

# **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA PANTAI TERHADAP PERTUMBUHAN PENGUNJUNG (STUDI KASUS PANTAI PULAU BERAS BASAH OLEH DINAS PARIWISATA KOTA BONTANG)**

Muhammad Ichsan Firdaus<sup>1)</sup>, Risa Dwi Ayuni<sup>2)</sup>, Muhammad Ali Wafa<sup>3)</sup>

<sup>1)2)3)</sup> FISIP, Universitas Islam Kalimantan MAAB (UNISKA) Banjarmasin

Email: muhammadichsanfirdaus@gmail.com

## *Abstract*

*Tourism is a variety of tourism activities that are supported by various facilities and services provided by the community, businessmen, government and local government. Bontang City has areas that can be developed as tourist attractions. One of the tourist areas in Bontang is Beras Basah Beach. In this case, the role of management is needed in determining the right policies so that managed tourism can compete and get optimal benefits. One way that management can do is to develop a strategy for the growth of visitors to Beras Basah Island.*

*This research is descriptive, because the purpose of descriptive research is to make a systematic, factual and accurate description, picture or painting of the facts, characteristics and relationships between the phenomena investigated. In accordance with the focus and objectives of the research, this type of research is very appropriate because the researcher will describe the data not to measure the data obtained. The results of this study the marketing communication strategy carried out by the Tourism Office in introducing and increasing visitor growth to Pulau Beras Basah Beach, namely the Marketing Mix and Promotion Mix had a significant impact in increasing visitor growth.*

**Keywords :** *Marketing Communication Strategy, Visitor Growth*

## *Abstrak*

*Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.. Kota Bontang memiliki kawasan yang dapat di kembangkan sebagai daya tarik wisata. Salah satu kawasan wisata yang ada di Bontang adalah Pantai Beras Basah. Dalam hal ini, sangat diperlukan peranan pihak manajemen dalam menentukan kebijakan yang tepat agar wisata yang di keelola dapat bersaing dan mendapatkan keuntungan yang optimal. Salah satu cara yang dapat dilakukan pihak manajemen adalah dengan melakukan strategi terhadap pertumbuhan pengunjung Pulau Beras Basah.*

*Penelitian ini adalah deskriptif, karena tujuan dari penelitian deskriptif yaitu untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian, jenis penelitian ini sangat tepat karena peneliti akan mendeskripsikan data bukan untuk mengukur data yang diperoleh. Hasil dari penelitian ini strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam memperkenalkan maupun meningkatkan pertumbuhan pengunjung ke Pantai Pantai Pulau Beras Basah, yaitu Marketing Mix dan Promotion Mix memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan pengunjung.*

