati Sinjai memutuskan untuk membentuk unit teknis pengelolaan Taman Hutan Raya yakni di Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Sinjai. Berdasarkan peraturan Bupati Sinjai Nomor 65 tahun 2016 tentang susunan organisasi, kedudukan, tugas pokok dan fungsi serta tata kerja Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Taman Hutan Raya Abdul Latief berada dibawah koordinasi bidang pengelolaan Taman Hutan Raya dengan hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten

Sinjai berfungsi sebagai pihak yang mengontrol dalam segi wisata, mulai dari kegunaan wisata dan kegiatan pariwisata di Tahura.<sup>62</sup>

b. Lokasi Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong

Taman Hutan Raya (TAHURA) Abdul Latief terletak di Dusun Kalimbu, Desa Batu Belerang, Kecamatan Sinjai Borong, luas hutan 720,15 Ha dengan ketinggian  $\pm$  1385.0 MDPL, lokasi ini berjarak 51 Km dari ibu kota Kabupaten Sinjai, dengan titik koordinat S 5° 18'40.877" E 120°0'33.12128". Akses kelokasi dapat ditempuh dengan jalur darat dengan menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat dengan kondisi jalan aspal dan rabat beton yang berliku dan menanjak.

## B. Hasil dan Pembahasan Penelitian

### 1. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong

Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication*

---

<sup>62</sup>Riswan Ade Putra, "Kerjasama Dinas Pariwisata..", h. 42-51.

*management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>63</sup>

Penelitian tentang Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Sinjai Borong ini dilakukan pada bulan Februari sampai dengan bulan April 2021. Pada penelitian ini respondennya adalah Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran Pariwisata, Kepala Seksi Promosi Pariwisata, Kepala Seksi Kerjasama dan Hubungan Antar Lembaga Serta Kepala Seksi Pengembangan Pasar Pariwisata.

Strategi komunikasi dalam mempromosikan wisata tidak lepas dari perencanaan komunikasi, pelaksanaan, Monitoring dan evaluasi. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan penulis, promosi wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai bertujuan untuk memperkenalkan TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong hingga mancanegara, sebagaimana yang disampaikan ibu Andi

---

<sup>63</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori...*, h. 31.

Dewi Angriani selaku kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran Pariwisata pada saat diwawancarai.

Promosi wisata TAHURA Bertujuan untuk memperkenalkan bahwa TAHURA yang terletak di desa Batu Belerang kecamatan Sinjai Borong bisa dikenal oleh masyarakat luas baik dari Sinjai, luar kabupaten, nasional bahkan mancanegara. Perlu juga diketahui bahwa TAHURA adalah Taman Hutan Raya berupa konservasi jadi bisa digunakan sebagai studi komparasi selain sebagai tempat wisata, bahkan sebagai rujukan untuk menggali ilmu yang terkait kehutanan, perkebunan dan pertanian.<sup>64</sup>

Tujuan promosi merupakan konsep strategi komunikasi yang merupakan bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Hal inipun dierjelas dari hasil wawancara bapak Romi Rompe Gading selaku Kepala Seksi Kerjasama Dan Hubungan Antar Lembaga.

Bertujuan sebagai penyebarluasan informasi bahwa di kabupaten Sinjai ada Taman Hutan Raya Abdul Latief yang terdiri dari beberapa

---

<sup>64</sup>Wawancara: Andi Dewi Angriani, (50), Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 5 April 2021.

jenis pepohonan, terdapat area camping serta jalur sepeda.<sup>65</sup>

Dalam mempromosikan wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai tidak menggunakan desain yang khusus, hanya memanfaatkan peluang yang ada. Sebagaimana yang disampaikan ibu Andi Purnama Pabbenteng selaku Kepala Seksi Promosi Pariwisata pada saat diwawancarai.

Tidak ada desain khusus, selama ada peluang maka akan dimanfaatkan selagi anggaran mendukung.<sup>66</sup>

Proses promosi yang dikemas secara sederhana dan memanfaatkan peluang yang ada, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai tetap berjalan sesuai dengan aturan yang berlaku apalagi dimasa pandemic Covid-19, sebagaimana yang disampaikan ibu Andi Dewi Angriani saat diwawancarai.

---

<sup>65</sup>*Wawancara:* Romi Rompe Gading, (38), Kepala Seksi Kerjasama dan Hubungan Antar Lembaga, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 6 April 2021.

<sup>66</sup>*Wawancara:* Andi Purnama Pabbenteng, (40), Kepala Seksi Promosi Pariwisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 5 April 2021.

Kami tidak memiliki desain karena promosi yang dilakukan DISPARBUD dalam strategi promosi hanya secara sederhana apalagi dimasa pandemi, tetapi kami berjalan sesuai dengan penerapan protokol CHS (Cleaninses Health Safety) agar pengunjung tidak terjangkit virus Covid-19.<sup>67</sup>

Desain sederhana yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai diperjelas dari hasil wawancara bersama bapak Romi Rompe Gading.

“Menggunakan Media sosial karena hal ini efektif untuk saat ini, penyebarluasan menggunakan media elektronik (Sinjai TV).”<sup>68</sup>

Selain menggunakan media, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai melakukan beberapa upaya guna meningkatkan jumlah pengunjung, seperti melakukan pendekatan persuasif dan ikut serta dalam kegiatan pariwisata. Hal ini

---

<sup>67</sup>*Wawancara:* Andi Dewi Angriani, (50), Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 5 April 2021.

<sup>68</sup>*Wawancara:* Romi Rompe Gading, (38), Kepala Seksi Kerjasama dan Hubungan Antar Lembaga, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 6 April 2021.

disampaikan oleh ibu Andi Dewi Angrrani saat diwawancarai.

Menggunakan media sosial, menayangkan iklan wisata di Sinjai TV, melakukan pendekatan persuasif, mengikuti dan melakukan Event pariwisata, event pembangunan, pembagian brosur dan penayangan video saat ada kunjungan di Kabupaten Sinjai.<sup>69</sup>

Dalam strategi komunikasi pemasaran pariwisata Indonesia ada yang disebut dengan strategi *push strategy*, artinya pemanfaatan media elektronik dipergunakan pada saat promosi wisata hal ini disebabkan anggaran pemasaran yang masih terbatas. Pada saat promosi wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai tidak lepas dari *job description* sebagaimana yang disampaikan oleh ibu Andi Dewi Angriani saat diwawancarai.

Kalau mengenai tugas sudah jelas untuk memasarkan, mempromosikan, menjalin kemitraan dengan lembaga pendanaan dari

---

<sup>69</sup>Wawancara: Andi Dewi Angriani, (50), Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 5 April 2021.

sektor pariwisata serta kami menawarkan kepihak swasta untuk menjalin kerja sama.<sup>70</sup>

Pada saat diwawancarai bapak Romi Rompe Gading memperjelas mengenai pembagian *job description* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong.

Terbagi menjadi 5 (Lima), Ada yang khusus mengurus konten pariwisata, Strategi pemasaran, monitoring, kerjasama, ada yang khusus menggelar event.<sup>71</sup>

Promosi wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai tidak lepas dengan kerjasama pemerintah daerah, hal ini disampaikan ibu Andi Dewi Angriani saat diwawancarai.

TAHURA merupakan objek wisata yang pembangunannya menjadi prioritas pemerintah Sinjai, untuk akses kelokasi (Jalanan yang baik) Dinas Pariwisata bekerjasama dengan BUPR, dibutuhkan

---

<sup>70</sup>Wawancara: Andi Dewi Angriani, (50), Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 5 April 2021.

<sup>71</sup>Wawancara: Romi Rompe Gading, (38), Kepala Seksi Kerjasama dan Hubungan Antar Lembaga, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 6 April 2021.

ekosistem (Sarana dan Prasarana) kami menyerahkan kepihak yang terkait, DISPARBUD juga melakukan kerjasama dengan satpolpp, Kehutanan, Dinas Lingkungan Hidup, Camat Sinjai Borong, masyarakat serta pemerintah setempat. Untuk pendanaan selain kerjasama dengan pemerintah (Pemerintah Daerah, Provinsi, dan pusat) juga dibutuhkan kerjasama dengan pihak luar.<sup>72</sup>

Selain itu ada beberapa pihak yang terlibat langsung dalam proses promosi wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong, sebagaimana yang di sampaikan oleh bapak Romi Rompe Gading saat diwawancarai.

Untuk promosi wisata DISPARBUD melakukan kerjasama dengan Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Kabupaten Sinjai untuk penyebarluasan informasi pariwisata, Bentuk kelompok kerjasama yang digunakan DISPARBUD Sinjai dalam mempromosikan wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief yaitu kerjasama dengan petugas wisata (menyiapkan petugas untuk mengurus karcis, pengambilan gambar dan kunjungan wisata).<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Wawancara: Andi Dewi Angriani, (50), Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 5 April 2021.

<sup>73</sup> Wawancara: Romi Rompe Gading, (38), Kepala Seksi Kerjasama dan Hubungan Antar Lembaga, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 6 April 2021.

Selain kerjasama dengan pemerintah daerah, pemerintah desa Batu Belerang, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai menggunakan media elektronik dan media luar ruang sebagai teknik promosi wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong, hal ini disebut dengan teknik pemilihan media komunikasi dalam promosi wisata, sebagai mana yang disampaikan oleh ibu Andi Dewi Angriani saat diwawancarai.

