

**MANAJEMEN KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KEPEMUDAAN OLAHRAGA DAN
KEBUDAYAAN DALAM MENGEMBANGKAN DESTINASI WISATA PANTAI SOLOP
DI KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**

Oleh : Refza Munami

refzamunami12@gmail.com

Pembimbing : Dr. Yasir M. Si

Jurusan Ilmu Komunikasi - Konsentrasi Hubungan Masyarakat

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Solop beach tourism was a tourist destination in Mandah at Indragiri Hilir district. Solop beach was one of the attractions in the downstream Indragiri district. The government made various efforts to improve tourism facilities and promotions in order to attract tourists who come to Solop Beach. This showed the government's seriousness to develop solop beach tourism. This study aimed to analyze the communication management carried out by the Youth and Sports Tourism and Culture Office of Indragiri Hilir Regency. In the form of planning, organizing, mobilizing, monitoring and evaluating communication in the development of the Solop beach in Indragiri Hilir Regency. This study used a qualitative research method with a descriptive approach. Qualitative research method was a research method based on post-positivism philosophy, it used to examine the condition of natural objects (as opposed to experiments). Data analysis were inductive/qualitative and quality research results emphasize meaning rather than generalization. Solop Beach Tourism used several promotional media that are sufficient to support the marketing of Solop Beach tourism, including posters, banners, billboards and guidebooks for the location of Solop Beach. Evaluation of activities made progress on communication management using social media in promoting Solop Beach Tourism that people can see that social media was very fast in its delivery to the community and evaluates a joint activity that had been carried out by the Department of Tourism, Youth and Sports, and Culture of Indragiri Hilir Regency, village government and Public in the medium category

Keywords: Tourism, Media Promotions, Solop Beach

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara selain dari sektor migas yang sangat potensial dan mempunyai andil besar dalam membangun perekonomian yang saat ini pertumbuhannya masih sangat lambat. Sektor pariwisata di Indonesia masih bisa untuk dikembangkan dengan lebih maksimal lagi. Pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan dengan baik akan mampu menarik wisatawan domestik maupun wisatawan asing untuk datang dan membelanjakan uangnya dalam kegiatan berwisatanya. Dari transaksi itulah masyarakat daerah wisata akan terangkat taraf hidupnya serta negara akan mendapat devisa dari wisatawan asing yang menukar mata uang negaranya dengan rupiah.

Kabupaten Indragiri Hilir terletak di pantai Timur pulau Sumatera, merupakan gerbang selatan Propinsi Riau, dengan luas daratan 11.605,97 km² dan perairan 7.207 Km² berpenduduk kurang lebih 683.354 jiwa yang terdiri dari berbagai etnis, Indragiri Hilir yang sebelumnya dijuluki "Negeri Seribu Parit" yang sekarang terkenal dengan julukan "Negeri Seribu Jembatan" dikelilingi perairan berupa sungai-sungai besar dan kecil, parit, rawa-rawa dan laut, secara fisiografis Kabupaten Indragiri Hilir beriklim tropis merupakan sebuah daerah dataran rendah yang terletak diketinggian 0-4 meter di atas permukaan laut dan dipengaruhi oleh pasang surut.

Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Keberadaan pariwisata dalam suatu daerah bisa dikatakan merupakan suatu gejala yang kompleks didalam masyarakat. Disini terdapat suatu ketertarikan antara daerah objek wisata yang memiliki daya tarik, masyarakat atau penduduk setempat, dan wisatawan itu sendiri. Sejak dahulu kegiatan pariwisata sudah banyak dilakukan masyarakat, baik di Indonesia atau didunia. Di Indonesia sendiri diadakannya Musyawarah Nasional Tourism

II di Tretes Jwawa Timur pada tanggal 12 sampai dengan 14 Juni 1958 (A. Yoeti, 1997).

Haryono (1978: 15) mengatakan secara etimologi kata pariwisata berasal dari bahasa pariwisata mulai memasyarakat pada tahun 1958, yaitu setelah Sansekerta yaitu "par" yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, dan keliling, dan "wisata" yang berarti perjalanan atau bepergian. Jadi, kata pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain. Untuk memperjelasnya, maka dapat disimpulkan definisi pariwisata adalah sebagai berikut: "Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beragam. Robert McIntosh bersama Shasikant Gupta juga mengungkapkan bahwa pariwisata adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah tuan daerah serta masyarakat dan dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan ini serta para pengunjung lainnya.

