

## Model Komunikasi Pemerintah Daerah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar

Ahmad Syarif<sup>1</sup>, Andi Luhur Prianto<sup>2</sup>, Muhammad Adzan Umrah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259, Makassar, Indonesia 90221

<sup>2</sup>Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259, Makassar 90221

### Abstrak

Dengan potensi pariwisata yang sangat menjanjikan, sudah sepantasnya Pulau Sanrobengi sebagai salah satu destinasi wisata sehingga dapat menjadi pilihan favorit bagi wisatawan domestic dan luar negeri dan tidak mustahil Pulau Sanrobengi dapat lebih dikenal oleh wisatawan domestic maupun mancanegara. Jenis penelitian adalah kualitatif dengan tipe penelitian fenomenologis dengan informan 11 orang, sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, dan data sekunder, teknik pengumpulan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan FGD (*Focus Group Discussion*) yang dilakukan secara langsung oleh peneliti, teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, sajian data, dan verifikasi dan pengabsahan data dalam penelitian ini adalah triangulasi metode dan triangulasi waktu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Model Komunikasi Pemerintah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar ada empat yaitu (1) memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait obyek wisata tersebut, pemerintah Kabupaten Takalar atau lebih spesifik dinas pariwisata merekrut yang namanya dara daeng, dara daeng ini sebagai ikon atau garda terdepan dalam hal memberikan pemahaman kepada masyarakat atau wisatawan (2) untuk mempengaruhi kesenangan pengunjung pemerintah menghadirkan fasilitas yang cukup lengkap, ini dapat dibuktikan dengan tersedianya sembilan villa, satu baruga, dengan fasilitas perabotan yang sudah ada didalamnya, ditambah dengan fasilitas outbound bagi wisatawan. (3) pengaruh pada sikap, membedakan diantaranya ada fasilitas dan harga untuk menikmati tergolong terjangkau bagi para wisatawan yang ingin menikmati Pulau Sanrobengi Kecamatan Galesong Selatan (4) hubungan kerja sama antara pemerintah daerah dan pihak swasta dalam hal pengelolaan belum ada, adapun hubungan kerjasama yang terjalin dengan media-media elektornik seperti Celebes TV.

**Kata Kunci :** Model Komunikasi; Pemerintah Daerah; Promosi Obyek Wisata

### Abstrack

*Government Communication Model in the Promotion of Sanrobengi Island Tourism Object in South Galesong District Takalar District. With the potential of tourism is very promising, it is deserved Sanrobengi Island as one of the tourist destinations so it can be a favorite choice for domestic and foreign tourists and not impossible Sanrobengi Island can be better known by domestic and foreign tourists. The research type is qualitative with phenomenological research type with informant 11 people, data source in this research is primary data, and secondary data, collecting technique in this research is observation, interview, documentation, and FGD (Focus Group Discussion) done directly by researchers, data analysis techniques in this study is data reduction, data presentation, and verification and validation of data in this study is triangulation method and triangulation time. The result of the research shows that Government Communication Model in Promotion of Object of Sanrobengi Island in South Galesong Sub-district of Takalar Regency there are four yaitu (1) to give an understanding to the society related to the tourism object, takalar district government or more specifically the recruiting tourism service whose name is daeng daeng, as an icon or vanguard in terms of providing an understanding to the public or tourists (2) here to influence the enjoyment of the government's visitors to present a fairly complete facility, this can be proven by the*

---

\* Penulis Korespondensi

E-mail: [ahmadsyarif@unismuh.ac.id](mailto:ahmadsyarif@unismuh.ac.id)

*availability of nine villas, one baruga, with existing furniture facilities therein, outbound for tourists who want to play games. (3) influence on attitude, distinguish among others there is facility, and the price to enjoy the facility was quite affordable dikantong the tourists who want to enjoy the island sanrobengi galesong district (4) cooperative relationship between local government and private parties in terms of management yet, cooperation that is intertwined with elektornik media such as Celebes TV.*