Menggunakan media sosial, menayangkan iklan wisata di Sinjai TV, melakukan pendekatan persuasif, mengikuti dan melakukan Event pariwisata, event pembangunan, pembagian brosur dan penayangan video saat ada kunjungan di Kabupaten Sinjai.<sup>74</sup>

Untuk mencapai sasaran promosi kita bisa menentukan beberapa media yang akan dipergunakan dalam promosi wisata, sesuai dengan tujuan yang akan dicapai serta pesan yang akan disampaikan serta teknik yang akan dipergunakan.<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup>Wawancara: Andi Dewi Angriani, (50), Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 5 April 2021.

<sup>75</sup>Onong, uchjana effendi, ilmu komunikasi teori,...h.37

Hal yang serupa disampaikan oleh bapak Romi Rompe Gading saat diwawancara mengenai teknik promosi wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong.

Selain menggunakan media sosial seperti (Facebook, Instagram dan *Web Site*, youtube, aplikasi ayo kesinjai, Radio dan TV.), kami juga membuat famflet dan brosur pariwisata.<sup>76</sup>

Setelah promosi wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong dilakukan, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai kembali memonitoring, mengontrol dan mengevaluasi. Hal ini bertujuan untuk memantau, memeriksa, dan menilai apakah proses promosi berjalan efisien dan sebagai instansi yang bertanggungjawab mengenai promosi wisata dapat mengetahui langkah apa yang akan dilakukan. Sebagaimana yang diutarakan oleh ibu Andi Dewi Angriani saat diwawancarai.

Turun langsung kelapangan, melakukan pendampingan serta menanyakan kendala kepada petugas objek wisata untuk

---

<sup>76</sup>Wawancara: Romi Rompe Gading, (38), Kepala Seksi Kerjasama dan Hubungan Antar Lembaga, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 6 April 2021.

mendapatkan informasi yang akurat. Selalu menanyakan karcis yang masuk kepada petugas, dan menanyakan minat pengunjung kepada petugas. Evaluasi yang dilakukan secara lisan dengan petugas Taman Hutan Raya.<sup>77</sup>

Monitoring dilaksanakan dengan turun langsung ke objek wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong sekaligus peninjauan jumlah pengunjung, hal ini disampaikan ibu Andi Yuvita selaku Kepala Seksi Pengembangan Pasar Pariwisata saat diwawancarai.

“Cara monitoring yang dilakukan, kita turun langsung ke TAHURA sekaligus memantau jumlah pengunjung dengan petugas wisata.”<sup>78</sup>

Selain turun langsung, monitoring juga dilakukan dengan cara memantau media sosial dan membuat laporan sebagaimana yang dikatakan oleh ibu Andi Purnama Pabbenteng saat diwawancarai.

---

<sup>77</sup>*Wawancara:* Andi Dewi Angriani, (50), Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 5 April 2021.

<sup>78</sup>*Wawancara:* Andi Yuvita, (41), Kepala Seksi Pengembangan Pasar Pariwisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 6 April 2021.

“Memantau media sosial berupa *like*, komen dan yang mengshare postingan serta kami membuat laporan TIC setiap bulan.”<sup>79</sup>

Berdasarkan hasil penelusuran, Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Abdul Latief Kecamatan Sinjai Borong tidak lepas dari media elektronik (Dalam strategi komunikasi pemasaran pariwisata Indonesia disebut dengan istilah *Push Strategy*), media luar ruang (Bentuk promosi yang paling dikenal dan menjadi instrument promosi yang sangat penting), pendekatan persuasif (dalam teknik promosi hal ini disebut dengan Penjualan Personal), Publikasi (Web site, Radio dan Televisi) dan menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah dan pemerintah desa yang terkait. Serta melaksanakan monitoring dan evaluasi secara langsung ke objek wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong dibuktikan dengan data jumlah pengunjung sekaligus mengevaluasi secara lisan petugas wisata TAHURA mengenai minat pengunjung dan monitoring di media sosial.

---

<sup>79</sup>Wawancara: Andi Purnama Pabbenteng, (40), Kepala Seksi Promosi Pariwisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 5 April 2021.

Berdasarkan hasil penelusuran, Bidang Pengembangan dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai sebelum melaksanakan promosi wisata terlebih dahulu mereka membuat rancangan promosi wisata namun tidak menentukan target jumlah pengunjung, penentuan media serta menentukan tujuan dilakukannya promosi. Selain itu, Bidang pengembangan dan pemasaran juga membentuk event-event untuk kegiatan promosi.<sup>80</sup>

## **2. Faktor pendukung dan penghambat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Abdul Latief Kecamatan Sinjai Borong**

Setiap kegiatan yang dilakukan tentunya tak lepas dari faktor pendukung agar tercapai sesuai dengan perencanaan, tak terkecuali dengan faktor penghambat. Seperti dalam proses promosi wisata Taman Hutan Raya (TAHURA) Abdul Latief Sinjai Borong yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai.

---

<sup>80</sup>*Observasi* : Membentuk Event Untuk Kegiatan Promosi Wisata, Bidang Pengembangan Dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, Pukul 14.20 Wita, tanggal 5 April 2021.

- a. Faktor pendukung Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong

Promosi wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai sangat didukung dengan kemajuan teknologi saat ini, seperti yang diungkapkan oleh ibu Andi Dewi Angriani.

“Tentu, karena market kami menggunakan media sosial setelah melakukan promosi sangat meningkatkan jumlah pengunjung (Wisatawan yang berkunjung).”<sup>81</sup>

Mengenai jumlah pengunjung yang meningkat karena adanya promosi menggunakan beberapa media, semakin diperjelas oleh ibu Andi Yuvita saat diwawancarai.

Jumlah pengunjung dari tahun ketahun itu selalu meningkat, kecuali pada tahun 2020 karena imbas dari Covid-19 namun tahun ini Alhamdulillah melampaui

---

<sup>81</sup>Wawancara: Andi Dewi Angriani, (50), Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, pada tanggal 5 April 2021.

target, apalagi setelah pembangunan taman yang baru-baru dilaksanakan.<sup>82</sup>

Selain kemajuan teknologi promosi wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong juga didukung dengan kondisi alam objek wisata itu sendiri, dimana TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong bukan hanya sekedar hutan namun termasuk taman hutan raya berupa konservasi, selain itu lokasi TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong merupakan daerah yang cukup luas dan daya beli yang cukup besar dan menguntungkan, seperti yang disampaikan ibu Andi Dewi Angriani saat diwawancarai.

TAHURA adalah taman hutan raya berupa konservasi jadi bisa digunakan sebagai studi komparasi selain sebagai tempat wisata, bahkan sebagai rujukan untuk menggali ilmu yang terkait kehutanan, perkebunan dan pertanian.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup>*Wawancara:* Andi Yuvita, (41), Kepala Seksi Pengembangan Pasar Pariwisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 6 April 2021

<sup>83</sup>*Wawancara:* Andi Dewi Angriani, (50), Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 5 April 2021.

Apa yang disampaikan ibu Andi Dewi Angriani semakin diperjelas oleh ibu Andi Purnama Pabbenteng saat diwawancarai

Ditahura terdapat endapan bebatuan yang muncul saat hujan, bukan hanya sekedar hutan tetapi terdapat air terjun serta sumber mata air belerang, tapi karena jaraknya jauh dan aksesnya agak susah jadi kita hanya fokus di tamannya saja.<sup>84</sup>

Dalam proses promosi wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong tidak lepas dengan kerjasama organisasi perangkat daerah, dalam promosi wisata kerjasama bertujuan untuk mempercepat jumlah wisatawan, hal ini sesuai dengan strategi komunikasi pemasaran pariwisata Indonesia, sebagaimana disampaikan ibu Andi Dewi Angriani saat diwawancarai.

Melakukan kerja sama dengan OPD serta travel sinjai, karena pengunjung kadang membutuhkan kendaraan.<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup>*Wawancara:* Andi Purnama Pabbenteng, (40), Kepala Seksi Promosi Pariwisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 5 April 2021.

<sup>85</sup>*Wawancara:* Andi Dewi Angriani, (50), Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 5 April 2021.

Berdasarkan hasil penelusuran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai pada saat melaksanakan promosi wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong mendapat banyak dukungan, mulai dari kemajuan teknologi, kondisi alam objek wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong dan dukungan dari Organisasi Perangkat Daerah (OPD) sehingga memudahkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai pada saat promosi.

- b. Faktor penghambat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong

Ada beberapa penghambat yang dialami Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam proses promosi wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong, mulai dari sumber daya manusia yang masih belum memadai, sebagaimana yang disampaikan ibu Andi Purnama Pabbenteng saat diwawancarai.

“SDM yang kurang, kurang alat, penganggaran dan keterampilan.”<sup>86</sup>

Selain kekurangan alat dan SDM, lokasi kabupaten Sinjai yang tidak termasuk area persinggahan juga menghambat proses promosi wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong, hal ini disampaikan oleh ibu Andi Dewi Angriani saat diwawancarai.

“Kurangnya SDM, Banyaknya saingan wisata dari daerah lain dan Sinjai bukan daerah persinggahan.”<sup>87</sup>

Selain itu, Faktor penghambat yang dialami Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai ialah terbatasnya kemampuan dan keterampilan sumber daya manusia, sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Romi Rompe Gading saat diwawancarai.

Pengambilan gambar yang kurang maksimal serta cuaca yang tidak

---

<sup>86</sup>Wawancara: Andi Purnama Pabbenteng, (40), Kepala Seksi Promosi Pariwisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 5 April 2021.