Menurut Hu & Ritchie (1993), destinasi adalah sebuah paket (bundle) yang terdiri dari berbagai fasilitas dan layanan pariwisata yang seperti produk jasa yang lainnya, terdiri dari sejumlah atribut multidimensi yang bersama-sama menentukan daya tariknya bagi individu tertentu dalam situasi pilihan tertentu. Destinasi wisata juga telah dianggap sebagai kombinasi dari produk, layanan dan pengalaman pariwisata yang disediakan secara lokal (Buhalis, 2000; Cooper et al., 1998) atau sebagai unit tindakan dimana berbagai pemangku kepentingan seperti kalangan swasta dan organisasi publik berinteraksi (Saraniemi & Kylänen, 2011; Bregoli dan Del Chiappa, 2013; Tuohino & Konu (2014). Dari perspektif manajemen pemasaran (Kotler dkk., 1999), destinasi dianggap sebagai produk komoditas

tradisional dan oleh karena itu, aglomerasi fasilitas dan layanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan diperlukan (Cooper et al., 2005; Saraniemi dan Kylänen, 2011; Tuohino & Konu (2014).

Kabupaten Indragiri hilir memiliki beberapa objek wisata yang sudah cukup dikenal masyarakat khususnya masyarakat Riau, salah satunya adalah pantai solop merupakan salah satu objek wisata yang ada di kabupaten Indragiri hilir. Pemerintah melakukan berbagai macam upaya untuk meningkatkan fasilitas wisata dan promosi agar dapat menarik minat wisatawan yang datang ke pantai solop. Hal ini menunjukkan keseriusan pemerintah untuk mengembangkan wisata pantai solop.

Inilah destinasi wisata andalan Kabupaten Indragiri Hilir dan menjadi salah satu destinasi tempat wisata di Riau yang cukup ramai dikunjungi wisatawan. Pesona pantai pasir putih yang berpadu dengan hutan bakau yang ada di pinggir pantai menjadi terlihat sangat menakjubkan. Yang semakin membuat Pantai Solop ini cantik adalah pepohonan yang ada di pinggir pantai dengan bunganya yang berwarna pink. Lokasi wisata Pantai Solop ini berada di Kecamatan Mandah, tepatnya di Desa Pulau Cawan.

Pantai ini mempunyai keunikan dan ciri khas tersendiri yang tidak dimiliki pantai-pantai lain. Di sini terdapat kawasan rawa/lumpur yang berpasir putih yang terbentuk dari kulit kerang dan tumbuhan laut yang dibawa ombak ke tepi pantai. Keberadaan hutan mangrove yang mengelilingi Pantai Solop merupakan hutan bakau terindah di Indonesia. Keindahan Pantai

ini bertambah karena terdapatnya pulau-pulau kecil di seberang pantai. Pada sore hari pengunjung dapat menyaksikan keindahan terbenamnya matahari (sunset).

Komunikasi pariwisata pemerintah dilakukan dengan membentuk dan menggerakkan kelompok-kelompok yang ada di masyarakat dengan sebutan kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Pembangunan pariwisata membutuhkan pengembangan kebijakan komunikasi yang baik, karena keduanya memiliki hubungan yang tidak terpisahkan dalam membangun sebuah destinasi wisata yang berkelanjutan. Pemerintah hendaknya berkoordinasi dan mengevaluasi kegiatan komunikasi pariwisatanya secara rutin tidak hanya dalam internal dinas pemerintah, namun dilakukan bersama dengan stakeholder yang terlibat.

Dilansir dari Riau Pos Gubernur Riau Drs. H. Syamsuar, M.Si ketika membuka acara Jelajah Ekowisata Solop (JES) 2019 Syamsuar menyebutkan, Pulau Cawan memiliki potensi sangat besar untuk dikembangkan destinasi pariwisatanya. "Pantai Solop ini memiliki potensi. Tinggal kita mempromosikannya agar menjadi daya tarik wisatawan lokal dan mancanegara," ungkap Syamsuar. Bupati Inhil Drs HM Wardan MP juga menyampaikan bahwa "Pantai ini memang memiliki potensi yang tinggi untuk dikembangkan dan memiliki daya tarik yang tinggi".

