

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KABUPATEN BELU
DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN
DOMESTIK**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



OLEH :

YOSEPHINA ANCHIETA BARU

2018230098

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG**

2022

RINGKASAN

YOSEPHINA ANCHIETA BARU, 2018230098. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Belu Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Domestik.

Pembimbing Utama : Fathul Qorib, S. I. Kom., M. I. Kom

Pembimbing Pendamping : Latif Fianto, S. I. Kom., M. I. Kom

Industri perjalanan adalah bidang yang mengambil bagian penting dalam meningkatkan gaji. Indonesia adalah negara yang memiliki keindahan dan keragaman sosial yang teratur, sehingga memperluas sektor industri perjalanan menjadi penting. Hal ini mengingat industri perjalanan wisata merupakan salah satu bidang yang dinilai produktif dan dapat dijadikan sebagai sumber daya yang dimanfaatkan sebagai salah satu jenis penerimaan Negara dan Bangsa. Penelitian ini bermaksud untuk memutuskan Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Belu dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Domestik.

Eksplorasi dilakukan di Dinas Pariwisata Kabupaten Belu yang beralamat di Jl. Soekarno-Hatta No. 28, Atambua, Nusa Tenggara Timur, dipimpin pada Januari-Februari 2022. Strategi eksplorasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi subjektif. Metodologi subjektif berencana untuk memahami kekhasan di dalam dan di luar melalui bermacam-macam informasi. Prosedur pengumpulan informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertemuan dan dokumentasi.

Mengingat konsekuensi dari pertemuan yang dipimpin dalam tinjauan ini, dapat digambarkan dengan baik jenis metodologi korespondensi dalam memajukan industri perjalanan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Belu dalam dua cara, yaitu sosialisasi terputus/langsung dan online. sosialisasi melalui hiburan berbasis web. Pertama, sosialisasi terputus/langsung merupakan tata cara surat menyurat dalam memajukan industri perjalanan yang dilakukan dengan mengarahkan sosialisasi langsung kepada masyarakat luas tentang pentingnya mengawasi lokasi wisata karena merupakan sumber bayaran terbesar untuk setiap daerah. Kedua, sosialisasi online (hiburan berbasis web) melalui hiburan virtual seperti situs, Facebook, YouTube, dan Instagram. Upaya yang dilakukan dengan sempurna adalah melalui paparan melalui hiburan berbasis web karena lebih mudah untuk menyaring, menilai dan lebih mudah untuk meyakinkan masyarakat umum dan pada umumnya tujuan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Belu telah tercapai namun masih ditemui. masalah dengan SDM dan transportasi pelancong yang tidak signifikan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Wisatawan Domestik

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri perjalanan adalah bidang yang mengambil bagian penting dalam meningkatkan gaji. Indonesia adalah negara yang memiliki keindahan alam dan keragaman sosial, sehingga mengembangkan sektor industri perjalanan merupakan hal yang mendasar. Hal ini dikarenakan industri perjalanan wisata merupakan salah satu bidang yang dipandang produktif dan mungkin dapat diciptakan sebagai sumber daya yang dapat dimanfaatkan sebagai salah satu jenis pendapatan bagi negara dan negara. Sebagai negara kepulauan, kemampuan Indonesia mengingat industri perjalanan sangat besar. Industri travel di Indonesia khususnya dan dunia secara keseluruhan berkembang pesat. Peningkatan bisnis tidak hanya berdampak pada perluasan keuntungan perdagangan asing negara, tetapi juga memiliki pilihan untuk membuka pintu bisnis yang berharga dan membuat posisi baru bagi daerah dalam menaklukkan pengangguran di kabupaten (Rahma, 2013: 2).