**Keywords:** *Communication Model; Government; Tourism Object Promotion*

## 1. Pendahuluan

Perkembangan dunia pariwisata telah mengalami berbagai perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan, dorongan orang untuk melakukan perjalanan, cara berpikir, maupun sifat perkembangan itu sendiri. Di Negara maju pariwisata sudah bukan hal yang baru lagi bahkan orang melakukan suatu perjalanan merupakan kebutuhan hidup suatu manusia. Namun demikian di negara-negara sedang berkembang atau yang sering disebut negara dunia ketiga pariwisata baru dalam taraf perkembangan. Pengembangan pariwisata di dunia ketiga lebih berorientasi kepariwisata alternative dan pariwisata ekonomi, kita sudah merasakan bahwa dari tahun ketahun jumlah wisatawan internasional terutama yang mengunjungi Indonesia terus meningkat sehingga kita dihadapkan pada persoalan untuk menatap rodruk-produk wisata sehingga dapat meningkatkan dari minat wisatawan untuk berkunjung.

Sulawesi Selatan merupakan daerah tujuan wisata yang memiliki keanekaragaman budaya dan keindahan alam. Salah satunya Kabupaten Takalar yang merupakan salah satu kabupaten dengan potensi pariwisata yang besar. Daerah ini banyak menyajikan keindahan alam bagi para wisatawan untuk datang berkunjung sekaligus menyaksikan keindahan alamnya. Salah satu tempat objek wisata dapat dinikmati oleh wisatawan adalah Pulau Sanrobengi yang berada di Kecamatan Galesong Selatan.

Pentingnya aspek promosi wisata disadari betul oleh pemerintah Kabupaten Takalar. Kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan selama ini masih kurang efektif dan belum menjangkau langsung bangsa pasar potensial yang berada di luar Kabupaten Takalar. Penggunaan media elektronik dalam

melakukan kegiatan promosi juga belum dimanfaatkan secara maksimal oleh para pelaku pariwisata. Kurangnya promosi pariwisata yang dilakukan berimbas kepada minimnya tingkat pengetahuan konsumen terhadap potensi pariwisata yang di daerah tersebut, selain itu juga pemilihan media promosi yang kurang tepat sehingga hanya akan menghabiskan anggaran promosi.

Dengan potensi pariwisata yang sangat menjanjikan, sudah sepantasnya Pulau Sanrobengi sebagai salah satu destinasi wisata dapat pat menjadi pilihan favorit bagi wisatawan domestik dan luar negeri dan tidak mustahil Pulau Sanrobengi dapat lebih dikenal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis mengambil judul penelitian tentang “Model Komunikasi Pemerintah Daerah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar”.

## 2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, artinya suatu jenis penelitian yang berusaha memberikan penjelasan dengan gambaran mengenai berbagai macam data yang telah dikumpulkan dari objek penelitian. Tipe peneltian yang digunakan adalah Fenomenologi dengan didukung data kualitatif dimana peneliti berusaha untuk mengungkapkan suatu fakta atau realita. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan yaitu pada bulan Juli sampai Desember 2018 di Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Takalar dan Pulau Sanrobengi. Peneliti melakukan penelitian karena kurang maksimalnya peran pemerintah dalam mengelola Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar. Informan penelitian yaitu: Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Takalar, tokoh

masyarakat, pemerintah kecamatan dan wisatawan.

### 3. Pembahasan dan Hasil

Komunikasi Pemerintahan adalah, penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara (Erliana Hasan). Aparatur pemerintah sebagai komunikator pemerintah yang terdiri dari tingkat bawah yakni Ketua Lingkungan sampai dengan tingkat tinggi yakni Presiden harus mampu mengkomunikasikan setiap apa yang ingin dikomunikasikan tentang komunikasi pemerintahan.

Sebagai tugas pokok pemerintahan untuk menjaga keamanan, ketertiban, keadilan, kesejahteraan sosial, ekonomi, pekerjaan umum, dan pemeliharaan sumber daya alam dan lingkungan hidup sudah mejadi hal yang paling vital agar pemerintah mempunyai komunikator pemerintah yang baik, jelas, tepat, akurat, menyeluruh, handal, profesional serta tangguh dan mampu bertindak cepat, tepat, efektif, efisien, dan bersinergi dalam upaya-upaya mengkomunikasikan komunikasi pemerintahan.