<sup>87</sup>Wawancara: Andi Dewi Angriani, (50), Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 5 April 2021.

memungkinkan sehingga hasilnya tidak layak untuk dipublikasikan serta jarak yang ditempuh dengan waktu yang cukup lama.<sup>88</sup>

Berdasarkan hasil penelusuran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai saat melaksanakan promosi wisata juga mendapat beberapa kendala. Selain lokasi kabupaten Sinjai yang tidak termasuk daerah persinggahan dan kekurangan alat, Ada juga kendala internal Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, seperti kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki Bidang Pengembangan Dan Pemasaran serta kurangnya keterampilan yang dimiliki, cuaca yang buruk juga merupakan salah satu kendala saat pengambilan gambar atau video objek wisata, hal ini juga mempengaruhi kegiatan monitoring dan evaluasi yang tidak berjalan sesuai dengan rencana awal.

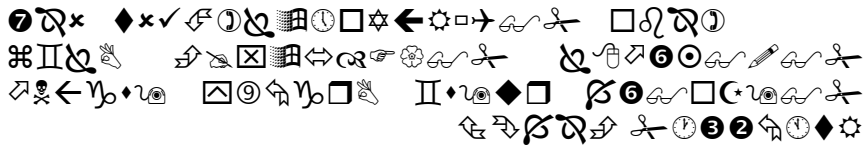
Dalam promosi wisata, dibutuhkan komunikasi pemasaran yang objektif, yakni menyampaikan informasi secara realistis yang tidak

---

<sup>88</sup>Wawancara: Romi Rompe Gading, (38), Kepala Seksi Kerjasama dan Hubungan Antar Lembaga, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, tanggal 6 April 2021.

mengandung kebohongan atau penipuan, Sehingga wisatawan memiliki gambaran terhadap objek wisata yang dipromosikan.

Promosi yang dibenarkan dalam bermuamalah harus memenuhi prinsip syariah yaitu promosi yang jujur, transparan dan menjelaskan apa adanya, hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa Ayat 145 :



Terjemahan :

Sesungguhnya orang-orang munafik itu (ditempatkan) pada tingkatan yang paling bawah dari neraka. dan kamu sekali-kali tidak akan mendapat seorang penolongpun bagi mereka.<sup>89</sup>

Diketahui bahwa ciri-ciri orang munafik, yaitu jika diberi amanat, ia khianat, jika berbicara, ia dusta, jika ia berjanji, ia ingkar dan jika ia berselisih, ia zalim.

---

<sup>89</sup>Kementrian agama RI, Al-Qur'an dan terjemahan (Bogor : Publishing dan Distributin, 2018), h.101.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai melalui Bidang Pengembangan dan Pemasaran selalu mengupayakan yang terbaik untuk pariwisata kabupaten Sinjai.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan selama kurang lebih dua bulan, mengenai Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Sinjai Borong, peneliti dapat menyimpulkan hasil penelitian dari beberapa responden sekaligus menjawab rumusan masalah, mulai dari bagaimana strategi komunikasi hingga faktor pendukung dan penghambat yang dialami Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai pada saat melakukan promosi wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong, yaitu sebagai berikut :

1. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Abdul Latief Kecamatan Sinjai Borong menggunakan beberapa strategi sederhana, seperti penjualan personal, *Push Strategy*, penggunaan media

luar ruang menjalin beberapa kerjasama mulai dari pemerintah daerah dan pemerintah desa hingga organisasi perangkat daerah. Penjualan personal merupakan teknik promosi yang dilakukan secara langsung kepada calon pengunjung, *Push strategy* digunakan untuk promosi karena anggaran yang masih terbatas sehingga iklan di media elektronik dan cetak dimaksimalkan serta melihat peluang yang ada. Media luar ruang yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai berupa famflet dan brosur pariwisata. Bidang Pengembangan dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Sinjai juga melakukan monitoring dan evaluasi secara langsung ke Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong dibuktikan dengan data jumlah pengunjung. Sebelum melaksanakan promosi bidang pengembangan dan pemasaran selaku penanggungjawab promosi membuat perencanaan promosi wisata, penentuan media dan penentuan tujuan promosi wisata.

2. Faktor pendukung dan penghambat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai Dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Abdul Latief Kecamatan Sinjai Borong

- a. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong sangat didukung dengan kemajuan teknologi, kondisi alam objek wisata karena TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong termasuk hutan raya konservasi sehingga dapat digunakan sebagai studi komparasi selain sebagai tempat wisata serta terjalinnya kerjasama yang baik mulai dari organisasi perangkat daerah (OPD) hingga pemerintah daerah dan desa.
- b. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong mengalami beberapa hambatan mulai dari kurangnya alat yang dapat digunakan, Cuaca yang terkadang tidak mendukung pada saat pengambilan gambar, Kurangnya kreatifitas dan Sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki bidang pengembangan dan pemasaran serta lokasi kabupaten Sinjai yang tidak termasuk daerah persinggahan.

## **B. Saran**

Setelah melakukan penelitian dengan metode wawancara dan observasi di Dinas Pariwisata dan

Kebudayaan Kabupaten Sinjai terkait Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai Dalam Mempromosikan Wisata TAHURA Sinjai Borong, peneliti dapat mengajukan beberapa saran guna meningkatkan strategi komunikasi dalam mempromosikan wisata TAHURA Abdul Latief Sinjai Borong diantaranya sebagai berikut:

1. Penambahan alat untuk promosi dibidang pengembangan dan pemasaran.
2. Penambahan SDM serta meningkatkan kreatifitas SDM bidang pengembangan dan pemasaran khususnya dibagian promosi wisata.
3. Dalam promosi wisata untuk lebih mengetahui apakah tujuan dari promosi tercapai atau tidak, hendaknya menentukan target pengunjung (Wisatawan) dalam perencanaan promosi.
4. Saat membuat rancangan strategi komunikasi hendaknya memperhatikan komponen-komponen komunikasi, agar strategi komunikasi dalam mempromosikan wisata lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angriani, Andi Dewi, *Kepala Bidang pengembangan dan pemasaran*, (50), Wawancara pada tanggal, 5 April 2021.
- Ariyani, Gita Ardhila, *Analisis Komunikasi dalam Mempublikasi Obyek Wisata Pantai Lawena di Kota Ambon*, Skripsi, Malang; Universitas Muhammadiyah Malang, 2015.
- Bungin, Burhan, *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*, Cet;II, Jakarta: Kencana, 2017.
- , *Sosiologi Komunikasi: teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Cet.VIII; Jakarta : Kencana, 2015.
- Cagana, Hafied, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi Edisi Revisi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Dahlan, Haerani, *Profil Disparbud*, diakses pada tanggal 17 November 2020, Dari <https://disparbud.sinjaikab.go.id/profil-disparbud/>
- Daulay, Hamdan,m *Jurnalistik dan Kebebasan Pers*, Medan; PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten sinjai, *Rencanaa Strategis SKPD*, Sinjai: 2018.

Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Cet; XXII, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.

Fajar, Murhaeni, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*, Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

Faridah, *Strategi Dakwah dalam Pembinaan Spiritual Narapidana di Lembaga Pemasyarakatan Wanita Kelas II A Sungguminasa Gowa*, Tesis, Makassar; UIN Alauddin Makassar, 2014.

Gading, Romi Rompe, *Kepala Seksi Kerjasama dan Hubungan Antar Lembaga*, (38), Wawancara, pada tanggal 6 April 2021.

Giffari, Nur Ahmad, *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Lombok Timur*, Skripsi, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2017.

Hasrayanti, *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Pengembangan Hutan Bakau di Desa Tongke-Tongke Kecamatan Sinjai Timur*, Skripsi, Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017.

Herlina, Mega Gusti, *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Paranti 105.6 FM Pandeglang dalam Mendapatkan*

- Iklan*, Skripsi, Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2012.
- Morisson, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Cet; IV, Jakarta: Kencana, 2015.
- , *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Cet.II; Jakarta: Kencana, 2014.
- Muhtadi, Asep Saeful , *Komunikasi Politik*, Cet; I, Bandung: CV Pustaka Setia, 2016.
- Nuruddin, *Ilmu Komunikasi : Ilmiah dan Populer*, Cet; I, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Pabbenteng, Andi Purnama, *Kepala Seksi Promosi Pariwisata*, (40), *Wawancara*, pada tanggal 5 April 2021.
- Prastowo, Andi, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- Primastikah, Amalia Ayu, *Strategi Komunikasi Promosi Pariwisata di Desa Wisata Krebet Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta*, Skripsi, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa, 2018.
- Prisgunanto, Ilham, *Komunikasi Pemasaran Strategi dan Taktik*, Bogor: Grealia Indonesia, 2006.
- Putra, Riswan Ade, *Kerjasama Dinas Pariwisata dan Dinas Lingkungan Hidup Dalam Pemeliharaan Wisata Taman*

*Hutan Raya Abdul Latif di Kecamatan Sinjai Borong Kabupaten Sinjai*, Skripsi, Makassar; UNISMU, 2018.

Rusady, Roslan, *Merode penelitian: Public Relatian & Komunikasi*, (Cet. V; Jakarta: Rajawali Pers, 2010).

