

## **PERAN KEHUMASAN DINAS PARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI PARIWISATA DI KABUPATEN BULUKUMBA**

**Reskiyani<sup>1</sup>, Muhammad Yahya<sup>2</sup>, Wardah<sup>3</sup>**

*<sup>1,2,3</sup>Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia*

✉ Corresponding Author:

**Nama Penulis:** Muhammad Yahya

E-mail: muhammadyahya@unismuh.ac.id

### **Abstract**

*This study aims to determine the public relations role of the Tourism Office in developing the tourism industry in Bulukumba Regency and to determine the supporting and inhibiting factors of the Tourism Office in developing tourism in Bulukumba Regency. The type of research used is the type of qualitative research and the type of research used is descriptive qualitative. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. The results showed that the public relations role of the Bulukumba Tourism Office in developing tourism was as a communicator or liaison between the Tourism Office and tourism-related institutions or communities in carrying out promotions. Build cooperation with institutions such as Pesona Indonesia, HPI in tourism promotion. Carry out tourism promotion, namely conducting an annual event. Forming a positive image by collaborating with communication media such as Radar Bulukumba and Communications to promote tourism in Bulukumba Regency. Supporting factors for promotion, namely, the attractiveness of Tanjung Bira Beach. The facilities and infrastructure provided are adequate, such as mosques, food stalls and lodging. The condition of the community around this tourist destination is friendly to tourists. In addition to supporting factors, there are also promotional inhibiting factors, namely the limited costs used to promote.*

**Keywords:** *Public Relations; Tourism; Tourism Society.*

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan mengetahui peran kehumasan Dinas Pariwisata dalam mengembangkan industri pariwisata di Kabupaten Bulukumba serta mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat Dinas Pariwisata mengembangkan pariwisata di Kabupaten Bulukumba. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif dan tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan peran humas Dinas Pariwisata Bulukumba mengembangkan pariwisata adalah sebagai komunikator atau penghubung antara Dinas Pariwisata dengan lembaga atau komunitas-komunitas peduli wisata dalam melakukan promosi. Membangun*

*kerjasama dengan lembaga seperti Pesona Indonesia, HPI dalam promosi wisata. Melakukan promosi wisata yaitu melakukan event tahunan. Membentuk citra positif dengan kerjasama media komunikasi seperti Radar Bulukumba dan Komunika untuk mempromosikan wisata yang ada di Kabupaten Bulukumba. Faktor pendukung melakukan promosi yaitu, daya tarik dimiliki Pantai Tanjung Bira. Sarana dan prasarana disediakan cukup memadai seperti mesjid, warung makan dan tempat penginapan. Kondisi masyarakat sekitar destinasi wisata ini bersikap ramah kepada wisatawan. Selain faktor pendukung ada juga faktor penghambat promosi yaitu terbatas biaya yang digunakan berpromosi.*

**Kata kunci:** *Kehumasan; Pariwisata; Masyarakat Pariwisata..*

## **PENDAHULUAN**

Bulukumba sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan salah satu daerah yang diminati para wisatawan lokal maupun mancanegara. Hal ini berdasarkan pada potensi dimiliki oleh daerah dengan sebutan “*Butta Panrita Lopi*” dengan kekayaan budaya dan potensi wisata cukup beraneka ragam. Bulukumba memiliki letak geografis yang terdiri dari daerah pegunungan dan pesisir pantai sehingga memiliki beragam suku, budaya dan objek wisata lainnya sehingga menarik untuk dikunjungi dunia nasional maupun internasional.

Obyek wisata yang terpopuler di Bulukumba adalah wisata bahari yaitu wisata Pantai Tanjung Bira. Di samping itu, juga masih banyak wisata yang dapat ditemui yaitu Pantai Bara, Tebing Apparalang, Pantai Samboang, Pantai Marumasa, Pulau liukang loe dan masih banyak lagi destinasi wisata yang bisa di temui disana. Dari sekian banyaknya destinasi wisata yang ada di Kabupaten Bulukumba hanya ada beberapa wisata yang dikelola oleh DinasPariwisata, selebihnya di kelolah oleh masyarakat setempat.

Destinasi wisata yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bulukumba yaitu, Pantai Bira, Titik Nol, Puncak Pua Janggo, Pantai Samboang, Makam Dato Tiro, Permandian Hila-hila, dan Tebing Apparalang. Sedangkan destinasi wisata yang masih dikelola oleh masyarakat lokal yaitu Pantai ujung Tiro, Bakung-bakung *view sunrise*, Pantai Lemo-lemo, Perkebunan Karet Lonsum, Kawasan Adat Ammatoa, Gua Passohara, Pembuatan Perahu Phinisi di Tanah Beru, Pulau Kambing, Pantai Mandala Ria, Gua Passea, Phinisi Park, Pantai Marumasa, Pulau Liukang Loe, Pantai Kasuso, Tebing Panaikang Biraya, Pantai Pusahelu, Taman Cekkeng, Pantai Kaluku, Bulu Padido, Telaga Biru Ere Manerang, Mangrove Luppung Manyampa.