Peningkatan kualitas, integritas, akuntabilitas dan kompetensi komunikator pemerintah serta ketegasan dari pemimpin akan kepemimpinan yang sedang diembannya sebagai bentuk konsekuensi moral serta menjaga kewibawaan kepemimpinan untuk menjaga keutuhan negara kesatuan republik Indonesia agar tetap stabil.

#### 1. Pemahaman

Pemahaman adalah sesuatu hal yang kita pahami dan kita mengerti dengan benar. Suharsimi menyatakan bahwa pemahaman (*comprehension*) adalah bagaimana seorang mempertahankan, membedakan, menduga (*estimates*), menerangkan, memperluas, menyimpulkan menggeneralisasikan, memberikan contoh, menuliskan kembali, dan memperkirakan. Dengan pemahaman, siswa diminta untuk membuktikan bahwa ia memahami hubungan yang sederhana di antara fakta - fakta atau konsep.

Hasil wawancara dengan kepala seksi pemasaran obyek wisata dari dinas pariwisata Kabupaten Takalar yang membahas tentang pemahaman dapat diketahui bahwa dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat atau wisatawan, pemerintah menggandeng media-media untuk mempromosikan Pulau Sanrobengi ini, selain itu mereka juga merekrut dara-daeng sebagai ikon pemasaran untuk memasarkan obyek wisata tersebut. Selain itu, dinas pariwisata Kabupaten Takalar ini turun kesekolah-sekolah untuk mempromosikan, dan memberikan pemahaman terkait obyek wisata di Kabupaten Takalar.

Hasil wawancara dengan camat dari Kecamatan Galesong Selatan yang membahas tentang pemahaman yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata Pulau Sanrobengi dapat diketahui bahwa pemerintah atau yang lebih spesifiknya dari Kecamatan Galesong Selatan dalam membuat masyarakat atau wisatawan paham akan Pulau Sanrobengi mereka membuat Famplet atau banner yang berisikan informasi-informasi terkait Pulau Sanrobengi, yang menjadi salah satu andalan dari Kecamatan Galesong Selatan Setelah Pantai Bintang.

Hasil observasi peneliti di lapangan menyimpulkan bahwa dalam memberikan pemahaman terhadap masyarakat dan wisatawan pemerintah bekerja sama dengan media-media baik itu media cetak atau elektronik, mempromosikan ke sekolah-sekolah, dinas pariwisata dalam mempromosikan objek wisata menggunakan (*Icon Dara Daeng*), sedangkan dari wisatawan mendapatkan informasi mengenai obyek wisata salah satunya dari media social dan festival skala nasional yang diadakan di lokasi tersebut. Lain halnya dengan pemerintah setempat dalam memberikan pemahaman dalam arti mempromosikan obyek wisata Pulau Sanrobengi mereka membuat famplet atau banner yang berisikan informasi-informasi terkait Pulau Sanrobengi.

## 2. Kesenangan

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat kita ketahui bahwa faktor kesenangan di mata wisatawan adalah fasilitas di Pulau Sanrobengi boleh dikatakan cukup lengkap, apalagi ditambah fasilitas outbound yang sudah dinikmati sekarang ini. Informan mengungkapkan fasilitas di Pulau Sanrobengi berbeda dengan beberapa pulau yang telah didatangi.

Hasil Observasi peneliti di lapangan menyimpulkan bahwa pemahaman dari kepala seksi pemasaran obyek wisata, staf Dinas Pariwisata Kabupaten Takalar, Camat Kecamatan Galesong, serta wisatawan, dapat ditarik kesimpulan bahwa yang menjadi faktor kesenangan dari model komunikasi pemerintah dalam pemasaran wilayah Pulau Sanrobengi adalah fasilitas yang dihadirkan oleh pemerintah sebagai pengelola cukup lengkap, ini dapat dibuktikan dengan tersedianya sembilan villa, satu baruga dengan fasilitas perabotan yang sudah ada didalamnya, ditambah dengan fasilitas outbound bagi wisatawan yang ingin bermain outbound. Adapun harga yang dipatok oleh pemerintah adalah 200ribu untuk villa, dan 500ribu untuk baruga, dengan tarif seperti itu para wisatawan menganggap relative murah yang sesuai dengan kantong para traveller.