Sartika, Ariny, 2015, *Strategi Komunikasi Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) dalam Melakukan Sosialisasi HIV/AIDS di Kota Samarinda*, Ilmu Komunikasi, Vol.III. Nomor 1, 2015, h.21. Data dikutip dari [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/01/jurnal%20ariny%20\(01-29-15-07-40-19\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/01/jurnal%20ariny%20(01-29-15-07-40-19).pdf)

Sugiarti, Thesar, *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Pemetaan Potensi Wisata Kabupaten Buton Tengah*, Skripsi, Kendari: Universitas Halu Uleo, 2016.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D*, Cet. XXIV; Bandung: Alfabeta, 2016.

Tiono, Pras, 2015, *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Jemur di Rokan Hilir*, Jurnal Mahasiswa Riau, Vol.II. Nomor 2, h. 4. Data dikutip dari

<https://media.neliti.com/media/publications/32410-ID-strategi-komunikasi-dinas-kebudayaan-pariwisata-pemuda-dan-olahraga-dalam-mempro.pdf>

Yuvita, Andi, *Kepala Seksi Promosi Pariwisata*, (41),  
Wawancara, pada tanggal 5 April 2021.



## KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

“Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan  
Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata Tahura Sinjai  
Borong”

Nama : Satmaniar  
NIM : 170208007  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

| Variabel I                 | Indikator                 | Item                                                         |
|----------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------------|
| <b>Strategi Komunikasi</b> | 1. Perencanaan Komunikasi | Tujuan, Desain dan <i>Job Description</i>                    |
|                            | 2. Manajemen Komunikasi   | Pembentukan kelompok kerja dan Kerja sama dengan pemerintah. |
|                            | 3. Pelaksanaan            | <i>Monitoring</i> , Kontrol dan Evaluasi                     |
|                            | 4. Evaluasi               | Lisan dan Tulisan                                            |

| Variabel II           | Indikator | Item                                  |
|-----------------------|-----------|---------------------------------------|
| <b>Promosi Wisata</b> | 1. Iklan  | Media elektronik ,<br>Media cetak dan |

|  |                       |                                                                 |
|--|-----------------------|-----------------------------------------------------------------|
|  |                       | Media luar ruang                                                |
|  | 2. Penjualan Personal | SMS, <i>Multi-level marketing</i> dan langsung kepada konsumen. |
|  | 3. Publikasi          | Artikel, <i>feature</i> , profil, advertorial dan brosur        |
|  | 4. Pameran            | Melalui <i>event-event</i>                                      |

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian,

Berjudul : Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten  
Sinjai Dalam Mempromosikan Wisata Tahura Kecamatan Sinjai  
Borong.

Yang ditulis oleh;

Nama : Satmaniar  
NIM : 170208007  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Fakultas : Ushuluddin dan Komunikasi Islam

Disetujui sebagai kisi-kisi instrumen penelitian.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Sinjai, 2021

Pembimbing I,

Rahmatullah, S.Sos.I., M.A.  
NIDN: 2110038301

Pembimbing II,

Faridah, S.Kom.I., M.Sos.I.  
NIDN: 2122128001

Mengetahui,  
Ketua Prodi Studi KPI

  
Faridah, S.Kom.I., M. Sos.I.  
NIM: 212774

**PEDOMAN WAWANCARA**  
**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN**  
**KEBUDAYAAN KABUPATEN SINJAI DALAM**  
**MEMPROMOSIKAN**  
**WISATA TAHURA SINJAI BORONG**

**Staf Bidang Pengembangan dan Pemasaran Dinas**  
**Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai**

**1. Data Pribadi**

Nama :  
Tempat/ Tanggal Lahir :  
Jenis Kelamin :  
Hari/ Tanggal :

**2. Pertanyaan**

- a. Apa tujuan dari promosi Wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?
- b. Bagaimana bentuk desain yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?
- c. Bagaimana *job description* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

- d. Bagaimana bentuk kelompok kerja yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?
- e. Bagaimana bentuk kerja sama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dengan pemerintah dalam mempromosikan wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?
- f. Bagaimana bentuk Kontrol terhadap pelaksanaan Promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?
- g. Bagaimana cara *monitoring* yang dilakukan dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten sinjai pada tahap pelaksanaan strategi komunikasi?
- h. Bagaimana bentuk evaluasi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan Wisata Tahura?
- i. Jenis media massa apa yang digunakan untuk promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?
- j. Apakah media massa yang digunakan berdampak pada jumlah pengunjung?

- k. Teknik apa saja yang digunakan dalam promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?
- l. Apakah teknik promosi yang digunakan oleh bidang pengembangan dan pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai memberi dampak terhadap jumlah pengunjung?
- m. Apa saja faktor penghambat pada saat penerapan teknik promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?
- n. Apa saja faktor pendukung untuk melakukan promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?
- o. Bagaimana peran bidang pengembangan dan pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?
- p. Bagaimana perkembangan pengunjung di wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong dari tahun ke tahun?

**LEMBAR OBSERVASI**  
**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN**  
**KEBUDAYAAN KABUPATEN SINJAI DALAM**  
**MEMPROMOSIKAN**  
**WISATA TAHURA SINJAI BORONG**

Nama :  
 Tempat/ Tanggal Lahir :  
 Hari/ Tanggal :

| No. | Aspek yang diobservasi                                            | Keterangan |       |
|-----|-------------------------------------------------------------------|------------|-------|
|     |                                                                   | Ya         | tidak |
| 1.  | Membuat rancangan sebelum melaksanakan promosi                    |            |       |
| 2.  | Menetapkan tujuan pelaksanaan promosi                             |            |       |
| 3.  | Melakukan kontrol terhadap promosi                                |            |       |
| 4.  | Melakukan <i>monitoring</i> terhadap pelaksanaan promosi          |            |       |
| 5.  | Melakukan evaluasi secara lisan dan tulisan                       |            |       |
| 6.  | Memberikan potongan harga saat promosi wisata (pemasaran gerilya) |            |       |

|     |                                                                                                                             |  |  |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 7.  | Meningkatkan kualitas pelayanan umum bagi wisatawan                                                                         |  |  |
| 8.  | Membentuk kelompok kerja untuk promosi wisata tahura                                                                        |  |  |
| 9.  | Membentuk event (Kegiatan) untuk promosi wisata                                                                             |  |  |
| 10. | Memanfaatkan media elektronik                                                                                               |  |  |
| 11. | Memanfaatkan media cetak                                                                                                    |  |  |
| 12. | Menyebarkan informasi mengenai wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong (Publikasi)                               |  |  |
| 13. | Pelaku pariwisata dan pemerintah bekerjasama dalam menghadapi permasalahan global (Persaingan dibidang industri pariwisata) |  |  |

**HASIL WAWANCARA**  
**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN**  
**KEBUDAYAAN KABUPATEN SINJAI DALAM**  
**MEMPROMOSIKAN**  
**WISATA TAHURA SINJAI BORONG**

**Staf Bidang Pengembangan dan Pemasaran Dinas**  
**Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai**

**3. Data Pribadi**

Nama : Andi Dewi Angriani, S.Sos.  
M.Si  
Tempat/ Tanggal : Ujung Pandang / 19 Maret  
Lahir 1971  
Jabatan : Kepala Bidang pengembangan  
dan pemasaran  
Hari/ Tanggal : Senin / 5 April 2021

**4. Pertanyaan**

q. Apa tujuan dari promosi wisata Taman Hutan Raya  
Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Bertujuan untuk memperkenalkan bahwa  
TAHURA yang terletak di desa Batu  
Belarang Kecamatan Sinjai Borong bisa  
dikenal oleh masyarakat luas baik dari  
Sinjai, luar kabupaten, nasional bahkan  
mancanegara. Perlu juga diketahui  
bahwa TAHURA adalah taman hutan

raya berupa konservasi jadi bisa digunakan sebagai studi komparasi selain sebagai tempat wisata, bahkan sebagai rujukan untuk menggali ilmu yang terkait kehutanan, perkebunan dan pertanian.

- r. Bagaimana bentuk desain yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Kami tidak memiliki desain karena promosi yang dilakukan DISPARBUD dalam strategi promosi hanya secara sederhana apalagi dimasa pandemi, tetapi kami berjalan sesuai dengan penerapan protokol CHS (*Cleninses Health Safety*) agar pengunjung tidak terjangkit virus Covid-19. Kami membuat branding segmentasi pasar karena target pemasaran kami tentunya kaum milenial karena TAHURA merupakan area yang luas, memerlukan stamina yang banyak, namun disana juga ada wahana bermain anak sehingga cocok juga dikunjungi

oleh anak-anak

- s. Bagaimana *job description* dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten sinjai dalam mempromosikan wisata taman hutan raya abdul latief sinjai borong?

Jawab : Kami menggunakan *tagline* ayo kesinjai, kalau mengenai tugas sudah jelas untuk memasarkan, mempromosikan, menjalin kemitraan dengan lembaga pendanaan dari sektor pariwisata serta kami menawarkan kepihak swasta untuk menjalin kerja sama.

- t. Bagaimana bentuk kelompok kerja yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Tidak ada kelompok kerja karena yang langsung melakukan promosi langsung seksi promosi.

- u. Bagaimana bentuk kerjasama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dengan pemerintah

dalam mempromosikan wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : TAHURA merupakan objek wisata yang pembangunannya menjadi prioritas pemerintah Sinjai, untuk akses kelokasi (Jalanan yang baik) Dinas Pariwisata bekerjasama dengan BUPR, dibutuhkan ekosistem (Sarana dan Prasarana) kami menyerahkan kepihak yang terkait, DISPARBUD juga melakukan kerja sama dengan Satpolpp, Kehutanan, Dinas Lingkungan Hidup, Camat Sinjai Borong, masyarakat serta pemerintah setempat. Untuk pendanaan selain kerja sama dengan pemerintah (Pemerintah Daerah, Provinsi, Danpusat) juga dibutuhkan kerja sama dengan pihak luar.