Pengembangan industri pariwisata dapat membantu mendorong peningkatan pendapatan devisa pada khususnya, pendapatan negara dan

masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan-kegiatan industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya.

Kondisi pengembangan pariwisata mengalami peningkatan dilihat dari banyaknya tempat-tempat wisata, serta banyaknya industri pariwisata seperti penginapan dan perhotelan yang menunjang jumlah pendapatan masyarakat.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba, kunjungan wisatawan yang datang berkunjung di Kabupaten Bulukumba 2016 ada sebanyak 160.566 orang terdiri dari wisatawan lokal sebanyak 156.145 orang dan wisatawan mancanegara sebanyak 4.421 orang. Pada 2017 jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 189.036 orang yang terdiri dari wisatawan lokal sebanyak 186.000 orang dan wisatawan mancanegara mengalami penurunan angka kunjungan dari tahun 2016 yaitu sebanyak 3.306 orang.

Pada tahun 2018 jumlah kunjungan wisatawan mengalami kenaikan signifikan sebanyak 394.746 orang yang terdiri dari wisatawan lokal sebanyak 364.000 orang dan wisatawan mancanegara mengalami kenaikan dari tahun 2017 yang sebelumnya mengalami penurunan sebanyak 3.036 orang naik menjadi 30.746 orang pada tahun 2018. Pada tahun 2019 jumlah kunjungan kembali menurun yaitu sebanyak 192.505 yang terdiri dari kunjungan wisatawan lokal sebanyak 190.245 orang dan wisatawan mancanegara juga mengalami penurunan sebanyak 2.260 orang. Pada tahun 2020 jumlah kunjungan kembali mengalami kenaikan dibanding tahun 2019 yaitu sebanyak 301.293 orang yang terdiri dari wisatawan lokal sebanyak 301.000 dan wisatawan mancanegara mengalami penurunan di banding tahun sebelumnya yaitu sebanyak 293 orang.

Pada tahun 2018 jumlah kunjungan mengalami kenaikan yang cukup drastis dibanding tahun sebelumnya karena pada saat itu sedang diselenggarakan "festival phinisi" sebagai rangkaian event *road to ritual andingingi rikajang* yang di gelar di Pantai Tanjung Bira yang merupakan acara tahunan Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba sebagai kegiatan rutin tahunan diadakan bekerjasama Pesona Indonesia untuk mempromosikan wisata dan budaya yang ada di kabupaten Bulukumba. Pada tahun 2020, jumlah kunjungan wisatawan asing mengalami penurunan di banding tahun-tahun sebelumnya dikarenakan pada saat itu sedang terjadi wabah covid-19 yang sebageian besar negara-negara mengalami lockdown, sehingga wisatawan mancanegara yang datang adalah wisatawan yang sedang berada di Indonesia sebelum Covid-19 dan tidak bisa kembali ke negara asalnya karena pemberlakuan *lockdown*.

Pemerintah Kabupaten Bulukumba membutuhkan perangkat humas yang akan berperan dalam menggaet kunjungan wisatawan domestik dan internasional untuk berkunjung ke Bulukumba. Dinas Pariwisata mempromosikan wisata yang ada di Kabupaten Bulukumba yaitu seperti menggelar acara tahunan yaitu "Festival Phinisi" di mana dalam festival ini menampilkan berbagai macam wisata dan budaya yang ada di Kabupaten Bulukumba, kegiatan ini merupakan kegiatan tahunan rutin dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata selama beberapa tahun terakhir sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Kegiatan ini juga didukung oleh Pesona Indonesia, Masyarakat Sadar wisata (Masata), Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Generasi Pesona Indonesia (Genpi), yang turut membantu DinasPariwisatadalam melakukan promosi ke masyarakat atau publik dengan menggunakan media sosial dan media online.

Media sosial yang digunakan Dinas Pariwisata dalam melakukan promosi wisata yaitu melalui halaman facebook, instagram dan youtube yang memudahkan masyarakat untuk mengakses akun tersebut karena hampir semua masyarakat sudah paham dalam penggunaan akun sosial media. Selain menggunakan media sosial untuk melakukan promosi Dinas Pariwisata juga menggunakan media online dan cetak seperti Radar Bulukumba dan Kumanika.com.