Perjalanan wisata adalah suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang secara singkat, yang dilakukan mulai dari satu tempat kemudian ke tempat berikutnya dan meninggalkan tempat pertama, dengan suatu rencana atau tidak sepenuhnya bertujuan untuk menghasilkan uang di tempat yang dikunjunginya, namun semata-mata untuk menghargai latihan atau pengalihan untuk memuaskan pemenuhan batin. Pendirian utama dalam pelaksanaan industri perjalanan wisata di Indonesia adalah Pancasila. Fokus Pancasila seharusnya menjadi tujuan masyarakat dalam peningkatan industri perjalanan wisata. Pancasila dimanfaatkan sebagai saluran untuk peningkatan industri perjalanan, karena merupakan bagian dari acara pergantian publik yang tidak dapat dibedakan.

Adapun peraturan-peraturan yang berhubungan dengan industri perjalanan wisata di Indonesia adalah: Kepariwisata sesuai dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Perindustrian Perjalanan Wisata, khususnya: Pasal (1) Ayat (1) Pariwisata adalah suatu tindakan pergerakan yang dilakukan oleh seseorang atau perkumpulan dengan mengunjungi tempat-tempat tertentu. tempat untuk tujuan olahraga, kesadaran diri, atau berkonsentrasi pada keunikan tujuan liburan yang

dikunjungi periode selanjutnya. Pasal (1) Ayat (3) Pariwisata adalah berbagai kegiatan industri perjalanan dan diselenggarakan oleh berbagai kantor dan administrasi yang diberikan oleh daerah, pengelola keuangan, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Pasal (1) Ayat (4) Pariwisata adalah segala jenis gerak yang berhubungan dengan industri perjalanan dan bersifat kompleks dan multidisiplin yang muncul sebagai tanda kebutuhan setiap individu dan negara serta komunikasi antar wisatawan dan jaringan lingkungan, individu wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan visioner bisnis.

Sektor Regional selalu dikenang sebagai tiga besar tenaga kerja asing terbesar bagi negara Indonesia. Industri perjalanan Indonesia bergantung pada beberapa tempat sebagai lokasi utama wisatawan, seperti Bali, Yogyakarta, untuk menarik wisatawan lokal dan asing. Belakangan ini, industri perjalanan semakin mendapat perhatian yang lebih unik baik dari negara maju maupun negara non-industri. Industri perjalanan telah terbentuk menjadi industri yang dapat membuat komitmen tinggi terhadap pendapatan perdagangan negara yang tidak dikenal.

Gabungan Nation World Tourism Organization mengatakan bahwa kemunculan wisatawan global diperkirakan menyentuh 1,6 miliar orang pada tahun 2020. Dari jumlah tersebut 1,2 miliar wisatawan berasal dari antar teritorial (intraregional), sedangkan 387 juta orang merupakan wisatawan yang melakukan perjalanan jauh (long stretch). Penilaian terhadap jumlah kunjungan wisatawan yang ditunjukkan oleh visi dan misi UNWTO di atas, secara positif menjadi inspirasi yang tinggi bagi setiap negara. Setiap negara mencoba satu sama lain dan mencoba untuk bekerja pada sifat industri perjalanannya dengan tujuan akhir untuk menarik perhatian wisatawan. Industri perjalanan adalah tindakan industri perjalanan dan didukung oleh berbagai kantor dan administrasi yang diberikan oleh daerah setempat, pengelola keuangan, pemerintah, dan negara bagian. Peningkatan industri perjalanan secara keseluruhan telah mengalami pergeseran. Perubahan kecenderungan pergerakan yang terjadi dari industri perjalanan massal ke jenis industri perjalanan individu, khususnya kecenderungan untuk meninggalkan barang-barang industri perjalanan yang luar biasa, beragam dan unggul (hasil barang luar biasa bernilai tinggi). Penyesuaian pandangan dunia industri travel juga

dibawa oleh para wisatawan yang harus lebih cerdas dan berusaha menaklukkan perjumpaan tidak hanya menjadi wisatawan yang dilayani oleh industri travel (Kompas.com, 2013).