- v. Bagaimana bentuk kontrol terhadap pelaksanaan promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Selalu menanyakan karcis yang masuk kepada petugas dan menanyakan minat

pengunjung kepada petugas.

- w. Bagaimana cara *monitoring* yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai pada tahap pelaksanaan strategi komunikasi?

Jawab : Turun langsung kelapangan, melakukan pendampingan serta menanyakan kendala kepada petugas objek wisata untuk mendapatkan informasi yang akurat.

- x. Bagaimana bentuk evaluasi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan wisata TAHURA?

Jawab : Evaluasi yang dilakukan secara lisan dengan petugas Taman Hutan Raya.

- y. Jenis media massa apa yang digunakan untuk promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Instagram, Facebook, Youtube.

- z. Apakah media massa yang digunakan berdampak pada jumlah pengunjung?

Jawab : Tentu, karena market kami menggunakan media sosial setelah melakukan promosi sangat meningkatkan jumlah pengunjung

(Wisatawan yang berkunjung).

aa. Teknik apa saja yang digunakan dalam promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Menggunakan media sosial, menayangkan iklan wisata di Sinjai TV, melakukan pendekatan persuasif, mengikuti dan melakukan Event pariwisata, event pembangunan, pembagian brosur dan penayangan video saat ada kunjungan di Kabupaten Sinjai

bb. Apa saja faktor penghambat pada saat penerapan teknik promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Kurangnya SDM, Banyaknya saingan wisata dari daerah lain dan Sinjai bukan daerah persinggahan.

cc. Apa saja faktor pendukung untuk melakukan promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Melakukan kerja sama dengan opd serta

travel Sinjai, karena pengunjung kadang membutuhkan kendaraan

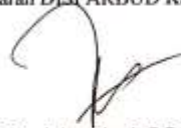
dd. Bagaimana peran bidang pengembangan dan pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Mempromosikan dan memasarkan wisata agar jumlah wisatawan meningkat.

o. Bagaimana perkembangan pengunjung di wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong dari tahun ke tahun?

Jawab : Jumlah pengunjung dari tahun ketahun selalu melampaui target

Yang menyatakan,  
Kepala Bidang Pengembangan dan  
Pemasaran DISPARBUD Kab. Sinjai



Andi Dewi Angriani, S.Sos. M.Si  
NIP : 19710319 19940 1 2001

# HASIL OBSERVASI

## STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN

### KEBUDAYAAN KABUPATEN SINJAI DALAM

### MEMPROMOSIKAN

### WISATA TAHURA SINJAI BORONG

Nama : Andi Dewi Angriani, S.Sos.  
M.Si  
Tempat/ Tanggal Lahir : Ujung Pandang / 19 Maret 1971  
Hari/ Tanggal : Senin / 5 April 2021

| No. | Aspek yang diobservasi                                   | Keterangan |       |
|-----|----------------------------------------------------------|------------|-------|
|     |                                                          | Ya         | tidak |
| 1.  | Membuat rancangan sebelum melaksanakan promosi           | √          |       |
| 2.  | Menetapkan tujuan pelaksanaan promosi                    | √          |       |
| 3.  | Melakukan kontrol terhadap promosi                       | √          |       |
| 4.  | Melakukan <i>monitoring</i> terhadap pelaksanaan promosi | √          |       |
| 5.  | Melakukan evaluasi secara lisan dan tulisan              | √          |       |
| 6.  | Memberikan potongan harga saat                           |            | √     |

|     |                                                                                                                             |   |   |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|
|     | promosi wisata (pemasaran gerilya)                                                                                          |   |   |
| 7.  | Meningkatkan kualitas pelayanan umum bagi wisatawan                                                                         | √ |   |
| 8.  | Membentuk kelompok kerja untuk promosi wisata tahura                                                                        |   | √ |
| 9.  | Membentuk event (Kegiatan) untuk promosi wisata                                                                             | √ |   |
| 10. | Memanfaatkan media elektronik                                                                                               | √ |   |
| 11. | Memanfaatkan media cetak                                                                                                    | √ |   |
| 12. | Menyebarkan informasi mengenai wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong (Publikasi)                               | √ |   |
| 13. | Pelaku pariwisata dan pemerintah bekerjasama dalam menghadapi permasalahan global (Persaingan dibidang industri pariwisata) | √ |   |

**LEMBAR WAWANCARA**  
**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN**  
**KEBUDAYAAN KABUPATEN SINJAI DALAM**  
**MEMPROMOSIKAN**  
**WISATA TAHURA SINJAI BORONG**

**Staf Bidang Pengembangan dan Pemasaran Dinas**  
**Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai**

**1. Data Pribadi**

Nama : Andi Purnama  
Pabbenteng, SE  
Tempat/ Tanggal Lahir : Ujung Pandang / 27  
April 1981  
Jabatan : Kepala Seksi Promosi  
Pariwisata  
Hari/ Tanggal : Senin / 5 April 2021

**2. Pertanyaan**

- a. Apa tujuan dari promosi Wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Sebagai penyebaran informasi apalagi ditahura terdapat endapan bebatuan yang muncul saat hujan, bukan hanya sekedar hutan tetapi terdapat air terjun serta sumber mata air belerang, tapi karena jaraknya jauh dan aksesnya

agak susah jadi kita hanya fokus di tamannya saja

- b. Bagaimana bentuk desain yang digunakan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Tidak ada desain khusus selama ada peluang maka akan dimanfaatkan selagi anggaran mendukung

- c. Bagaimana bentuk Kontrol terhadap pelaksanaan Promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Kita hanya memasarkan Karen kita tidak bisa memastikan beraa yang melihat ostingan karena yang lihat belum tentu

ngelike postingan.

- d. Bagaimana cara *monitoring* yang dilakukan dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten sinjai pada tahap pelaksanaan strategi komunikasi?

Jawab : Memantau media sosial berapa like, komen dan yang mengshare postingan serta kami membuat laporan TIC setiap bulan

- e. Jenis media massa apa yang digunakan untuk promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Facebook, Instagram, pribadi staf, youtube dan aplikasi ayo kesinjai

- f. Apa saja faktor penghambat pada saat penerapan teknik promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : SDM yang kurang, kurang alat, penganggaran dan keterampilan

- g. Apa saja faktor pendukung untuk melakukan promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Menggunakan peralatan yang ada

Yang menyatakan,  
Kepala Seksi Promosi Pariwisata  
DISPARBUD Kab. Sinjai

  
Andi Purnama Pabonteng, SE  
NIP : 19810427 200502 2 006

**HASIL OBSERVASI**  
**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN**  
**KEBUDAYAAN KABUPATEN SINJAI DALAM**  
**MEMPROMOSIKAN**  
**WISATA TAHURA SINJAI BORONG**

Nama : Andi Purnama Pabbenteng, SE  
 Tempat/ Tanggal Lahir : Ujung Pandang / 27 April 1981  
 Hari/ Tanggal : Senin / 5 April 2021

| No. | Aspek yang diobservasi                                       | Keterangan |       |
|-----|--------------------------------------------------------------|------------|-------|
|     |                                                              | Ya         | tidak |
| 1.  | Membuat rancangan sebelum melaksanakan promosi               | √          |       |
| 2.  | Menetapkan tujuan pelaksanaan promosi                        | √          |       |
| 3.  | Melakukan kontrol terhadap promosi                           | √          |       |
| 4.  | Melakukan <i>monitoring</i> terhadap pelaksanaan promosi     | √          |       |
| 5.  | Melakukan evaluasi secara lisan dan tulisan                  | √          |       |
| 6.  | Memberikan potongan harga saat promosi wisata khusus pelajar | √          |       |

|     |                                                                                                                             |   |  |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--|
|     | (pemasaran gerilya)                                                                                                         |   |  |
| 7.  | Meningkatkan kualitas pelayanan umum bagi wisatawan                                                                         | √ |  |
| 8.  | Membentuk kelompok kerja untuk promosi wisata tahura                                                                        | √ |  |
| 9.  | Membentuk event (Kegiatan) untuk promosi wisata                                                                             | √ |  |
| 10. | Memanfaatkan media elektronik                                                                                               | √ |  |
| 11. | Memanfaatkan media cetak                                                                                                    | √ |  |
| 12. | Menyebarkan informasi mengenai wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong (Publikasi)                               | √ |  |
| 13. | Pelaku pariwisata dan pemerintah bekerjasama dalam menghadapi permasalahan global (Persaingan dibidang industri pariwisata) | √ |  |

**HASIL WAWANCARA**  
**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN**  
**KEBUDAYAAN KABUPATEN SINJAI DALAM**  
**MEMPROMOSIKAN**  
**WISATA TAHURA SINJAI BORONG**

**Staf Bidang Pengembangan dan Pemasaran Dinas**  
**Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai**

**1. Data Pribadi**

|                               |                        |
|-------------------------------|------------------------|
| Nama                          | : Andi Yuvita, S.Sos   |
| Tempat/ Tanggal Lahir         | : Sinjai/ 9 Juni 1980  |
| Jabatan                       | :Kepala Seksi          |
| Pengembangan Pasar Pariwisata |                        |
| Hari/ Tanggal                 | : Selasa/ 6 April 2021 |

**2. Pertanyaan**

- a. Apa tujuan dari promosi Wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Bertujuan Untuk meningkatkan jumlah wisatawan agar jumlah pendapatan daerah meningkat.