### 1. Konsep Umum Humas/*Public Relations*

Secara umum humas adalah proses interaksi di mana *public relations* menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya. *Crystallizing Public Opinion* menyebutkan bahwa *Public Relations* adalah profesi yang mengurus hubungan antara suatu perusahaan dan publiknya yang menentukan hidup perusahaan itu (Pasoreh Y 2020:2).

Humas adalah suatu filsafat sosial dan manajemen yang dinyatakan dalam kebijakan beserta pelaksanaannya melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-peristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publiknya, berusaha untuk saling memperoleh pengertian, dan itikad baik (Ropingi el Ishaq 2017:4).

Frank Jefkins memberikan pemahaman sangat jelas serta memberikan pemahaman tentang perbedaan antara *public relations* dengan iklan. *Public Relations* bukanlah salah satu bentuk dari periklanan seperti yang dipahami masyarakat selama ini. *Public Relations* menyangkut seluruh komunikasi yang berlangsung pada suatu organisasi dengan perencanaan yang jelas

untuk mencapai tujuan yang sangat spesifik, dalam hal ini adalah pembangunan citra tentang perusahaan atau organisasi tersebut kepada masyarakat. Sedangkan iklan hanya sebatas aktivitas memasarkan atau menawarkan produk-produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan atau suatu instansi (Ropingi El Ishaq.2017:7).

Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perusahaan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan diri dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama (Ridendi, R. 2021:6).

Dari beberapa definisi humas, dapat disimpulkan bahwa Public Relations adalah suatu kegiatan untuk menanamkan atau memperoleh pengertian *Good Will*, kepercayaan atau apresiasi pada atau dari publik. Dalam Public Relations terdapat suatu usaha untuk memberikan atau menanamkan kesan yang menyenangkan sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup organisasi atau lembaga.

Menurut Suprawoto (2018:44) humas pemerintah (*government public relations*) merupakan penggabungan dua kata yaitu hubungan masyarakat (humas) dan pemerintah. Namun batasannya bukan berarti penggabungan dua pengertian tersebut. Susanto dalam Supratowo (2018:48) menyampaikan bahwa humas pemerintah atau *government Public Relations*, menurut tindakan yang bertujuan kepada menghasilkan pendapat dan iklim pendapat yang mendukung instansi

Menurut Liliweri (2014:250) menjelaskan bahwa fungsi utama humas adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara Lembaga/organisasi dengan public, internal maupun eksternal, dalam menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi public untuk menciptakan iklim pendapat umum (*opini public*) yang menguntungkan Lembaga (organisasi). Menurut Edward L Bernays dalam Liliweri (2014:250), fungsi utama hubungan masyarakat yakni memberikan penerangan kepada masyarakat, melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung, dan berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan atau lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Humas sangat penting dalam suatu organisasi, maka humas memiliki beberapa fungsi sebagaimana yang telah di rumuskan oleh pakar humas internasional, Cutlip Center, and Canfield yakni (Rosady R 2016.19):

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi, melekat pada manajemen lembaga/organisasi)
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi, dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya sebuah citra positif bagi kedua belah pihak (Rosady R:2016.19).

Moore dalam Suprawoto (2018:88) mengemukakan bahwa peran humas dalam pemerintah pada dasarnya berlandaskan terhadap dua faktor yang harus dapat perhatian

- a) Masyarakat mempunyai hak untuk mengetahui. Oleh karena itu, pemerintah mempunyai tanggung jawab guna memberikan penjelasan kepada masyarakat apa saja yang dilakukan dan juga tidak dilakukan.
- b) Ada sebuah kebutuhan dari pemerintah untuk menerima masukan dari masyarakat tentang perseolan baru dan masalah-masalah yang harus di pecahkan untuk memperoleh partisipasi dan dukungan masyarakat.

Peran humas sebagai *back up management* yaitu fungsi *Public Relations* melekat pada fungsi manajemen, dalam aktivitas atau operasionalnya dikenal dengan proses Humas yaitu penemuan fakta (*fact finding*), perencanaan (*planning*), pengkomunikasian (*communicating*), dan pengevaluasian atau pemantauan (*evaluating*). Yang terakhir peran humas sebagai pembentuk citra lembaga/organisasi (*corporate image*) yang merupakan tujuan akhir dari aktivitas program kerja Public Relations. (Zainal Mukarom, 2015).