(<https://riaupos.jawapos.com/riau/03/12/2019/215822/pantai-solop-daya-tarik-destinasi-wisata-riau.html>)

Tabel 1.1

Data Keseluruhan Destinasi Pariwisata di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2019-2020

No	Nama Destinasi Pariwisata	Jenis Wisata	Lokasi
1.	Ekowisata Solop	Wisata alam	Desa Pulau Cawan, Kecamatan Mandah.
2.	Makam Tuan Guru	Wisata religi	Desa Teluk Dalam, Kecamatan Kuala Indragiri

3.	Air Terjun 86	Wisata alam	Desa Batu Ampar, Kecamatan Kemuning
4.	Air Terjun Tembulon Rusa	Wisata alam	Desa Batu Ampar, Kecamatan Kemuning
5.	Haul Syekh Abdurahman Syidiq	Wisata religi	Desa Teluk Dalam, Kecamatan Kuala Indragiri
6.	Gema Muharram	Wisata religi	Kota Tembilahan
7.	Festival Sampan Leper	Wisata budaya	Kuala Getek, Kecamatan Batang Tuaka
8.	Festival Menongkah	Wisata budaya	Desa Tanjung Pasir, Kecamatan Tanah Merah
9.	Festival Sampan Slodang	Wisata budaya	Desa Kuala Lahang, Kecamatan Gaung
10.	Festival Jalur Mini	Wisata budaya	Desa Sungai Gantang, Kecamatan Kampas
11.	Pantai Jodoh Teluk Kiambang	Wisata alam	Teluk Kiambang, Kecamatan Tempuling
12.	Festival Bumi Sri Gemilang	Wisata budaya	Kota Tembilahan
13.	Bukit Berbunga	Wisata alam	Desa Batu Ampar, Kecamatan Kemuning
14.	Taman Bunga Pulau Palas	Wisata alam	Pulau Palas, Tembilahan Hulu
15.	Semah Kampung	Wisata religi	Desa Pelanduk, Kecamatan Mandah
16.	Pantai Cermin	Wisata alam	Tanjung Jungkir, Kecamatan Kateman

Sumber : Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2019.

Pengembangan promosi pariwisata merupakan suatu langkah dalam mengembangkan pariwisata. Promosi pariwisata bertujuan untuk menarik pengunjung serta investor untuk dapat membantu menanamkan modal dalam mengembangkan potensi wisata tersebut. Promosi pariwisata dapat dilakukan dengan cara penyebaran brosur, buklet, koran, sosial media, dll. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terus meningkat setiap tahunnya di Indonesia dengan jumlah penggunaan yang terus meningkat terutama penggunaan media massa menjadi peluang yang besar bagi para pelaku wisata dalam melakukan kegiatan promosi pariwisata. Berikut bentuk promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga

dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir melalui media massa dan media cetak. Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir memiliki peran penting dalam mengembangkan dan mengelola pariwisata dengan tujuan untuk meningkatkan perekonomian dan pembangunan melalui sektor pariwisata.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai

lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitas lebih menekankan makna daripada generalisasi. Sedangkan metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. (Sugiyono, 2011)

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu di Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir dan di Desa Pulau Cawan Kecamatan Mandah. Adapun alasan penulis memilih lokasi tersebut dikarenakan Pantai Solop hanya ada di Kabupaten Indragiri Hilir. Adapun alasan penulis untuk memilih meneliti pantai solop ini di dasarkan karena di Inhil hanya mempunyai satu pantai yang berada di pulau cawan Inhil dan karena potensi yang dimiliki oleh pantai yang satu ini yang mana jika dilihat dari perkembangan pantai solop tentunya ini tidak banyak masyarakat lokal dan luar yang mengetahui lokasi pantai ini berada, seperti halnya pantai yang banyak dikenal oleh masyarakat luas seperti *pantai air manis*, *pantai carocok*, *pantai angso duo* yang berada di Sumatra Barat. Seharusnya pantai solop harus dikembangkan dengan serius tetapi ada permasalahan dalam mengembangkan Pantai Solop.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Sampling purposif adalah teknik penentuan sampel dengan kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. (Kriyantono, 2012:156). Pemilihan informan didasarkan pada kriteria sebagai berikut, (1) Informan merupakan koordinator program, (2) Informan memiliki kewenangan atau tugas yang berkaitan dengan objek penelitian, (3) Informan pernah mengikuti

kegiatan di Pantai Solop, (4) Informan yang berkunjung di Pantai Solop. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 5 orang diantaranya adalah 1 kepala Dinas Pariwisata, kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan, 1 kepala bidang pariwisata, 1 kepala desa pulau cawan, 1 masyarakat yang berada di pulau cawan, dan 1 orang yang pernah mengunjungi pantai solop.

Objek dalam penelitian ini adalah segala sesuatu permasalahan yang hendak diteliti (Alwasilah, 2011: 115). Objek dalam penelitian ini berkaitan dengan fokus penelitian yakni Manajemen Komunikasi Dinas Pariwisata Kepemudaan Olahraga Dan Kebudayaan Dalam Mengembangkan Destinasi Wisata Pantai Solop Di Kabupaten Indragiri Hilir.