## 3. Pengaruh dan Sikap

Sikap adalah perilaku seseorang atau dapat diartikan sebagai penampilan dari tingkah laku seseorang yang cenderung ke arah penilaian dari masyarakat berdasarkan norma yang berlaku di masyarakat tersebut. Gagne (1974) mengatakan bahwa sikap merupakan suatu keadaan internal (*internal state*) yang mempengaruhi pilihan tindakan individu terhadap beberapa obyek, pribadi, dan peristiwa. Masih banyak lagi definisi sikap yang lain, sebenarnya agak berlainan, akan tetapi keragaman pengertian tersebut disebabkan oleh sudut pandang dari penulis yang berbeda. Namun demikian, jika dicermati hampir semua batasan sikap memiliki kesamaan pandang, bahwa sikap merupakan suatu keadaan internal atau keadaan yang masih ada dalam diri manusia.

Keadaan internal tersebut berupa keyakinan yang diperoleh dari proses akomodasi dan asimilasi pengetahuan yang mereka dapatkan, sebagaimana pendapat Piaget's tentang proses perkembangan kognitif manusia (Wadworth, 1971).

Masyarakat atau wisatawan menganggap bahwa Pulau Sanrobengi punya nilai lebih yang jika dibandingkan dengan pulau-pulau lainnya. Tersedianya fasilitas pendukung seperti villa, gazebo, baruga, outbound serta biaya atau sewanya pun tergolong terjangkau. Selain itu kebersihan, serta akses yang mudah, hal ini pula yang dinilai dapat mempengaruhi sikap para wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut.

Hasil observasi peneliti di lapangan menyimpulkan bahwa dinas pariwisata Kabupaten Takalar yang membahas tentang pengaruh pada sikap yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata Pulau Sanrobengi Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar. Dinas pariwisata ingin memberikan kesan fasilitas lengkap dan bersih dibenak para wisatawan, dua aspek ini yang dipercaya dapat membuat wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata Pulau Sanrobengi ini. Ini dapat disimpulkan bahwa pemerintah berupaya ingin memberikan kesan kepada pengunjung atau wisatawan dengan citra Pulau Sanrobengi yang mempunyai fasilitas lengkap dan kebersihan yang terjaga. Sehingga ini diyaakini dapat mempengaruhi sikap pengunjung untuk kembali datang ke objek wisata Pulau Sanrobengi ini, hal tersebut juga diaamiinkan oleh pengunjung yang mengatakan bahwa Pulau Sanrobengi ini berbeda dengan pulau-pulau wisata lainnya, hal yang membedakan diantaranya tersedianya fasilitas pendukung dan harga untuk menikmati fasilitas itu tadi tergolong terjangkau dikantong para wisatawan yang ingin menikmati Pulau Sanrobengi.

## 4. Hubungan

Kesinambungan interaksi antara dua orang atau lebih yang memudahkan proses pengenalan satu akan yang lain. Hubungan terjadi dalam setiap proses kehidupan

manusia. Hubungan dapat dibedakan menjadi hubungan dengan teman sebaya, orang tua, keluarga, dan lingkungan sosial. Secara garis besar, hubungan terbagi menjadi hubungan positif dan negatif. Hubungan positif terjadi apabila kedua pihak yang berinteraksi merasa saling diuntungkan satu sama lain dan ditandai dengan adanya timbal balik yang serasi. Sedangkan, hubungan yang negatif terjadi apabila suatu pihak merasa sangat diuntungkan dan pihak yang lain merasa dirugikan. Dalam hal ini, tidak ada keselarasan timbal balik antara pihak yang berinteraksi. Lebih lanjut, hubungan dapat menentukan tingkat kedekatan dan kenyamanan antara pihak yang berinteraksi. Semakin dekat pihak-pihak tersebut, hubungan tersebut akan dibawa kepada tingkatan yang lebih tinggi.