## 2. Konsep Tentang Pariwisata

Menurut Yoeti dalam Lucky Riana Putri (2020:44), pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh individual atau kelompok untuk sementara waktu, terjadi perpindahan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud dan tujuan untuk menikmati perjalanan dengan tujuan rekreasi bukan untuk mencari penghasilan di tempat yang dikunjungi dengan memenuhi kebutuhan individu maupun kelompok yang beraneka ragam (Lucky Riana P 2020:44).

Sugiama (2011) mengungkapkan bahwa pariwisata adalah rangkaian aktivitas, dan penyediaan layanan baik untuk kebutuhan atraksi wisata, transportasi, akomodasi, dan layanan lain yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang. Perjalanan yang dilakukan hanya untuk sementara waktu saja meninggalkan tempat tinggalnya dengan maksud beristirahat, berbisnis, atau maksud lainnya.

Yayasan Alam Intira Indonesia dalam Treacy E Anden (2021:11) menggunakan istilah pariwisata menggambarkan adanya bentuk wisata yang baru muncul pada dekade delapan puluhan. Pengertian tentang Pariwisata mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Namun pada hakekatnya pengertian Pariwisata adalah suatu bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian area yang masih alami (natural area), memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat.

Dari berbagai uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan yang sangat diperlukan dalam masyarakat untuk menikmati perjalanan dan untuk bertamasya.

Pembangunan Pariwisata berkembang sangat pesat, terlihat dengan beragam jenis-jenis Pariwisata yang ada. Menurut Pendit (dalam Sarunggallo 2020:7), jenis-jenis wisata seperti wisata budaya, wisata industry dan wisata bahari

Menurut Hadiwijoyo (2012:49), obyek dan daya tarik adalah suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan merupakan sumber daya potensial belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2000 tentang Kepariwisata, bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Pengembangan pariwisata menurut Munasef dalam Hadiwijoyo menyatakan bahwa pengembangan Pariwisata merupakan segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana dan prasarana, barang dan jasa, fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan. (Hadiwijoyo 2012:57).

Marpaung dalam Hadiwijoyo menyatakan bahwa hal yang diperhatikan dalam pengembangan suatu daya tarik wisata yang potensial harus dilakukan penelitian, inventarisasi dan evaluasi sebelum fasilitas wisata dikembangkan. Hal ini penting agar perkembangan daya tarik wisata yang

ada dapat sesuai dengan keinginan pasarpotensial dan untuk menentukan pengembangan yang tepat dan sesuai (Hadiwijoyo 2012:58).

Prasiasa dan Hermawan mengatakan sebagai bagian dari pariwisata minat khusus, wisata bahari tidak memerlukan pembangunan sarana dan prasarana tertentu secara khusus karena ketertarikan serta motivasi wisatawan yang datang memang menginginkan keaslian atau originalitas destinasi dan daya tarik wisatanya. Ada beberapa parameter yang harus dipenuhi untuk pengembangan wisata bahari. Parameter tersebut yaitu keaslian, keunikan (alami ataupun buatan), langkah konservasi yang tertata baik, ketersediaan informasi yang memadai sebelum perjalanan dimulai, 20 aksesibilitas dan sarana komunikasi yang baik, dan kesiapan sumber daya manusia. Untuk mereduksi dan meniadakan dampak negatif yang akan timbul sebagai akibat pengembangan wisata bahari, dalam mengatur kebijakan pengembangan wisata bahari perlu memperhatikan hal berikut:

1. Pengembangan wisata bahari harus mengikuti kaidah-kaidah pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan.
2. Pengembangan wisata bahari diarahkan pada pola pengembangan ekowisata atau wisata ramah lingkungan yang mengupayakan pemanfaatan lingkungan alam bahari sekaligus juga menyelamatkan lingkungan alam bahari tersebut.
3. Pengembangan wisata bahari harus ditujukan pada upaya meningkatkan pemerataan kesempatan, pendapatan, peran serta dan tanggungjawab masyarakat setempat yang terpadu dengan pemerintah dan dunia usaha. (Dewa, P.2012)

## **METODOLOGI**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang berusaha mendeskripsikan gejala, peristiwa, kejadian yang sedang terjadi dan memusatkan perhatian kepada masalah aktual. Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba.

Sumber data primer yaitu, data yang secara langsung diperoleh dari hasil interview kepada narasumber/informan yang dijadikan subjek penelitian. Sumber data skunder yaitu, data yang langsung dikumpul oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber utama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Data sekunder berupa data yang bersumber dari buku perpustakaan, jurnal, artikel, dan segala dokumen-dokumen yang terkait dengan objek penelitian tentang peran humas Dinas Pariwisata dalam merawat budaya dan menarik wisatawan.