Teknik Pengumpulan Data

Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk saling bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna di dalam suatu topic tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik dalam pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self-report, dan sedikit-tidaknya pengetahuan mengenai keyakinan pribadi (Sugiyono, 2018:464-465).

Wawancara dilakukan dengan cara mewawancarai pihak wewenang yang bertanggung jawab pada Objek Wisata pantai solop, Yaitu Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Indragiri Hilir tentang Manajemen Komunikasi Dinas Pariwisata Kepemudaan Olahraga Dan Kebudayaan Dalam Mengembangkan Destinasi Wisata Pantai Solop Di Kabupaten Indragiri Hilir.

Wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan para subjek penelitian terkait memberikan hasil mengenai keterangan yang telah diamati. Dalam penelitian ini wawancara yang dilakukan adalah

wawancara tidak terstruktur dengan hanya menggunakan pedoman pertanyaan berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tak terstruktur adalah tidak ada sistematika tertentu, tidak terkontrol, informal, terjadi begitu saja, tidak diorganisasikan atau terarah (Kriyantono, 2014:101). Wawancara ini dilakukan agar peneliti dapat menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Ada pun informan yang akan peneliti wawancara terkait penelitian ini adalah orang yang bertanggung jawab terhadap Manajemen Komunikasi Pariwisata Pantai Solop Sebagai Destinasi Wisata Di Kecamatan Mandah Pantai Solop Kabupaten Indragiri Hilir.

Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data dengan melibatkan hubungan interaksi sosial antara peneliti dan informan dalam suatu latar penelitian (pengamatan objek penelitian di lapangan). Pengamatan dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat semua peristiwa. Cara ini bertujuan untuk mengetahui kebenaran atau fakta yang ada di lapangan (Moleong, 2010: 125-126).

Observasi yaitu mengumpulkan data dengan cara mengamati objek yang akan diteliti secara langsung. Menurut Sudijono (1998) secara umum pengertian observasi adalah cara menghimpun bahan-bahan keterangan (data) yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan.

Dengan menerapkan teknik observasi dalam mengumpulkan data maka peneliti memperoleh manfaat bisa memperkuat data yang diperoleh, memperoleh data secara langsung, menambah keabsahan data, dan memperdalam pengamatan.

Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyalin data-data atau arsip-arsip yang tersedia pada interview maupun perusahaan yang berhubungan dengan

penelitian. Menurut Moleong (2005:6) dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data penelitian yang didapatkan langsung di lapangan dalam bentuk foto, video atau rekaman wawancara peneliti dengan informan. Dokumentasi sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumentasi sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan bahkan untuk meramaikan.

Istilah dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang dalam bahasa Belanda disebut *document*, dalam bahasa Inggris disebut *document*. Kalau kita mengacu ke bahasa Inggris maka istilah *document* dapat merupakan kata kerja (*document*) serta kata benda (*document*). Kata kerja *to document* berarti menyediakan dokumen, membuktikan dengan menunjukkan adanya dokumen. Sebagai kata benda, dokumen berarti wahana informasi, data yang terekam atau dimuat dalam wahana tersebut beserta maknanya yang digunakan untuk belajar, kesaksian, penelitian, rekreasi dan sejenisnya. Dengan demikian, dokumen bisa mempunyai konotasi yang berbeda serta ruang lingkup yang sedikit berlainan. (Sulistyo-Basuki, 1989)

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data dari hasil dokumentasi berupa foto, video dan dokumen tertulis yang berkaitan dengan wawancara Strategi komunikasi pariwisata pantai solop sebagai destinasi wisata di kecamatan mandah kabupaten Indragiri hilir.

Gambar 3.1
Bentuk Promosi Pariwisata



Sumber : Brosur Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir tahun 2020.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles And Huberman (1984) berpendapat bahwa aktivitas dalam menganalisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan mencari kesimpulan sementara (Sugiyono, 2018:484). Langkah-langkah analisis tersebut adalah sebagai berikut:

Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan (seringkali tanpa disadari sepenuhnya) kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data mana yang dipilihnya. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, membuat memo). Reduksi data/transformasi ini berlanjut terus sesudah penelian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun.

Reduksi data merupakan bagian dari analisis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Dengan reduksi data peneliti tidak perlu mengartikannya sebagai kuantifikasi. Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara, yakni: melalui seleksi yang

ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Kadangkala dapat juga mengubah ndata ke dalam angka-angka atau peringkat-peringkat, tetapi tindakan ini tidak selalu bijaksana.

Penyajian Data

Miles & Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mereka meyakini bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi: berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih. Dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar atukah terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran yang dikisahkan oleh penyajian sebagai sesuatu yang mungkin berguna.