Hubungan antara pekerja dan pengusaha, terjadi setelah diadakan perjanjian oleh pekerja dengan pengusaha, dimana pekerja menyatakan kesanggupannya untuk bekerja pada pengusaha dengan menerima upah dan di mana pengusaha menyatakan kesanggupannya untuk mempekerjakan pekerja dengan membayar upah. Perjanjian yang sedemikian itu disebut perjanjian kerja. Dari pengertian tersebut jelaslah bahwa hubungan kerja sebagai bentuk hubungan hukum lahir atau tercipta setelah adanya perjanjian kerja antara pekerja dengan pengusaha.

Kepala seksi pemasaran obyek wisata, staf dinas pariwisata Kabupaten Takalar, pemerintah Kecamatan Galesong Selatan, serta masyarakat selaku wisatawan yang membahas tentang hubungan yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata Pulau Sanrobengi. Ini dapat disimpulkan bahwa kerjasama antara pemerintah daerah dan pihak swasta dalam hal pengelolaan belum ada, adapun hubungan kerjasama yang terjalin dengan media-media dari segi hal pemasaran, tetapi ini pun dianggap masyarakat masih kurang dan perlu ditingkatkan lagi, adapun yang diungkapkan oleh informan bahwa festival Pulau Sanrobengi sudah diagendakan

atau masuk dalam list tahunan dari kementerian pariwisata.

#### **A. Faktor yang mempengaruhi Model Komunikasi Pemerintah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar**

Komunikasi pemerintahan adalah proses penyampaian ide-ide, gagasan-gagasandan program pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapaitujuan Negara yaitu kesejahteraan rakyat, tentunya memperkenalkan suatu wisata/parawisata yang salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan selama periode liburan. Kenyamanan didefinisikan sebagai waktu luang atau waktu dibuang dan karena itu dapat diambil untuk merangkul aktivitas apapun selain dari pekerjaan dan tugas wajib. Kenyamanan memerlukan keterlibatan aktif dalam bermain atau rekreasi atau hiburan lebih pasif seperti menonton televisi atau bahkan tidur. Kegiatan olahraga, permainan, hobi, hiburan dan pariwisata adalah semua bentuk rekreasi dan menggunakan waktu senggang kita dengan bijaksana.

Jadi kita dapat mengatakan suatu objek wisata, bila untuk melihat objek tersebut tidak ada persiapan terlebih dahulu dimana seorang saja dapat menikmatinya tanpa bantuan orang lain, karena memang sifat objek wisata tersebut tidak dapat dipindah-pindahkan atau bersifat monumental, contohnya pemandangan alam dan bangunan bersejarah. Lain halnya dengan atraksi wisata yang apabila sesuatu itu dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat dan dinikmati. Atraksi wisata ini sifatnya adalah *entertainment* atau hiburan yang digerakkan oleh manusia seperti tari-tarian, upacara adat dan lainnya. Oleh sebab itu, perlu persiapan khusus untuk dapat menikmatinya.

#### **1. Faktor Pendukung**

Produk industri pariwisata, meliputi keseluruhan pelayanan yang diperoleh, dirasakan atau dinikmati wisatawan, semenjak ia meninggalkan rumah dimana biasanya ia tinggal, sampai ke daerah tujuan wisata yang

dipilihnya dan kembali ke rumah dimana ia berangkat semula, jadi objek dan atraksi wisata itu sebenarnya sudah termasuk dalam produk industri wisata karena kalau tidak, motivasi untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata tidak ada, padahal kita yakin pada suatu daerah tujuan wisata sudah pasti ada objek dan atraksi wisata.

Jika dilihat objek wisata yang ada di Kabupaten Takalar khususnya Pulau Sanrobengi memiliki nilai jual yang sangat tinggi dan dapat menarik minat para wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Ini juga dapat membuka peluang bisnis bagi warga setempat yang tinggal di sekitar Pulau Sanrobengi sehingga mampu meningkatkan perekonomian bagi masyarakat.

Komunikasi pemerintah dalam promosi objek wisata tanpa ada partisipasi dari masyarakat, pengelolaan objek wisata tidak akan maksimal jika dilihat Pulau Sanrobengi memiliki nilai jual yang tinggi sehingga mampu bersaing dengan daerah lain. Melalui pengelolaan objek wisata yang baik, mulai penyediaan fasilitas sarana dan prasarana sehingga mampu meningkatkan kualitas objek wisata dan mampu menarik minat wisatawan/pengunjung untuk datang ke pulau Sanrobengi.