Subjek penelitian menjadi informan akan memberikan berbagai informasi diperlukan selama proses penelitian. Informan penelitian adalah orang yang akan memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong, 2000, dalam Yusdi, 2009). Informan merupakan orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan diteliti. Pada struktur organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba tidak terdapat bagian humas di dalam struktur tersebut, akan tetapi terdapat fungsi-fungsi humas didalamnya yakni; Kasi Pengembangan Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba; Kasi sarana dan pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba dan Staf Bidang Promosi Dinas pariwisata Kabupaten Bulukumba.

Teknik pengumpulan data Bunging Burhan (2001:101), cara digunakan mendapatkan data primer keperluan penelitian. Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah peneliti menggunakan berbagai teknik sebagai berikut: observasi, wawancara dan dokumentasi.

Menurut Mc. Drury (Moleong, 2014:248) mengatakan analisis data digunakan dalam penelitian ini dengan menerapkan langkah sebagai berikut; mereduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting yang dicari. Sehingga, rangkuman atau hal pokok akan memberikan bagan atau gambaran yang lebih jelas. Sajian data penelitian kualitatif, dalam menyajikan data selain dalam bentuk deskripsi, juga dapat meliputi berbagai jenis matrik, gambaran atau skema bahkan jaringan yang berkaitan dengan kegiatan serta tabel menjadi pendukung narasi. Penarikan simpulan.

Moleong, (2014:324) mengemukakan bahwa pengabsahan data adalah bentuk yang berkaitan dengan kepastian, bahwa yang merupakan variabel yang ingin diukur. Keabsahan ini juga dapat dicapai dengan proses mengumpulkan data yaitu proses trigulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan dengan memanfaatkan sesuatu yang lain dengan perbandingan terhadap data itu.

Triagulasi sumber adalah membandingkan dengan cara mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada untuk melihat perbedaan dan kesamaan yang dapat dilihat dari wawancara dan dokumen.

Triangulasi teknik, memperoleh informan yang dibutuhkan penelitian ini, maka penulis menggunakan tehnik pengumpulan data yaitu menguji sebuah data maka peneliti menggunakan tehnik tertentu yang berbeda dengan tehnik yang digunakan sebelumnya. Triagulasi waktu digunakan untuk validasi data yang berkaitan dengan mengecek data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Perubahan suatu proses dan

perubahan manusia mengalami perubahan waktu ke waktu. Untuk mendapatkan data yang sah melalui observasi penelitian perlu diadakan pengamatan berulang-ulang.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Peran Humas Dinas Pariwisata Mengembangkan Pariwisata**

Humas sebagai komunikator individual yaitu sebagai seorang yang berperan sebagai juru bicara yang bertujuan untuk menyampaikan aspirasi rakyat tentang proses pengembangan sektor Pariwisata di Kabupaten Bulukumba, sekaligus memberikan masukan terhadap para pemerintah untuk lebih memperhatikan sektor Pariwisata di masa yang akandatang dan masa jabatan selanjutnya. Hal tersebut saling berkaitan karena peran kita sebagai komunikator individual atau perseorangan tidak hanya menyampaikan pesan kepada masyarakat tetapi juga memberikan tanggapan, mencarikan solusi dan sebagai penyambung hubungan dengan masyarakat.

Sebagaimana di sampaikan oleh Darmawan selaku Kasi Bidang Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba yaitu:

*“Peran kita sebagai komunikator perseorangan adalah sebagai penyambung hubungan antara masyarakat dengan pemerintah yaitu melakukan hubungan timbal balik antara pemerintah dengan masyarakat umum, hal tersebut memperjelas suatu kegiatan baik dalam kegiatan promosi Pariwisata maupun dalam membangun citra di masyarakat”. (wawancara 12 Februari 2021).*

Seorang komunikator individual memiliki peran sebagai penyambung hubungan antara pemerintah dengan masyarakat umum dalam hal ini yaitu memberikan efek timbal balik antara pemerintah dengan masyarakat umum, selain itu juga memberikan penjelasan bahwa seorang komunikator individual atau perseorangan mampu memperjelas suatu kegiatan yang diadakan oleh DinasPariwisata terutama yang berkaitan dengan promosi dan pengembangan Pariwisata di Kabupaten Bulukumba.

Peran humas sebagai komunikator atau penghubung melakukan pengembangan sarana dan prasarana serta melakukan promosi wisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisata baik lokal maupun mancanegara. Sebagai seorang komunikator wujud strategi yang dilakukan dalam pengembangan Pariwisata adalah memprioritaskan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya melakukan wisata, memenuhi kelengkapan daerah tujuan wisata terutama yang berkaitan dengan kebutuhan wisata dalam menikmati perjalanannya wisatanya.