- b. Bagaimana cara *monitoring* yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai pada tahap pelaksanaan strategi komunikasi?

Jawab : Cara *monitoring* yang dilakukan kita turun langsung ke TAHURA sekaligus

memantau jumlah pengunjung dengan petugas wisata.

- c. Jenis media massa apa yang digunakan untuk promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Media massa yang digunakan itu ada 5, Instagram (Ayo Kesinjai & Disparbudsinjai), Facebook (Ayo Kesinjai & Disparbudsinjai), serta menggunakan Web.

- d. Teknik apa saja yang digunakan dalam promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Menggunakan media sosial

- e. Bagaimana perkembangan pengunjung di wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong dari tahun ke tahun?

Jawab : Jumlah pengunjung dari tahun ketahun itu selalu meningkat, kecuali pada tahun 2020 karena imbas dari covid-19 namun tahun ini Alhamdulillah melampaui target, apalagi setelah pembangunan taman yang baru-baru dilaksanakan

Yang menyatakan,  
Kepala Seksi Pengembangan Pasar  
Pariwisata DISPARBUD Kab. Sinjai



Andi Yuvita, S.Sos

NIP : 19800609 200312 2 004

**HASIL OBSERVASI**  
**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN**  
**KEBUDAYAAN KABUPATEN SINJAI DALAM**  
**MEMPROMOSIKAN**  
**WISATA TAHURA SINJAI BORONG**

Nama : Andi Yuvita, S.Sos  
 Tempat/ Tanggal Lahir : Sinjai/ 9 Juni 1980  
 Hari/ Tanggal : Selasa/ 6 April 2021

| No. | Aspek yang diobservasi                                            | Keterangan |       |
|-----|-------------------------------------------------------------------|------------|-------|
|     |                                                                   | Ya         | tidak |
| 1.  | Membuat rancangan sebelum melaksanakan promosi                    | √          |       |
| 2.  | Menetapkan tujuan pelaksanaan promosi                             | √          |       |
| 3.  | Melakukan kontrol terhadap promosi                                | √          |       |
| 4.  | Melakukan <i>monitoring</i> terhadap pelaksanaan promosi          | √          |       |
| 5.  | Melakukan evaluasi secara lisan dan tulisan                       | √          |       |
| 6.  | Memberikan potongan harga saat promosi wisata (pemasaran gerilya) | √          |       |

|     |                                                                                                                             |   |  |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--|
| 7.  | Meningkatkan kualitas pelayanan umum bagi wisatawan                                                                         | √ |  |
| 8.  | Membentuk kelompok kerja untuk promosi wisata tahura                                                                        | √ |  |
| 9.  | Membentuk event (Kegiatan) untuk promosi wisata                                                                             | √ |  |
| 10. | Memanfaatkan media elektronik                                                                                               | √ |  |
| 11. | Memanfaatkan media cetak                                                                                                    | √ |  |
| 12. | Menyebarkan informasi mengenai wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong (Publikasi)                               | √ |  |
| 13. | Pelaku pariwisata dan pemerintah bekerjasama dalam menghadapi permasalahan global (Persaingan dibidang industri pariwisata) | √ |  |

**HASIL WAWANCARA**  
**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN**  
**KEBUDAYAAN KABUPATEN SINJAI DALAM**  
**MEMPROMOSIKAN**  
**WISATA TAHURA SINJAI BORONG**

**Staf Bidang Pengembangan dan Pemasaran Dinas**  
**Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai**

**1. Data Pribadi**

|                       |                                                        |
|-----------------------|--------------------------------------------------------|
| Nama                  | : Romi Rompe Gading, SE                                |
| Tempat/ Tanggal Lahir | : Sinjai / 6 Mei 1983                                  |
| Jabatan               | : Kepala Seksi Kerjasama dan Hubungan<br>Antar Lembaga |
| Hari/ Tanggal         | : Selasa / 6 April 2021                                |

**2. Pertanyaan**

a. Apa tujuan dari promosi Wisata Taman Hutan Raya  
Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Bertujuan sebagai penyebarluasan  
informasi bahwa di Kabupaten Sinjai ada  
Taman Hutan Raya Abdul Latief yang  
terdiri dari beberapa jenis pepohonan,  
terdapat area camping serta jalur sepeda.

b. Bagaimana bentuk desain yang digunakan Dinas  
Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam

mempromosikan wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Menggunakan Media sosial karena hal ini efektif untuk saat ini, penyebarluasan menggunakan media elektronik (Sinjai TV)

c. Bagaimana *job description* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Terbagi menjadi 4 (Empat), Ada yang khusus mengurus konten pariwisata, Strategi pemasaran, monitoring, kerjasama, ada yang khusus menggelar event

d. Bagaimana bentuk kelompok kerja yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam mempromosikan wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Bentuk kelompok kerjasama yang digunakan DISPARBUD Sinjai dalam mempromosikan wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief yaitu kerjasama

dengan petugas wisata (menyiapkan petugas untuk mengurus karcis, pengambilan gambar dan kunjungan wisata)

- e. Bagaimana bentuk kerjasama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dengan pemerintah dalam mempromosikan wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Untuk promosi wisata DISPARBUD melakukan kerjasama dengan dinas komunikasi, informatika dan persandian kabupaten sinjai untuk penyebarluasan informasi pariwisata

- f. Bagaimana bentuk Kontrol terhadap pelaksanaan Promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Memantau yang mengunjungi website

- g. Bagaimana cara *monitoring* yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai pada tahap pelaksanaan strategi komunikasi?

Jawab : Turun langsung ke objek wisata unggulan termasuk TAHURA secara berkala

- h. Jenis media massa apa yang digunakan untuk promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Media yang digunakan ada beberapa seperti Facebook, Instagram dan *Web Site*, Radio dan TV.

- i. Apakah media massa yang digunakan berdampak pada jumlah pengunjung?

Jawab : Tentu adanya penambahan pengunjung serta masyarakat lebih tahu kalau di kabupaten Sinjai terdapat destinasi-destinasi yang ada di sinjai serta layak dikunjungi

- j. Teknik apa saja yang digunakan dalam promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Selain menggunakan media sosial, kami juga membuat famflet dan brosur pariwisata

- k. Apa saja faktor penghambat pada saat penerapan teknik promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Pengambilan gambar yang kurang maksimal serta cuaca yang tidak memungkinkan sehingga hasilnya tidak layak untuk dipublikasikan serta jarak yang ditempuh dengan waktu yang cukup lama.

- l. Apa saja faktor pendukung untuk melakukan promosi wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Melakukan kolaborasi dengan dinas dan pemerintah desa yang terkait

- m. Bagaimana peran Bidang Pengembangan Dan Pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong?

Jawab : Sangat penting, karena pemasaran merupakan ujung tombak dari penyebaran informasi menggunakan strategi

pemasaran agar orang-orang tahu mengenai wisata yang ada di kabupaten sinjai, sehingga wisatawan mau berkunjung

- n. Bagaimana perkembangan pengunjung di wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong dari tahun ke tahun?

Jawab : Selalu mengalami peningkatan pengunjung

Yang menyatakan,  
Kepala Seksi Kerjasama dan Hubungan  
Antar Lembaga DISPARBUD  
Kab. Sinjai



Romi Rompe Gading, SE  
NIP : 19830506 201001 1 003

# HASIL OBSERVASI

## STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN SINJAI DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA TAHURA SINJAI BORONG

Nama : Romi Rompe Gading, SE  
Tempat/ Tanggal Lahir : Sinjai / 6 Mei 1983  
Hari/ Tanggal : Selasa / 6 April 2021

| No. | Aspek yang diobservasi                                   | Keterangan |       |
|-----|----------------------------------------------------------|------------|-------|
|     |                                                          | Ya         | tidak |
| 1.  | Membuat rancangan sebelum melaksanakan promosi           | √          |       |
| 2.  | Menetapkan tujuan pelaksanaan promosi                    | √          |       |
| 3.  | Melakukan kontrol terhadap promosi                       | √          |       |
| 4.  | Melakukan <i>monitoring</i> terhadap pelaksanaan promosi | √          |       |
| 5.  | Melakukan evaluasi secara lisan dan tulisan              | √          |       |
| 6.  | Memberikan potongan harga saat                           |            | √     |

|     |                                                                                                                             |   |   |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|
|     | promosi wisata (pemasaran gerilya)                                                                                          |   |   |
| 7.  | Meningkatkan kualitas pelayanan umum bagi wisatawan                                                                         | √ |   |
| 8.  | Membentuk kelompok kerja untuk promosi wisata tahura                                                                        | √ |   |
| 9.  | Membentuk event (Kegiatan) untuk promosi wisata                                                                             | √ |   |
| 10. | Memanfaatkan media elektronik                                                                                               | √ |   |
| 11. | Memanfaatkan media cetak                                                                                                    | √ |   |
| 12. | Menyebarluaskan informasi mengenai wisata Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong (Publikasi)                           | √ |   |
| 13. | Pelaku pariwisata dan pemerintah bekerjasama dalam menghadapi permasalahan global (Persaingan dibidang industri pariwisata) |   | √ |