Pantai Pasir Putih dan Teluk Gurita merupakan salah satu pantai yang sering dikunjungi oleh masyarakat kota Atambua sebagai tempat rekreasi keluarga. Selain menghidupkan kembali daerah setempat, umat Katolik juga bisa mencintai di sana, sehingga orang-orang menikmati udara laut serta bisa bertanya pada Patung Bunda Maria yang berada di lereng Teluk Gurita. Ada beberapa kunjungan yang berbeda, misalnya Paroki Hati Kudus Yesus Laktutus, yang merupakan salah satu tempat cinta kasih bagi umat Kristiani Katolik. Daya tarik dari tempat cinta ini adalah merupakan salah satu bangunan yang terbuat dari batu biasa dan juga masih berada di Gunung Laktutus, yang juga terletak di perbatasan antara Indonesia dan Timor Leste. Orang-orang yang berkerumun di sekitar titik cinta, khususnya para remaja, melakukan kunjungan palsu di sekitar jemaah agar setelah cinta mereka bisa menghargainya. Umat Katolik yang ikut dalam kunjungan ini, namun banyak juga dari berbagai agama atau keyakinan (Bessie dan Soares, 2021).

Meningkatnya kunjungan wisatawan asing merupakan indikasi bahwa potensi industri wisata di Belu sangat memikat wisatawan asing. Ini adalah efek dari kemajuan yang dilakukan oleh otoritas publik, baik daerah, umum dan negara-negara fokus seperti perayaan Wonderful Indonesia (Pos-Kupang.com, 2019). Pemerintah Kabupaten Belu terus berupaya mengembalikan kawasan industri perjalanan wisata sebagai mesin keuangan. Upaya-upaya yang dilakukan Dinas Pariwisata melalui bidang keberatan menyatukan tempat-tempat dengan tujuan menjadi tempat yang layak dikunjungi karena memiliki keunikan dan atributnya. Hal ini juga diikuti oleh upaya waktu yang terbatas memanfaatkan hiburan virtual dan inovasi data terkomputerisasi. Selain itu, mulai sekitar tahun 2020 salah satu kunjungan di wilayah Belu dikenang atas anugerah daya tarik Indonesia. Wilayah Belu, kantor industri perjalanan secara konsisten memberikan konten yang terkait dengan keberatan industri perjalanan serta latihan keuangan inovatif lainnya (L. D. Bessie, Juita dan Soares Olandina, Yuliana, 2021).

Kabupaten Belu diperkenalkan pada tanggal 20 Desember 1958 dengan ibu kota Atambua. Ini memiliki luas 1.284,94 km², dipisahkan menjadi 12 sub-wilayah, 12 sub-lokal dan 69 kota. Kabupaten Belu merupakan daerah yang secara tidak jelas bekerjasama dengan Negara Timor Leste. Dengan jalur Mota'ain sebagai pintu masuk dan keluar yang signifikan bagi orang luar, itu juga merupakan tempat liburan bagi penghuni lingkungan dan wisatawan asing. Selain itu, ada beberapa wisata bahari dan wisata alam yang saat ini sedang populer dan banyak dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara karena pemandangan tepi laut dan pemandangan alam yang indah. Tahun 2015-2017 jumlah wisatawan yang datang ke Kabupaten Belu tercatat ±20.000 orang/tahun yang sebagian besar merupakan wisatawan dalam negeri dan Negara Timor Leste serta beberapa Negara Asean.

Kabupaten Belu memiliki beberapa objek wisata yang terdiri dari 4 kelas industri perjalanan wisata, yaitu wisata reguler, wisata bahari, wisata sosial, dan wisata minat luar biasa. Industri perjalanan wisata yang saat ini menjadi pola dan kebutuhan perbaikan, khususnya wisata bahari dan wisata alam dengan berbagai renungannya, karena sudah berkali-kali dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara dan memiliki keunikan tersendiri, adalah secara efektif membuka dengan tulus kondisi jalan yang bagus, dan situasi kepemilikan tanah dengan jelas diklaim oleh otoritas publik.