Pengembangan sarana dan prasarana pariwisata diperlukan koordinasi antara instansi terkait bersama instansi pariwisata diberbagai tingkat, dengan adanya dukungan instansi terkait dalam pembangunan sarana dan prasarana sangat dibutuhkan dalam pengembangan pariwisata di daerah. Koordinasi ditingkat perencanaan yang dilanjutkan dengan koordinasi tingkat pelaksanaan merupakan modal utama suksesnya pembangunan pengembangan sarana dan prasarana di Kabupaten Bulukumba terutama untuk wisata Pantai Tanjung Bira yaitu dengan menyediakan fasilitas umum seperti didirikannya mushollah, lahan parkir, tersedianya rumah makan dan yang paling penting yaitu tersedianya penginapan untuk memudahkan wisatawan untuk menginap.

Adanya promosi maka wisatawan akan tahu bahwa wisata Pantai Tanjung Bira merupakan wisata yang banyak diminati masyarakat untuk menghabiskan masa liburan. Salah satu bentuk wujud dari strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata kepada wisatawan yaitu melakukan promosi keberbagai media elektronik dan juga media online. Hal ini dikarenakan media massa mempunyai pengaruh yang cukup kuat bagi sasaran khususnya wisatawan seperti promosi di media instagram dan facebook.

Dinas Pariwisata juga melakukan penyuluhan dan sosialisasi bagi para pelaku usaha, menggerlar berbagai event berskala internasional yaitu dengan menggelar Festival phinisi yang merupakan event tahunan yang ada di Kabupaten Bulukumba dan juga menjadi bagian dari 100 wonderful events kementerian Pariwisata. Melalui event phinisi tersebut phinis berhasil asuk sebagai warisan budaya tak benda oleh UNESCO.

Peran humas Dinas Pariwisata Bulukumba mempromosikan objek wisata yang ada melakukan dengan fungsinya sebagai pengelola manajemen komunikasi organisasi dengan publiknya, merupakan hal sangat penting dalam mendukung organisasi guna mendapatkan dukungan dari publiknya untuk mencapai tujuan organisasi dalam mempromosikan objek wisata.

Tujuan dan target lembaga atau organisasi dapat dicapai bila pengelolaan manajemen komunikasi dengan publiknya berjalan sesuai rencana. Komunikasi ini paling penting bagi kelancaraannya operasional seluruh sistem organisasi. Dalam hal ini Dinas Pariwisata menggunakan strategi melakukan promosi untuk menarik minat wisatawan baik local maupun mancanegara. Sebagaimana yang di ungkapkan oleh Nur Hikma selaku staf bidang promosi strategi komunikasi yang digunakan Dinas pariwisata dalam melakukan promosi antara lain:

*"Kami menggunakan strategi dalam melakukan promosi yaitu melakukan kerjasama dengan komunitas atau lembaga lembaga yang berkaitan wisata seperti komunitas GENPI, HPI, PESONA INDONESIA,*

*MASATA DAN POKDARWIS, yang sudah dibentuk di beberapa desa dan kecamatan. Disamping itu juga kita memperbanyak kegiatan event wisata yang tujuannya meningkatkan kunjungan, (wawancara 16 Februari 2021)*

Mengadakan event untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan seperti pada festival phinisi yang merupakan kegiatan rutin tahunan yang diadakan di Kabupaten Bulukumba yang bekerjasama dengan pesona indonesia, event-event yang ditampilkan juga beraneka ragam seperti *trip leppe* yaitu kegiatan berlayar yang diikuti oleh perahu phinisi dan perahu layar lainnya yang dilepas di pelabuhan leppe bulukumba dan finish di Tanjung Bira yang mengangkat nilai sejarah dan kearifan lokal, juga dirangkaikan dengan lomba memancing ikan berkelompok di mana ikan yang boleh di pancing yaitu ikan yang tidak dilindungi seperti ikan hiu dan napoleon yang di mana pemenangnya ditentukan dari berat ikan yang di dapat.

Selain itu juga ada peluncuran perahu phinisi yaitu ritual *anyorong lopi* di lokasi pembuatan perahu phinisi dari kecamatan bontobahari Kabupaten Bulukumba. Selain itu juga ditampilkan ritual adat kajang yaitu *addingingi kampong, attunu panroli* dan *tari pabbitte passapu* serta demonstrasi tenun kajang yang dilaksanakan di kawasan adat ammatoa yang diharapkan dapat menambah jumlah kunjungan wisatawan baik itu lokal maupun domestik. Selain dari itu juga digelar beberapa rangkaian acara seperti *gowes hutan karet, jelajah hutan karet (off-road), bira sunset run, tourism trail adventure, bira folding bike, senandung kopi kahayya, karnaval budaya kajang* dan *festival budaya kajang*.