Menarik Kesimpulan

Pada Penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan- kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis (peneliti) selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dan menghabiskan tenaga dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran di antara teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif atau juga upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Singkatnya, makna-makna yang muncul dari data yang lain harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, akan tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantai Solop adalah salah satu objek wisata unggulan Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau. Pantai Solop memiliki pemandangan yang cukup mengesankan, dimana pasir putih yang sering dikenal dengan nama Pasir Sersah terhampar disepanjang bibir pantai, yang terdapat di kawasan Hutan Bakau.

Hutan Bakau yang mengelilingi Pantai Solop merupakan Hutan Bakau terindah di Indonesia. Pantai Solop ini berada di Desa Pulau Cawan Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir. Pantai Solop ini dipopulerkan oleh mantan Gubernur Riau H.M. Rusli Zainal melalui sebuah lagu Zapin, yang di kenal dengan Zapin Pantai Solop.

Manajemen Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir dalam mengembangkan Destinasi Pariwisata Pantai selalu memprioritaskan pantai solop sebagai destinasi wisata nomor 1 di kabupaten Indragiri Hilir dan memanfaatkan sumber daya komunikasi secara baik dengan adanya proses perencanaan, pelaksanaan pengorganisasian serta evaluasi yang dilakukan dan telah membangun sarana prasana tahun 2020 yang telah dilakukan, dalam hal ini Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir menentukan khalayak yang akan dituju oleh dinas dalam mempromosikan pariwisata pantai solop sebagai destinasi wisata yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir. Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa hubungan langsung antar instansi terkait dengan pemerintahan desa dapat dikatakan harmonis dan selalu melakukan komunikasi dengan baik. Wawancara bersama Ibu Hj. Erni Yusnita, SE, MH selaku Kepala Bidang Pariwisata di Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir,

mengatakan:“Dalam melakukan perencanaan yang dilakukan oleh dinas untuk pelaksanaan kemajuan pantai solop sebagai destinasi pariwisata dinas selalu memprioritaskan pantai solop sebagai destinasi wisata nomor 1 di kabupaten Indragiri Hilir dan telah membangun sarana prasana tahun 2020 yaitu menara pandang dan dermaga yang dikelola oleh pemerintahan kabupaten dan pemerintahan desa setempat agar masyarakat lokal dan dari luar Kabupaten Inhil bisa dapat mengunjungi Pantai Solop” (Selasa, 16 Maret 2021)

Kepala Bagian Pariwisata Dinas Pariwisata,
Kepemudaan Olahraga dan Kebudayaan
Kabupaten Indragiri Hilir



Program promosi pantai solop ini merupakan salah satu fokus dari kerja Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir. Berdasarkan wawancara dari bapak Junaidy Ismail, S.Sos, M.Si sebagai Kepala Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir, berikutpotongan wawancaranya: “Dalam melakukan perencanaan pemerintah akan melakukan pembangunan infrastruktur seperti, gazebo, mushalla,jalan beton akses menuju lokasi pantai solop guna mem berikan

kenyaman bagi wisatwan pengunjung pantai solop.” (Selasa, 16 Maret 2021). Komunikator yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir komunikator adalah pihak bidang pariwisata yang diwakili oleh staf atau pegawai yang dekat dengan masyarakat. Dalam penentuan komunikator, Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan kebudayaan kabupaten Indragiri hilir menetapkan orang-orang yang memiliki kapasitas dan kredibilitas serta pengetahuan yang luas tentang objek wisata pantai solop agar dapat diterima dengan baik. Pengetahuan yang luas tentang objek wisata pantai solop ini tentunya dimiliki oleh orang-orang yang memang bekerja untuk melakukan pengembangan pantai solop yaitu Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga Dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir.

Foto Bersama Kepala Dinas Pariwisata,
Kepemudaan Olahraga dan Kebudayaan
Kabupaten Indragiri Hilir



Implementasi yang dilakukan Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir, menyelaraskan fungsi manajemen yaitu fungsi merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan dan melakukan pengawasan dengan komunikasi baik itu dalam posisi sebagai atasan maupun bawahan agar komunikasi berjalan lancar dalam proses promosi pariwisata. Dalam melakukan Evaluasi dapat disimpulkan bahwasanya Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir bertujuan untuk meningkatkan

kualitas layanan promosi yang telah dilakukan dinas di media massa ataupun media cetak yang digunakan untuk mempromosikan pariwisata pantai solop dan sebuah aktivitas yang memiliki peran yang sangat penting dalam perencanaan yang telah dilakukan.