Latihan/kegiatan industri perjalanan yang banyak dilakukan oleh dinas pariwisata Kabupaten Belu dan ada juga latihan/kegiatan industri perjalanan dari Kementerian Pariwisata khususnya Program Wonderful Indonesia/Cross line. Hingga saat ini, industri perjalanan wisata di Kabupaten Belu dan wisata wisatawan masih banyak yang belum diketahui oleh para wisatawan karena belum adanya sistem dan media pengembangan yang secara tegas memberikan judul destinasi wisata melalui internet. Oleh karena itu, Permasalahan yang berkaitan dengan objek industri wisata di Kabupaten Belu, memerlukan perbaikan kerangka data industri perjalanan untuk mengalahkan hambatan dalam hal tempat liburan dan data tentang latihan saat ini. masih sulit untuk disadari oleh para tamu. Sehingga perlu mengorbankan investasi dengan mengunjungi Dinas Pariwisata atau mencari data

dengan menyimak perbincangan orang lain tentang potensi industri travel, serta apa saja latihan industri travel yang ada di Kabupaten Belu.

Inovasi dimanfaatkan untuk mempermudah orang melakukan berbagai macam gerakan. Salah satu inovasi yang dimanfaatkan saat ini adalah Sistem Informasi Geografis (SIG). SIG merupakan inovasi untuk membuat, menyelidiki, dan menyebarkan data geografis yang berhubungan dengan desain ruangan dan data terkait. Dengan hadirnya GIS untuk kawasan industri perjalanan tentunya akan membantu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk mengatasi kendala yang ada. Data industri perjalanan wisata tersebut dapat disampaikan dalam struktur visual yang didalamnya terdapat data-data yang berhubungan dengan potensi wilayah seperti yang terjadi di Kabupaten Belu. Upaya untuk memperkenalkan data yang layak, menarik dan solid. Data yang diperkenalkan akan menjadi lebih mudah diakses oleh masyarakat pada umumnya dan wisatawan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan landasan di atas, maka pada saat itulah bentuk permasalahan yang dibahas dalam tinjauan tersebut, secara spesifik Bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Belu dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Domestik.

1.3. Tujuan Penelitian

Melihat permasalahan yang telah dipaparkan, maka alasan penelitian ini adalah untuk mengetahui tata cara surat menyurat Dinas Pariwisata Kabupaten Belu dalam meningkatkan minat wisatawan dalam negeri..

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Manfaat Teoritis

Secara hipotetis, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk menambah konsentrasi pada perluasan kunjungan wisatawan dan dapat dimanfaatkan sebagai sumber perspektif bagi masyarakat yang akan mengarahkan eksplorasi sebanding. Selanjutnya, akibat dari penelitian ini diharapkan dapat menambah konsentrasi terkait dengan masalah ini.

2. Manfaat Praktis

Secara Praktis penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

a. Bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Belu

Eksplorasi ini diharapkan dapat memberikan data, khususnya yang berkaitan dengan tata cara surat menyurat Dinas Pariwisata dan pemanfaatan lingkungan setempat.

b. Bagi Peneliti

Efek samping dari tinjauan seharusnya memberikan keuntungan bagi spesialis untuk memahami siklus apa yang diselesaikan dan mengeksekusi hipotesis dan informasi yang diperoleh selama alamat di bidang Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat.