Humas menggunakan media komunikasi dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat menggunakan akun facebook, instagram dan youtube dalam menyampaikan informasi publik kepada masyarakat. Sehingga masyarakat yang mengetahui informasi tidak menyeluruh. Hanya masyarakat pengguna internet yang dapat mengakses informasi yang disebarkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba. Penggunaan media humas memiliki manfaat yang cukup beragam bagi keberhasilan program humas. Media humas sebagai alat bantu atau saluran komunikasi akan mudah diterima oleh masyarakat yang tersebar diberbagai tempat serta luas jangkauannya. Penggunaan media yang efektif untuk mempengaruhi masyarakat serta mampu menghasilkan publisitas tinggi dalam waktu relatif singkat dan bersamaan.

Membangun opini publik Dinas Pariwisata memberikan ruang kepada publik untuk mengetahui segala bentuk program yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata yang berkaitan dengan pengembangan wisata yang ada di

Kabupaten Bulukumba, serta memberikan pemahaman kepada publik tentang pentingnya menjaga dan merawat wisata agar wisata tersebut dapat dikunjungi oleh banyak wisatawan tanpa mengurangi kearifan lokal yang dimiliki oleh wisata tersebut. Karena masyarakat yang diyakini sebagai stakeholder yang berperan penting dalam menjaga wisata di daerah masing-masing guna dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yang datang berkunjung di harapan akan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Selain dari bentuk pelayanan secara langsung Dinas Pariwisata juga menyediakan media website di mana akan memudahkan masyarakat untuk mengaksesnya, memudahkan publik untuk mengetahui perkembangan wisata-wisata yang ada di Kabupaten Bulukumba.

#### B. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Mengembangkan Industri Pariwisata

Faktor pendukung industri Pariwisata, merupakan hal-hal yang mempengaruhi sesuatu menjadi berkembang, memajukan, menambah dan menjadi lebih dari sebelumnya. Menurut Vabhove, terdapat 5 sektor utama yang membentuk industri Pariwisata yaitu, sektor daya tarik, sektor akomodasi, sektor transportasi, sektor usaha perjalanan wisata dan sektor organisasi tujuan wisata. Adapun beberapa daya tarik yang dimiliki Pantai Tanjung Bira adalah keindahan yang terlahir dari perpaduan sempurna antara air laut yang jernih, pasir putih yang membentang di sepanjang pantai, dan bukit batu yang membentang pesisir, selain itu Pantai Tanjung Bira adalah surga bagi para pemburu keindahan panorama alam karena memiliki daya tawar keindahan laut yang mengagumkan dan tentram karena jauh dari kebisingan kota, udara yang masih fresh, dan daya tarik lainnya dapat dilihat adalah adanya perpaduan tiga warna yang sangat menakjubkan apabila dilihat dari ketinggian akan tampak pasir putih yang bersih, air laut yang jernih dan air laut yang biru karena merefleksikan warna langit.

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan di daerah tujuan wisata, seperti listrik, air, telekomunikasi, dan lain sebagainya yang mampu mendukung terciptanya wisata yang diminati banyak wisatawan. Sebagaimana dikatakan oleh Widyawati selaku Kasi Sarana dan Pengembangan Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Bulukumba yaitu:

*“Pengembangan industri pariwisata itu harus perhatikan dulu sarana dan prasarana apakah sudah layak atau belum memadai sama sekali, karena dengan tersedianya sarana dan prasarana yang memadai juga menjadi salah satu keberhasilan Dinas Pariwisata dalam mengembangkan industri Pariwisata terutama untuk kawasan Pantai Tanjung Bira. Sudah menyiapkan loket karcis bagian depan itu terus di sediakannya lahan parkir baik itu roda dua atau roda empat, mesjid*

*untuk sholat, kedepan sarana dan prasarana yang memadai memungkinkan wisatawan untuk terus berkunjung.” (wawancara 16 Februari 2021).*

Pengelolaan, perawatan dan pelayanan objek wisata Pantai Tanjung Bira dikelola oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bulukumba. Pengelolaan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata terhadap Pantai Tanjung Bira yaitu memperhatikan sumber daya manusia, terpenuhinya sarana dan prasarana dan tersedianya fasilitas pelayanan dan lingkungan sekitar Pariwisata. Perawatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata terhadap wisata Pantai Tanjung Bira adalah menyediakan tempat pembuangan sampah bagi pengunjung agar tidak mencemari lingkungan serta masyarakat setempat sering kali mengadakan bersih-bersih pantai atau biasa disebut masyarakat peduli lingkungan. Pelayanan yang baik dan sikap ramah tamah yang dilakukan oleh pihak pengelola merupakan faktor yang penting dalam bidang Pariwisata. Sikap ramah tamah yang dilakukan oleh pengelola membuat pengunjung merasa nyaman dan betah berada di objek wisata Pantai Tanjung Bira.