Pulau Sanrobengi dilihat dari komunikasi pemerintah dalam mempromosikan objek wisata Pulau Sanrobengi, pemerintah setempat mengadakan Festival yang dipusatkan di Desa Boddia, Kecamatan Galesong, yang dikenal dengan keindahan pulau berpasir putih serta pemandangan bawah lautnya. Beberapa kegiatan yang akan dilaksanakan diantaranya adalah lomba tarik tambang perahu. Bentuk promosi dari Pemerintah setempat ingin menggunakan ajang itu untuk menarik lebih banyak wisatawan lokal apalagi ditunjang Pulau Sanrobengi yang mudah di jangkau dari segi transportasi ditambah beberapa fasilitas seperti vila, baruga dan outbound.

## 2. Faktor Penghambat

Pulau Sanrobengi merupakan sebuah pulau kecil berpasir putih yang keren untuk

dijadikan destinasi wisata laut seperti menyelam dan snorkeling. Pantainya lumayan jernih sehingga kita dapat melihat dengan jelas ikan-ikan yang berenang di sela-sela batu karang. Ketika sampai disana kita akan melihat beberapa fasilitas outbond seperti flying fox, jembatan gantung, dan lain-lain. Tapi karena kurang terawat dan cenderung unsafety lagi maka tidak dapat difungsikan sedemikian rupa. Beberapa bangunan WC yang sudah tidak dapat digunakan dan kurangnya tempat pembuangan sampah menyebabkan banyak sampah yang berserakan. Kesan spooky juga akan semakin terasa karena tak jauh dari bangunan tua itu kita dapat menemukan beberapa kuburan manusia. Tetapi karena alamnya masih terjaga dengan baik maka dijamin anda tetap merasa tentram dan agar tetap ikut serta menjaga kebersihan dan kelestarian alamnya.

Meski belum terkelola maksimal, beberapa fasilitas wisata telah tersedia menyambut kedatangan pengunjung. Salah satunya, sanggar nelayan yang menyediakan beberapa bangunan baru termasuk gazebo yang bisa digunakan pengunjung untuk beristirahat. Penduduk di Pulau Sanrobengi juga telah membuat tempat bermain untuk anak-anak yang tentunya juga bisa digunakan tetapi tentu saja belum memperhitungkan standar keamanan dan kenyamanan bagi yang menggunakannya.

## 4. Kesimpulan

Terdapat empat indikator model komunikasi promosi yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan untuk datang berkunjung ke objek wisata Pulau Sanrobengi Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan.

Pertama adalah pemahaman, dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait obyek wisata, pemerintah Kabupaten Takalar atau lebih spesifik dinas pariwisata merekrut yang namanya Dara Daeng. Dara Daeng ini sebagai ikon atau garda terdepan dalam hal memberikan pemahaman kepada masyarakat atau wisatawan. Pemerintah juga menggandeng media-media untuk

mempromosikan Pulau Sanrobengi. Selain itu, pemerintah Kabupaten Takalar juga mengadakan pelatihan-pelatihan kepada masyarakat sekitar obyek wisata dalam memberdayakan masyarakat tersebut.

Kedua adalah kesenangan. Disini untuk mempengaruhi kesenangan pengunjung pemerintah menghadirkan fasilitas yang cukup lengkap, ini dapat dibuktikan dengan tersedianya fasilitas pendukung seperti sembilan villa, satu baruga, dengan fasilitas perabotan yang sudah ada didalamnya, ditambah dengan fasilitas outbound bagi wisatawan yang ingin bermain outbound. Dan adapun harga yang dipatok oleh pemerintah adalah 200 ribu untuk villa, dan 500 ribu untuk baruga, dengan tarif seperti itu para wisatawan dianggap dapat menikmati Pulau Sanrobengi dengan nyaman.