c. Bagi Universitas

Ujian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan untuk menambah referensi pemahaman dan investigasi logis, khususnya bagi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi dan fiksasi Humas dan mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Rahmanto, dkk., (2011:11), hubungan antara *locus of control internal* dengan kematangan karir pada siswa kelas XII SMKN Purworejo, Jurnal pendidikan
- Anindita, M. (2015:6). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Ke Kolam Reang Boja. Semarang; Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Avilitasona, Gheraldin Bella. (2017:2) Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging, Boyolali.
- Bachthiar, M. Latief. (2016:12). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung kembali di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul. Jurnal. Yogyakarta; Universitas Yogyakarta
- Cangara, H. Hafied. (2013:23). Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Chaplin, J.P.(2011:11). Kamus lengkap psikologi. Diterjemahkan; kartini kartono Jakarta; PT RadjaGrafindo Persada.
- David, Fred R, (2011:19). Strategic Management, Buku 1. Edisi 12 Jakarta
- Effendi, Onong Uchjana. *Komunikasi Teori dan Praktek*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 1984
- Hovland, Carl I., ‘‘Social Communication’’, dalam Bernard berelson dan morris Jonowitz, ed., *Reader In Public Opinion and Communication, the Free Press of Glencoe, New York*, 1953
- Ismail (2014:99). Perbankan Syariah. Jakarta ;kencana
- Jhonson, G.and scholes, K. (2016:29). Exploring corporate strategy-text and cases. Hemel Hempstead;Prentice -Hall
- Kehi, (2017). Pemanfaatan LPPL Belu TV Sebagai Media Promosi Dalam Pengembangan Wisata Daerah. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, (1):2442-6962.
(<https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/368>). Diakses 28 Agustus 2021
- Kompas.com. (2014) Memparekraf. Perkembangan pariwisata Indonesia paling bagus.(online), 2014/04/02/0949478, (<http://travel.kompas.com/read/2014/04/02/0949478/Menparekraf.Perkembangan.Pariwisata.Indonesia.Paling.Bagus>), diakses 4 April 2021
- Kotler, Philip, *Marketing Management*, Prenticen-Hall Internasional, Inc., Sydney-new Jersey, 1988
- L. D. Bessie, Juita and Soares Olandina, Yuliana . 2021. Analisis Starategi Pengembangan Benteng Makes Sebagai Obyek Wisata Budaya Di Kabupaten Belu. Jurnal. Indonesia. (Online), 14(1): p1-15, (<http://ejurnal.undana.ac.id/JEM/article/download/3675/2485>), diakses 20 Agustus 2021.
- Lasswell, Horald D., *the structure and function of communication in society*, dalam Wilbur schramm, ed., *Mass communication, university of Illinis press*, Urbana-Chicago, 1972
- Liliweri, alo. (2011:248) komunikasi; serba ada serba makna. Jakarta ;kencana

- Maleong, L.J. (2010). Metodologi penelitian kualitatif, Bandung; Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L.J. (2011:324). Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2015:163). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Pos-Kupang.com. 2019. WISATAWAN MANCANEGARA BERKUNJUNG KEBELU SELAMA 2019. (online), (<https://kupang.tribunnews.com/2019/09/28/1635-wisatawan-mancanegara-berkunjung-ke-belu-selama-2019>). Diakses 28 September 2019
- Pratiwi, S., 2016, Analisis Pasar Wisata Syariah di Kota Yogyakarta, Jurnal Media Wisata, Vol. 14, No 1
- Rahma. (2013). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Menjadi Kawasan Wisata di Kecamatan Sapiro Kabupaten Tapanuli Selatan. Skripsi. Medan; Jurusan Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial UNIMED.
- Rangkuti, F. (n.d). analisis SWOT. Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama
- Sinaga, Supriyono. (2010:11). "Potensi Dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah". Kertas Karya. Program DIII pariwisata.
- Sugiyono (2015:246). Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D. Bandung; Alfabeta
- Sugiyono. (2014:270). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015:244). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung; Alfabeta.
- Sugiyono. (2017:9). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018:213). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Tersiana, A. (2018:12). Metode Penelitian. Yogyakarta: Yogyakarta.
- Wahid, Abdul. (2014:78). Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat Menuju Destinasi Utama Wisata Islami. Skripsi