**Kata kunci:** *Strategi Komunikasi Pemasaran, Pertumbuhan Pengunjung*

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, derry. Analisis atas Efektivitas pengendalian Internalpadapt pupuk Sriwidjaja Palembang. Diss. Politeknik negeri Sriwijaya, 2020.
- Abdussamad, zuchri. "buku metode Penelitian kualitatif." (2022).
- Angga, septian pratama. Analisis dampak Pengembangan pariwisata Pantai pink terhadap Peningkatan ekonomi Masyarakat tanjung luar Kecamatan keruak Kabupaten Lombok Timur. Diss. Universitas\_Muhammadiyah\_Mataram, 2020.
- Budianto, Apri. "Manajemen Pemasaran." Yogyakarta: Ombak (2015)
- Astuti, Linda, et al. "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pusat Latihan Gajah (Plg) Sebelat Bengkulu Utara." *Mimbar: Jurnal Penelitian Sosial Dan Politik* 11.2 (2022)
- Durrotunnasikhah, Uli. Strategi Komunikasi Pemasaran Obyek Wisata Madiun Umbul Square dalam Meningkatkan Pengunjung Pada Tahun 2019. Diss. IAIN Ponorogo, 2020.
- Hadi, Abd. Penelitian kualitatif studi fenomenologi, case study, grounded theory, etnografi, biografi. CV. Pena Persada, 2021.
- Ismayani, Ade. Metodologi Penelitian. Syiah Kuala University Press, 2019 Istiqomah, Tiara. Strategi Komunikasi Pemasaran Atlantis Land Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung. Diss. UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945, 2018.
- Iivan, Ignasius. STRATEGI KOMUNIKASI PROMOSI PARIWISATA DI DESA WISATA LIANG NDARA KABUPATEN MANGGARAI BARAT LABUAN BAJO. Diss. Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa" APMD", 2023.
- KUSNADI, ARIS. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KOTA BAUBAU DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN (Studi Kasus Kota Baubau, Provinsi Sulawesi Tenggara Tahun 2014-2018). Diss. Universitas Gadjah Mada, 2020.
- Nisa, Chairun. "Persepsi Pengunjung Dalam Pengembangan Wisata Pantai Di Kabupaten Tapanuli Tengah."(2018).
- Putri, Sari Diwanti. "Arahan Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Paseban Secara Berkelanjutan di Kabupaten Jember." Skripsi--Institut Teknologi SepuluhNopember, Surabaya (2018).
- Rachman, Ainur. Analisis strategi komunikasi pemasaran dalam menarik jumlah pengunjung: Studi pada Wisata Petik Buah PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya Kota Batu. Diss. Universitas Islam Negeri
- Maulana Malik Ibrahim, 2014. Radjawane, Louise Elizabeth, et al. "Perencanaan Angkutan Wisata di Pulau Beras Basah Kota Bontang." *Jurnal Penelitian Sekolah Tinggi Transportasi Darat* 10.2 (2019): 1-11.
- Rahmah, Tantri Misswa. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA CIREBON DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI WISATA DAERAH. Diss. FISIP UNPAS, 2022.
- Ramdhan, Muhammad. Metode penelitian. Cipta Media Nusantara, 2021. Rispawati, Dewi, and Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mataram. "ANALISIS OPTIMALISASI PROMOTION MIX DALAM RANGKA MENINGKATKAN KUALITAS JASA DAN PELAYANAN PADA GRAND ROYAL BIL HOTEL (DESA BATUJAI KECAMATAN PRAYA BARAT- LOMBOK TENGAH) Oleh." *MEDIA BINA ILMIAH* 14.6 (2020): 2727-2738.
- Rohimah, Afifatur. "Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Banyu Mili dalam Peningkatan Jumlah Pengunjung." *Jurnal Representamen* 3.02 (2017).
- Rozi, Rahmat, and Evawani Elysa Lubis. "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KOTA PARIAMAN DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI PANTAI GANDORIAH." *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 5.2: 1-10.
- Rukin, S. Pd. Metodologi penelitian kualitatif. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019.
- Saleh, Sirajuddin. "Analisis data kualitatif." (2017). Setyanto, A. Eko. "Sumbangan Pemikiran

Harold Lasswell terhadap Pengembangan Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Pantai Terhadap Pertumbuhan Pengunjung (Ichsan Firdaus) 12 Ilmu Komunikasi." Komunikasi (2013): 221.

Sholikhah, Amirotn. "Statistik deskriptif dalam penelitian kualitatif." KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi 10.2 (2016): 342-362.

Sihombing, Bantors, And Erlin Kuswindayani Bawaulu. "Potensi Pantai Sibolo Pulau-Pulau Batu Nias Selatan Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan." Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung 7.2 (2020): 40-49.

Sukoco, Sampir Andrean. New Komunikasi Pemasaran teori dan aplikasinya. Pustaka Abadi, 2018.

Suyadi, Pengaruh Sapt Pesona Terhadap Peningkatan Pengunjung Obyek Wisata Guci Tegal (Jakarta: Uhamka,2015).

Tama, Andyan Pradipta, MM SE, and Penerbit Adab. MANAJEMEN PEMASARAN KONSEP DASAR DAN RUANG LINGKUP. Penerbit Adab.

Wahidmurni, Wahidmurni. "Pemaparan metode penelitian kualitatif." (2017).

Zahro, Dewi Fatikhatus. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Desa Wisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Desa Wisata Kelor, Sleman, Yogyakarta).

Diss. PERPUSTAKAAN UIN SUNAN KALIJAGA, 2012