Ketiga adalah pengaruh pada sikap, pemerintah memberikan kesan fasilitas lengkap dan bersih dibenak para wisatawan, dua aspek ini yang dipercaya dapat membuat wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata Pulau Sanrobengi ini. Dapat disimpulkan bahwa pemerintah berupaya ingin memberikan kesan kepada pengunjung atau wisatawan dengan citra Pulau Sanrobengi yang mempunyai fasilitas lengkap, dan kebersihan yang terjaga. Sehingga ini diyaakini dapat mempengaruhi sikap pengunjung untuk kembali datang ke objek wisata Pulau Sanrobengi. Hal tersebut juga diaamiinkan oleh pengunjung yang mengatakan bahwa Pulau Sanrobengi ini berbeda dengan pulau-pulau wisata lainnya, hal yang membedakan diantaranya ada fasilitas tersebut, dan harga untuk menikmati fasilitas itu tadi tergolong terjangkau dikantong parawisatawan yang ingin menikmati Pulau Sanrobengi.

Keempat adalah hubungan, hubungan kerjasama antara pemerintah daerah dan pihak swasta dalam hal pengelolaan belum ada. Adapun hubungan kerjasama yang telah terjalin dengan media-media elektronik seperti Celebes TV dan lain-lainnya dari segi pemasaran dan atau promosi ini dianggap masyarakat masih kurang dan perlu ditingkatkan lagi.

Faktor pendukung yang mempengaruhi model komunikasi pemerintah dalam mempromosikan objek Wisata Pulau Sanrobengi yaitu pemerintah mengadakan Festival yang dipusatkan di Desa Boddia, Kecamatan Galesong, yang dikenal dengan keindahan pulau berpasir putih serta pemandangan bawah lautnya sedangkan faktor penghambat yaitu Pulau Sanrobengi belum terkelola secara maksimal dari pemerintah kabupaten maupun pemerintah kecamatan dengan melihat berbagai fasilitas yang belum difungsikan secara maksimal serta kurangnya perhatian dari pemerintah dari segi kebersihan terutama penyediaan tempat tempat yang ada di pulau tersebut.

### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih dan doa kami haturkan kepada rekan-rekan dosen di FISIPOL Unismuh Makassar terkhusus buat rekan-rekan dosen di prodi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu dalam proses penulis dari awal sampai penelitian ini dipublikasi di Jurnal Komunikasi dan Organisasi. Terima kasih buat Dinas Pariwisata Kabupaten Takalar yang telah memberikan waktu luang dan kerjasama dalam penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- Adillah, Rizky.2014. Peran Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pada Wisatawan *Di Kota Bandung*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Arifin, Anwar, 2008. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied, 2008. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Devito, Joseph A. 2011. Komunikasi Antarmanusia. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.

- Ermaya, Suradinata. 1996. Organisasi dan Manajemen Pemerintahan Dalam Kondisi Era Globalisasi. Bandung: Ramadan.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2008. Manajemen Pariwisata. Yogyakarta: BPFE.
- Haryanti, Kristiana. 2003. *Pedoman Penelitian Kualitatif*. Jakarta.
- Hasan, Erliana, 2005. *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: Refika Aditama.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A.2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Madani, Muhlis dkk. 2014. Pedoman Penulisan Proposal Penelitian dan Skripsi Fisipol Unismuh Makassar. Makassar.
- Manurung. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhadjir, Neong. 1996. Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Rake Sarasani.
- Mulyana, D. 2000. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Onong, Effendy. 2004. Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sendjaja, Sasa, Djuarsa, 1993. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Utama, Rhesa Anggara. 2012. Dasar-Dasar Konsep Pemerintahan. Online: <http://karharhesa.blogspot.co.id>. Diakses tanggal 109 November 2012.
- Nasution, Zulkarimen, 2007, Komunikasi Pembangunan, Pengenalan Teori dan Penerapannya, Jakarta, PT. Raja GrafindoPersada.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Deplu. "Pariwisata sebagai Pendukung dalam Rangka Pelaksanaan Diplomasi di Bidang Kebudayaan (Kajian Pustaka)"
- Kotler, Philip. 1993. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Shim, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu. Jakarta: Erlangga.
- Sutisna. 2003. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sutopo, H.B. 2002. Metodologi Penelitian Kualitatif : Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian. Surakarta: Sebelas Maret University Press.