## DOKUMENTASI

| No                        | Objek Wisata            | Januari |       | Februari |       | Maret |       | April |   | Mei |   | Juni |   | Juli |   | Agustus |       | September |       | Oktober |       | Jumlah |        | Total  |     |
|---------------------------|-------------------------|---------|-------|----------|-------|-------|-------|-------|---|-----|---|------|---|------|---|---------|-------|-----------|-------|---------|-------|--------|--------|--------|-----|
|                           |                         | L       | P     | L        | P     | L     | P     | L     | P | L   | P | L    | P | L    | P | L       | P     | L         | P     | L       | P     | L      | P      |        |     |
| 1                         | Pasar Lada - Rasi       | 1.827   | 178   | 838      | 338   | 486   | 175   |       |   |     |   |      |   |      |   | 1.080   | 1.073 | 107       | 1.031 | 1.011   | 1.040 | 1.017  | 4.762  | 11.089 |     |
| 2                         | Monumen Khatulistiwa    | 91      | 24    | 53       | 37    | 40    | 33    |       |   |     |   |      |   |      |   |         |       |           |       | 91      | 8     | 101    | 10     | 101    |     |
| 3                         | Terumbu Karst - Tumpang | 31      | 26    | 17       | 10    |       |       |       |   |     |   |      |   |      |   |         |       |           |       |         |       | 66     | 101    | 167    |     |
| 4                         | Monumen Pahlawan        |         |       |          |       |       |       |       |   |     |   |      |   |      |   | 10      | 197   | 93        | 191   | 10      | 139   | 109    | 101    | 738    |     |
| 5                         | Paradise Mountain       |         |       |          |       |       |       |       |   |     |   |      |   |      |   |         |       |           |       |         |       | 810    | 100    | 910    | 910 |
| 6                         | Rela Gunung             |         |       |          |       | 100   | 100   | 100   |   |     |   |      |   |      |   | 100     | 100   | 100       | 100   | 170     | 100   | 1.270  | 1.070  | 3.000  |     |
| 7                         | Kampung Kuning          | 411     | 463   | 351      | 402   | 349   | 402   |       |   |     |   |      |   |      |   | 101     | 100   | 100       | 1.070 | 1.107   | 1.107 | 1.107  | 6.108  | 6.108  |     |
| 8                         | Paradise Mountain       | 137     | 107   | 133      | 126   | 130   | 133   |       |   |     |   |      |   |      |   | 51      | 51    | 91        | 101   | 101     | 101   | 1.217  | 1.217  | 3.001  |     |
| Jumlah Berdasarkan Gender |                         | 3.462   | 1.484 | 1.081    | 1.068 | 1.066 | 1.066 |       |   |     |   |      |   |      |   | 1.439   | 1.438 | 1.406     | 1.381 | 1.436   | 1.436 | 11.340 | 11.340 | 40.441 |     |
| Jumlah Berdasarkan Bulan  |                         | 8.913   | 3.086 | 2.707    |       |       |       |       |   |     |   |      |   |      |   | 2.094   | 2.094 | 2.094     | 2.094 | 2.094   | 2.094 | 20.916 | 20.916 | 40.441 |     |

\*Jumlah pengunjung berdasarkan data yang telah diinput ke sistem

Doc. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten  
Sinjai(Jumlah pengunjung objek wisata berdasarkan gender  
dan non retribusi PAD bulan Januari – Oktober 2020)

**DAFTAR JUMLAH PENGUNJUNG OBJEK WISATA BERDASARKAN RETRIBUSI DAN BULAN JANUARI - AGUSTUS 2020**

| No            | Objek Wisata                   | Januari       | Februari      | Maret        | April | Mei | Juni | Juli | Agustus       | September    | Oktober      | Jumlah         |
|---------------|--------------------------------|---------------|---------------|--------------|-------|-----|------|------|---------------|--------------|--------------|----------------|
| 1             | Terumbu Karst Rasi-Peto-Gungur | 1.462         | 402           | 176          |       |     |      |      | 2.033         | 849          | 917          | 5.882          |
| 2             | Rela Gunung                    |               |               |              |       |     |      |      | 101           | 100          | 100          | 301            |
| 3             | Paradise Mountain              | 100           |               | 100          |       |     |      |      | 100           | 100          | 100          | 400            |
| 4             | Terumbu Karst Rasi (2014-2016) | 31.100        | 800           | 100          |       |     |      |      | 1.000         | 100          | 1.000        | 33.100         |
| 5             | Rela Gunung Rasi - Tumpang     | 1.000         | 1.000         | 1.000        |       |     |      |      | 1.000         | 1.000        | 1.000        | 6.000          |
| <b>Jumlah</b> |                                | <b>38.562</b> | <b>12.202</b> | <b>3.776</b> |       |     |      |      | <b>44.134</b> | <b>3.049</b> | <b>3.017</b> | <b>103.681</b> |

\*Jumlah pengunjung objek wisata berdasarkan data yang telah diinput ke sistem

Doc. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai  
(Jumlah pengunjung objek wisata berdasarkan retribusi per  
bulan Januari - Agustus 2020)

| DAFTAR KENDARAAN JALAN RIBERA KEMBARA (KAREB)      |                                               |                    |       |          |       |         |       |         |      |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------|-------|----------|-------|---------|-------|---------|------|
| DPRD KABUPATEN DAN KEC. GAYAU KABUPATEN BUKIT BARU |                                               |                    |       |          |       |         |       |         |      |
| BULAN MARET 2023                                   |                                               |                    |       |          |       |         |       |         |      |
| NO                                                 | LOKASI                                        | BULAN JALAN RIBERA |       |          |       |         |       |         |      |
|                                                    |                                               | JANUARI            |       | FEBRUARI |       | MARET   |       | TOTAL   |      |
|                                                    |                                               | SEKOLAH            | UMUM  | SEKOLAH  | UMUM  | SEKOLAH | UMUM  | SEKOLAH | UMUM |
| 2                                                  | Kecamatan Tempiloh Kecamatan Kiri (Kiri Baga) |                    |       |          |       |         |       |         |      |
|                                                    | * Jarak Perkebunan Kiri Kiri Keluar           | 801                | 200   | 1.100    | 307   | 0.117   | 000   | 4.722   |      |
|                                                    | * Air Terjun Keluar Keluar Keluar             | 01                 |       |          |       | 01      |       | 01      |      |
|                                                    | * Air Terjun Kiri Kiri                        | 00                 |       | 000      |       | 000     |       | 000     |      |
|                                                    | * Jarak Keluar Keluar Keluar                  | 1.000              | 000   | 1.000    | 1.000 | 00.000  | 1.000 | 10.000  |      |
|                                                    | * Jarak Keluar Keluar Keluar                  | 000                | 000   | 000      | 000   | 0.000   | 000   | 0.000   |      |
|                                                    | * Jarak Keluar Keluar Keluar                  | 0.001              | 0.001 | 0.001    | 0.001 | 0.001   | 0.001 | 0.001   |      |
|                                                    | TOTAL                                         | 0.000              |       | 0.000    |       | 0.000   |       | 0.000   |      |

Doc. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai  
(Jumlah Pengunjung berdasarkan Karcis bulan Maret tahun  
2021)





Wawancara bersama Kepala Seksi Promosi Pariwisata  
sekaligus pengisian lembar observasi



Wawancara bersama Kepala Seksi Pengembangan Pasar  
Pariwisata  
sekaligus pengisian lembar observasi



Wawancara bersama Kepala Seksi Kerjasama dan Hubungan  
Antar Lembaga sekaligus pengisian lembar observasi



Doc. Ayo ke Sinjai (Promosi wisata tawra diakun youtube  
dunas pariwisata dan kebudayaan kabupaten sinjai)

← Disparbud Kabupaten Sinjai



**Disparbud Kabupaten Sinjai**



Akun Facebook dan Instagram Dinas Pariwisata dan  
Kebudayaan Kabupaten Sinjai



 DISPARBUD KABUPATEN SINJAI  @disparbud\_sinjai  disparbudkabsinjai@gmail.com

Doc. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai  
(Evaluasi dan Monitoring objek wisata Tahura Sinjai Borong)

# SK PEMBIMBING PENELITIAN



## FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TELEFON 08321418, KODE POS 91632

Email : fakultas@sinjai.iaim.ac.id

Website : http://www.iaimsinjai.ac.id

### SURAT KEPUTUSAN

Nomor: 205/II/1.3.AU/F/KEP/2020

#### TENTANG

#### DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

#### FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM

#### INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI

#### TAHUN AKADEMIK 2020/2021

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai setelah:

- Menimbang : 1. Bahwa dalam rangka penulisan Skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2020/2021, maka dipandang perlu untuk menetapkan Dosen Pembimbing penulisan Skripsi dalam Surat Keputusan,
2. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas yang diamanahkan kepadanya.
- Mengingat : 1. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah
2. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas,
3. Undang-undang RI No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi,
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 6722 Tahun 2015, tentang perubahan nama STAI Muhammadiyah Sinjai menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai,
5. Pedoman PP. Muhammadiyah No. 02/PED/1.0/B/2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah,
6. Statuta Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- Memperhatikan : Kalender Akademik Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam T.A 2020/2021.

#### MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai tentang Dosen Pembimbing penulisan skripsi mahasiswa.
- Pertama : Mengangkat dan menetapkan Bapak/Ibu:

| Pembimbing I                | Pembimbing II               |
|-----------------------------|-----------------------------|
| Rahmatullah, S.Sos.I., M.A. | Faridah, S.Kom.I., M.Sos.I. |

Untuk penulisan skripsi mahasiswa:

- Nama : Satmaniar
- NIM : 170208007
- Prodi : KPI
- Judul : Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.
- Skripsi : Sinjai dalam Mempromosikan Wisata Tahlura Sinjai Borong

- Kedua : Hal-hal yang menyangkut pendapatan/ nafkah karena tugas dan tanggung jawabnya diberikan sesuai peraturan yang berlaku di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- Ketiga : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagai amanat dengan penuh rasa tanggung jawab.
- Keempat : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagai mana mestinya.

Ditetapkan di : Sinjai

Pada Tanggal : 08 S a f a r 1442 H

25 September 2020 M



Terbusan disampaikan kepada Yth:

1. Ketua BPH IAIM Sinjai di Sinjai
2. Rektor IAIM Sinjai di Sinjai
3. WR I IAIM Sinjai di Sinjai
4. WR II IAIM Sinjai di Sinjai

# SURAT IZIN PENELITIAN



**FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI**

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 049221418, KODE POS 92612

Email : fakultas@sinjai.ac.id

Website : <http://www.islmhsinjai.ac.id>

Nomor : 005/II/1.3.AU/F/KET/2021  
Lamp : Satu (1) rangkap  
Hal : Izin Penelitian

Kepada Yang Terhormat

**Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab. Sinjai**  
Di -

Sinjai

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Strata Satu (S1) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah (IAIM) Sinjai, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : Satmaniar  
NIM : 170208007  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Semester : VIII

akan mengadakan penelitian dengan judul:

**Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai dalam Mempromosikan Wisata Tahura Sinjai Borong.**

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat diberikan izin melaksanakan penelitian di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai. Atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Sinjai, 9 Jumadil Akhir 1442 H

22 Januari 2021 M

**Dr. Suriati, M.Sos.I.**  
NBM. 948 500

Tembusan disampaikan kepada Yth:

1. Ketua BPH IAIM Sinjai di Sinjai
2. Rektor IAIM Sinjai di Sinjai
3. Ketua Prodi KPI IAIM Sinjai di Sinjai



## PEMERINTAH KABUPATEN SINJAI DINAS PENANAMAN MODAL & PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Alamat : Jalan Persiduan Raya No. 110, Kelurahan Borong Kabupaten Sinjai Telpun : (0452) 21099 Fax : (0452) 22450 Kode Pos : 52612 Kabupaten Sinjai

Nomor : 00049/16/01/DPM-PTSP/II/2021  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Penhal : Izin Penelitian

Yth. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan  
Kab. Sinjai

Di  
Tempat

Berdasarkan Surat Dekan Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai, Nomor :  
005/II/1.3.AU/F/KET/2021, Tanggal 22 Januari 2021 Penhal Penelitian.

Bahwa Mahasiswa/Peneliti yang tersebut di bawah ini :

Nama : SATMANIAR  
Tempat / Tanggal Lahir : Sinjai/02 September 2000  
Nama Perguruan Tinggi : INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI) MUHAMMADIYAH SINJAI  
NIM : 170208007  
Program Studi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Mahasiswa (S1)  
Alamat : Kalimbu, Kel./Desa Batu Belerang, Kec. Sinjai Borong, Kabupaten Sinjai

Bermaksud akan mengadakan Penelitian di Daerah/Instansi Saudara Dalam Rangka Penyusunan  
Skripsi, Dengan Judul : STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN  
KABUPATEN SINJAI DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA TAHURA SINJAI BORONG

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 08 Februari s/d 30 April 2021  
Pengikut : -

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan  
dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan yang bersangkutan harus melaporkan diri kepada instansi tersebut di atas;
  2. Kegiatan tidak boleh menyimpang dari masalah yang telah diberikan semata-mata kepentingan pengumpulan data;
  3. Mematuhi semua peraturan perundang-undangan dan mengindahkan adat istiadat setempat;
  4. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Laporan kepada instansi tersebut di atas; dan
  5. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Laporan kepada Bupati Sinjai Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sinjai.
- Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kabupaten Sinjai  
Pada tanggal : 28 Januari 2021

a.n. **BUPATI SINJAI**  
KEPALA DINAS,



**LUKMAN DAHLAN, S.IP., M.Si**

Pangkat : Pembina Utama Muda / IVc  
NIP : 197011301990031002

Tembusan diupayakan kepada Yth :

1. Bupati Sinjai (sebagai Isiran);
2. Rektor IAIM Sinjai di Sinjai
3. Yang Bersangkutan (Satmaniar)
4. Arsip

# SURAT KETERANGAN TELAH MENELITI



PEMERINTAH KABUPATEN SINJAI  
DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN  
Jl. Jend. Sudirman No. 21 Telp/Fax (0482) 2410649

## SURAT KETERANGAN

Nomor : 860 / 20 / 163 / Disparbud/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs.YUHADI SAMAD, M.Si  
NIP : 19740509 199302 1 001  
Pangkat / Gol : Pembina Utama Muda-IV/c  
Jabatan : Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Sinjai

Menerangkan bahwa :

Nama : SATMANIAR  
TTL : Sinjai, 02 September 2000  
NIM : 170208007  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Nama Lembaga : Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai  
Alamat : Jl.Sultan Hasanuddin Kel.Balangnipa Kec.Sinjai Utara Kab.Sinjai

Yang tersebut namanya diatas telah mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi/tesis/disertasi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai mulai tanggal 08 Februari s/d 30 April 2021 dengan judul " STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN SINJAI DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA TAHURA SINJAI BORONG ".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 21 Juni 2021



Drs. YUHADI SAMAD, M.Si  
Pembina Utama Muda-IV/c  
Nip. 19740509 199302 1 001

## ***SCHEDULE PENELITIAN***

| <b>No</b> | <b>Hari/Tanggal</b>  | <b>Kegiatan</b>                                                     |
|-----------|----------------------|---------------------------------------------------------------------|
| 1         | Senin/ 5 April 2021  | Observasi                                                           |
|           |                      | Wawancara bersama kepala bidang pengembangan dan pemasaran          |
|           |                      | Wawancara bersama kepala seksi promosi pariwisata                   |
| 2         | Selasa/ 6 April 2021 | Observasi                                                           |
|           |                      | Wawancara bersama kepala seksi kerjasama dan hubungan antar lembaga |
|           |                      | Wawancara bersama kepala seksi pengembangan pasar pariwisata        |

## **BIODATA PENULIS**

Nama : Satmaniar

NIM : 170208007

TTL : Sinjai, 02 September 2000

Alamat : Dusun Kalimbu, Desa Batu Belerang,  
Kec. Sinjai Borong, Kab. Sinjai

Pengalaman  
Organisasi : 1. Himpunan Mahasiswa Komunikasi  
dan Penyiaran Islam (HIMKOPIS)  
IAIM Sinjai Periode Tahun  
2018/2019 sebagai Koordinator  
Bidang Kajian Keilmuan.  
2. Unit Kegiatan Mahasiswa KSR-  
PMI Unit 101 IAIM Sinjai Periode  
Tahun 2019/2020 sebagai  
Sekretaris Umum.

Riwayat  
Pendidikan : 1. SDN 77 Balangtieng Tahun  
2. SMPN 11 Sinjai Tahun  
3. SMAN 8 Sinjai Tahun  
4. IAIM Sinjai Tamat Tahun 2021

HP : +6285255400698

Email : satmaniar.langit02@gmail.com

Orang Tua : Nur Alam (Ayah)  
Basriani (Ibu)

# BEBAS TURNITIN

SATMANIAH  
170208007

Sources Overview



turnitin

Satmaniah-KPI-170208007.doc  
Sep 30, 2021  
8417 words / 51218 characters

23%

OVERALL SIMILARITY

|    |                                                                                                                                        |     |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1  | Universitas Bina Dharma on 2021-03-20                                                                                                  | 1%  |
| 2  | Universitas Islam Malang on 2019-01-30                                                                                                 | 1%  |
| 3  | Ritika Wajay Ariyanti, Khoirul Huda. "Etos Masjid Agung Sewulan (Sejarah dan Penguatannya Sebagai Sumber Belajar Sejarah SMP/MTsN)..." | <1% |
| 4  | Psikologi University on 2018-12-18                                                                                                     | <1% |
| 5  | Universitas Islam Indonesia on 2018-05-14                                                                                              | <1% |
| 6  | Universitas Pendidikan Indonesia on 2016-04-20                                                                                         | <1% |
| 7  | Universitas Pendidikan Indonesia on 2017-05-14                                                                                         | <1% |
| 8  | Universitas Pendidikan Indonesia on 2016-09-10                                                                                         | <1% |
| 9  | Aan Rubiyanto. "Pengaruh Proses dan Kualitas Pelayanan terhadap Persepsi Jumlah Penetranan Taruna di Politeknik Bumi Alpe..."          | <1% |
| 10 | Sylah Kuala University on 2018-01-31                                                                                                   | <1% |
| 11 | Independent College Dublin on 2020-05-19                                                                                               | <1% |
| 12 | State Islamic University of Alauddin Makassar on 2021-01-23                                                                            | <1% |
| 13 | Universitas Negeri Manado on 2020-12-07                                                                                                | <1% |
| 14 | Sylah Kuala University on 2021-07-16                                                                                                   | <1% |
| 15 | Sebelas University on 2021-06-25                                                                                                       | <1% |
| 16 | Universitas Negeri Jakarta on 2016-11-16                                                                                               | <1% |