Dalam manajemen komunikasi yang dilakukan Pokdarwis yaitu menggunakan komunikasi dua arah, baik antara Pokdarwis antara Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir dan pemerintahan desa pulau cawan, pokdarwis desa pulau cawan mengadakan pelatihan, peningkatan mutu sumber daya manusia dengan bekerja sama dengan Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir yang menunjang pelatihan serta pendampingan yang pokdarwis jalankan, yang bertujuan untuk pengembangan pariwisata pantai solop didesa pulau cawan serta meningkatkan pelayanan wisata pantai solop. Pokdarwis desa pulau cawan juga menggunakan media sebagai alat penyampaian pesan, sehingga penyampaian informasi lebih efektif karna lebih cepat dan dapat mencakup banyak khalayak.

Komunikasi pada hakikatnya merupakan sebuah interaksi dari dua pihak atau lebih yang saling berinteraksi dan menjalin hubungan untuk mencapai tujuan bersama. Sinergi dicapai melalui anggota-anggota suatu organisasi yang mengkombinasikan upaya secara kolektif guna melaksanakan tugas-tugas yang melampaui jumlah dari upaya individual.

Untuk mencapai target yang diinginkan Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Merekalah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program, sebab bagaimanapun besarnya biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk memengaruhi mereka, namun jika mereka tidak tertarik pada program yang ditawarkan,

maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sia-sia (Cangara, 2013:111).

Manajemen komunikasi merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengontrolan penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain untuk mencapai sasaran (goals) secara efektif dan efisien agar terjadi saling memengaruhi diantara keduanya (Abidin, 2015: 132). Pada prinsipnya manajemen merupakan alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh lembaga/organisasi bersangkutan. Manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan/lembaga atau organisasi, masyarakat, karyawan. Esensi manajemen adalah aktivitas bekerja dan orang lain untuk mencapai berbagai hasil. Dengan manajemen, daya guna dan hasil guna, unsur-unsur manajemen dapat ditingkatkan (Abidin, 2015: 54).

Data-data yang diperoleh mengenai manajemen pariwisata dalam menjadikan pantai solop sebagai destinasi wisata di Kabupaten Indragiri Hilir, disajikan berupa data dari para informan menurut bahasa, pandangan dan ungkapan oleh mereka. Peneliti disini menyajikan data dari konsep manajemen komunikasi pariwisata dalam mengembangkan pantai solop sebagai destinasi wisata di Kabupaten Indragiri Hilir berdasarkan fokus penelitian yang telah peneliti paparkan pada bab sebelumnya.

Wisata Pantai Solop telah menggunakan beberapa media promosi yang cukup menunjang pemasaran pariwisata Pantai Solop, diantaranya adalah poster, banner, baliho, buku panduan letak pantai solop. Jika strategi perancangan tidak tepat dan tidak sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan, maka dapat dikatakan promosi yang kita lakukan tidak berhasil dan tidak sampai pada target audience. Sehingga dalam merancang suatu strategi perancangan diperlukan suatu pemikiran atau gagasan yang tepat untuk dapat direalisasikan menjadi sebuah promosi yang komunikatif dan efektif. Ada pokok pikiran yang mengacu pada pola dukungan dalam menciptakan desain secara

global dan meyeluruh. Unsur pendukung tersebut dibagi menjadi dua bagian, yaitu : pertama, strategi visual verbal merupakan membuat iklan sehingga membuat pembaca tertarik untuk membacanya. Kedua, strategi visual non verbal merupakan membuat logo (Dewanto, 2011; 29)

Pada bagian hasil penelitian telah dipaparkan wawancara terkait Manajemen Komunikasi Dinas Pariwisata Kepemudaan Olahraga Dan Kebudayaan Dalam Mengembangkan Destinasi Wisata Pantai Solop Di Kabupaten Indragiri Hilir. Pada bagian hasil penelitian wawancara yang telah dilakukan berdasarkan turunan dari identifikasi masalah yang meliputi perencanaan, implementasi, dan evaluasi.

Manajemen komunikasi merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengontrolan penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain untuk mencapai sasaran (goals) secara efektif dan efisien agar terjadi saling memengaruhi diantara keduanya (Abidin, 2015: 132).

Pada prinsipnya manajemen merupakan alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh lembaga/organisasi bersangkutan. Manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan/lembaga atau organisasi, masyarakat, karyawan. Esensi manajemen adalah aktivitas bekerja dan orang lain untuk mencapai berbagai hasil. Dengan manajemen, daya guna dan hasil guna, unsur-unsur manajemen dapat ditingkatkan (Abidin, 2015: 54)

Model SOSTAC yang dikembangkan Paul Smith (2017) merupakan sebuah lingkaran dengan terdiri dari 6 tahap, yaitu Analisis Situasi (*Situation Analysis*), Penetapan Sasaran (*Objectives*), Perancangan Strategi (*Strategy*), Pemilihan Taktik (*Tactics*), Rencana Aksi (*Action Plan*) dan Sistem Pengendalian (*Control System*) dalam bentuk monitoring dan evaluasi.

Analisis yang peneliti lakukan adalah dengan menggunakan metode SOSTAC yang merupakan strategi yang dikembangkan oleh

Paul R. Smith, berisi rangkuman dari tahapan yang harus terlibat dalam pengembangan sampai pada tahap perencanaan, implementasi dan evaluasi. Tahapan SOSTAC Terdapat 6 tahap dalam melakukan analisa SOSTAC, yaitu *situation analysis*, *objectives*, *strategy*, *tactics*, *action* dan *control*. Ke-6 tahapan tersebut diperlukan untuk melakukan analisa dari yang telah ditentukan oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir sebagai berikut:

1. *Situation Analysis*

Dalam tahap ini, situasi dianalisa untuk mendapatkan gambaran mengenai pengembangan wisata pantai solop, objek wisata alam yang berada di Kabupaten Indragiri Hilir ini memiliki daya tarik seperti pasir putih dan hutan bakau yang sangat luas. Namun objek wisata ini masih dalam pengembangan yang dikelola Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir dan pemerintah desa pulau cawan.

2. *Objectives*

Menurut Smith (2017) tahap analisa *objective* dapat menggunakan tools 5s pemasaran yang dapat berfungsi sebagai titik awal untuk membantu perusahaan memeriksa seluruh elemen dalam pemasaran digital, tidak hanya penjualan. 5s tersebut terdiri dari *sell*, *serve*, *sizzle*, *speak* dan *save*.

a. *Sell*

Dalam melakukan *Sell* Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir berupaya mempromosikan wisata pantai solop melalui media cetak, media sosial dan *website* Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir.

b. *Serve*

Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir dan pemerintah desa menyediakan langsung wahana permainan seperti *banana boat*, istana balon untuk

anak-anak dan sebagainya. Secara konsisten menyediakan wahana permainan yang disediakan di wisata pantai solop agar wisatawan lebih betah berada di pantai solop. Mempromosikan pantai solop sebagai wisata yang berada di Kabupaten Indragiri Hilir. Informasi ini akan dilakukan pada *website* dan media sosial seperti *instagram*, *facebook*, dan *whatsapp* karena merupakan media sosial dengan tingkat pengguna paling banyak diseluruh Indonesia.

c. *Sizzle*

Dalam mencapai tujuan promosi, penting bagi Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir untuk menargetkan target khalayak yang dituju pada masa yang akan datang demi terciptanya wisata pantai solop sebagai tujuan wisatawan. Selain telah menjalankan beberapa program.

d. *Speak*

Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir telah membuat sebuah *website*, bedanya fitur ini dapat diakses oleh siapa aja, karena pada layanan ini dapat melakukan pencarian yang wisata lainnya yang berada di Kabupaten Indragiri Hilir

Gambar 5.1 *website* Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir



e. *Save*

Penting bagi perusahaan untuk melakukan penghematan, baik penghematan secara waktu maupun biaya. Dalam hal ini Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten

Indragiri Hilir dapat membuat sebuah membuat sebuah website untuk menyediakan informasi dan petunjuk bagi wisatawan.

3. *Strategy*

Pada tahap ini, perusahaan perlu menentukan segmentasi, target dan positioning dari Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir dengan tujuan agar objective dapat lebih terarah tujuannya.

4. *Tactics*

Setelah menentukan objektif dan strategi, maka langkah selanjutnya adalah dengan melakukan analisa taktik. Analisa taktik diperlukan untuk mengetahui dengan jelas detail dari sebuah langkah yang akan dilakukan dari Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir untuk mempromosikan dan pengembangan pantai solop.

5. *Action*

Tahap ini menguraikan kapan dan bagaimana tindakan harus dilakukan dalam mengimplementasikan setiap rencana pemasaran yang telah dibuat. Membuat media pemasaran baik offline maupun online bersinergi dengan tagline yang dapat membantu terciptanya promosi yang telah Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir.

6. *Control*

Tahap *control* yaitu memonitor dan mengukur performa berbasis tujuan yang telah ditetapkan Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir. Yaitu dengan memperhatikan taktik yang sudah ditetapkan dan dilakukan kontrol saat melaksanakan semua taktik tersebut.

Sebuah proses manajemen komunikasi pariwisata yang dilaksanakan tidak luput dari berbagai rintangan atau hambatan. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi dimaksudkan untuk mengatasi rintangan-rintangan yang ada guna mencapai efektivitas komunikasi, sedangkan dari sisi

fungsi dan kegunaan komunikasi perencanaan diperlukan untuk program-program yang ingin dicapai (Cangara, 2013:41).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil dari penelitian diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

Aspek Perencanaan dalam pariwisata bertujuan untuk menganalisis manajemen komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir yakni perencanaan, pengorganisasi, penggerakan, pengawasan dan evaluasi komunikasi dalam pengembangan Pantai Solop di Kabupaten Indragiri Hilir.

Aspek Implementasi dapat kita ketahui dalam pengembangan Wisata Pantai Solop adalah Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir dan pemerintah desa, dibawah tanggung jawab Kepala Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir.

Aspek Evaluasi kegiatan ini dapat kita ketahui berkembangnya penggunaan media sosial dalam mempromosikan Wisata Pantai Solop bahwa dapat kita lihat media sosial sangat cepat penyampaiannya kepada masyarakat dan melakukan evaluasi sebuah kegiatan bersama yang telah dilakukan Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir, Pemerintah desa dan Masyarakat.

Saran

Sehingga penulis bisa memberikan saran sebagai berikut:

Dalam penentuan sasaran sebaiknya pihak Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir bukan hanya diperuntukkan kepada wisatawan lokal yang berada di Kabupaten Indragiri Hilir saja tetapi lebih dikembangkan lagi wisata Pantai Solop kepada pengunjung di luar Kabupaten Indragiri Hilir dengan kegiatan promosi agar masyarakat mengetahui wisata pantai solop

yang berada di Kecamatan Mandah desa Pulau Cawan.

Dalam penggunaan media, sebaiknya pihak Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir lebih memprioritaskan website, membuat video promosi, konten creator dan juga media sosial lainnya harus lebih sering aktif memberikan informasi tentang wisata pantai solop tersebut.

Dalam penyampaian pesan mengenai manajemen komunikasi pantai solop sebagai destinasi wisata diharapkan menggunakan bahasa dan kalimat-kalimat yang mudah dimengerti oleh masyarakat luas.

Hasil evaluasi yang dilakukan, diharapkan agar pemerintah daerah memperhatikan daerah ini, agar destinasi wisata pantai solop ini tetap berjalan dengan mematuhi protokol kesehatan ditengah pandemi Covid 19 ini.

REFERENSI

- Alwasilah, A. Chaedar. (2011). *Pokoknya Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya
- Arifianti. Pendekatan Model *Public Relation PR Smith's SOSTAC* Untuk Menganalisa Sistem Perencanaan Digital Marketing PT *Valbury Asia Futures*. *Jurnal Komunikasi*
- Bungin, Burhan. 2011. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta: Prenada Group
- Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata Pemasaran dan Brand Destinasi*, (Jakarta: Prenadamedia group,2015)
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya,2010)
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Mohd. Syukri 2019. “*Pelaksanaan Tugas Kepala Desa Dalam Mendukung Perkembangan Pariwisata Pantai Solop Di Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2015-2016*”.
- Moleong, L.J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Dedy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurdin Hidayah. 2019. *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Rasyid, Anuar. 2011. *Komunikasi Penyuluhan*. Pusat Pengembangan Universitas Riau
- Syam Nina,. 2010. *Komunikasi Pariwisata Di Indonesia*. Bandung. 2010. Cendekia Grafika
- Tommy Suprato, *Pengantar Teori Dan Manajemen Komunikasi* (Yogyakarta: Media Pressindo)
- Veni Fitra Meilisa. 2018. “*Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga, Dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop*”.
- Wiryanto. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Yasir, 2011. *Teori Komunikasi*. Pusat Pengembangan Universitas Riau
- Yoeti, Oka, A.H, 1982. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa Bandung

JURNAL

- Yasir. 2019. “*Kebijakan Komunikasi Dalam Membangun Destinasi Dan Masyarakat Sadar Wisata Di Kabupaten Bengkalis*”

Veni Fitra Meilisa. 2018. *“Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga, Dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop”*

M. Andi Fikri. 2016. *“Branding Desa Kalanganyar Sebagai Ekowisata Bahari Di Kabupaten Sidoarjo”*

Firmada Libriyanto. 2017. *“Marketing Komunikasi Wisata Pantai Nglambor”*

Isbandi Sutrisno. 2012. *“Peran Komunikator Insider Dalam Pengembangan Bisnis Berbasis Ekowisata Kawasan Pantai Wedi Ombo Gunung Kidul Diy”*