Fasilitas yang disediakan Dinas Pariwisata untuk para pengunjung yaitu mes yang merupakan penginapan yang didirikan oleh Pemda tapi saat ini telah dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba hasil dari penginapan tersebut masuk sebagai anggaran pendapatan daerah namun sejauh ini PEMDA mendukung penuh Dinas Pariwisata dalam mengelola penginapan tersebut.

Meningkatkan sektor pariwisata tentu akan meningkatkan sektor ekonomi di kawasan tempat wisata. Sehingga perlu dibangun kesadaran kolektif dari seluruh lapisan masyarakat sehingga mampu memberikan kesan yang bagus bagi Pariwisata. Sikap ramah tamah, sikap keterbukaan masyarakat terhadap wisatawan serta sikap tolong menolong yang ditunjukkan oleh masyarakat terhadap wisatawan membuat para wisatawan merasa nyaman. Selain itu perlu adanya dukungan dari masyarakat untuk mengembangkan industri Pariwisata di Pantai Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba menjadi lebih baik dengan menjaga sarana dan prasarana objek wisata dan lingkungan sekitar. Di mana lingkungan sangat berpengaruh terhadap minat wisatawan yang ingin mengunjungi objek wisata. Jika lingkungan bersih dan suasana yang asri dapat terjaga kemudian didukung oleh sumber daya alam yang sangat indah maka wisatawan tidak sungkan untuk kembali. Meningkatnya kunjungan Pariwisata akan meningkatkan pendapatan masyarakat yang berada disekitar tempat wisata.

Mengembangkan sektor Pariwisata perlu ditunjang dengan keterbukaan masyarakat terhadap wisatawan yang datang berkunjung,

selain itu dapat dilihat dari mayoritas masyarakat yang berdomisili di daerah wisata tersebut juga memiliki sikap yang ramah terhadap para wisatawan. Keikutsertaan masyarakat dalam mengembangkan industri Pariwisata menjadi salah satu kunci utama untuk mengembangkan Pariwisata sebagai salah satu sektor pendukung ekonomi Indonesia. Sumber daya manusia memiliki peran penting dalam pengembangan Pariwisata untuk mendukung percepatan dan perluasan pembangunan ekonomi Indonesia, peran sumber daya manusia sangat vital dalam sektor Pariwisata, apalagi jumlah tenaga kerja yang terserap dari sektor Pariwisata lebih besar di bandingkan dengan jumlah tenaga kerja dari sektor lain.

Faktor penghambat merupakan keadaan yang sifatnya menghambat jalannya suatu kegiatan dan bersifat seperti menggagalkan segala sesuatu yang dikerjakan begoitupun dengan Dinas Pariwisata pada saat melakukan promosi tentang Pariwisata mengalami beberapa hal yang mempengaruhi jalannya proses promosi tersebut. Dari hasil wawancara dengan bapak darmawan selaku Kasi Bidang Promosi mengenai faktor penghambat promosi. Salah satu faktor penghambat dalam melakukan promosi yaitu faktor internal terbatasnya biaya yang di sediakan dalam melakukan promosi dapat menghambat kegiatan promosi. Promosi wisata memerlukan anggaran jika anggaran disediakan tidak cukup atau mengalami keterbatasan maka proses promosi tidak akan berjalan dengan baik, bahkan selain dari keterbatasan naggaran faktor lain yang mempengaruhi yaitu kurangnya kesadaran masyarakat mengenai Pariwisata.

Faktor penghambat melakukan promosi di mulai dari terhambatnya promosi karena tingginya harga tiket, bencana alam dan cuaca yang tidak menentu, sehingga keterbatasan biaya yang disediakan untuk proses promosi serta masih ada beberapa masyarakat yang kurang sadar mengenai pentingnya menjada ataupun melastarikan objek wisata yang ada didaerah masing-masing sehingga proses pelaksanaan promosi yang dijalankan kurang maksimal

## **PENUTUP**

Peran humas Dinas Pariwisata dalam mengembangkan industri Pariwisata di Kabupaten Bulukumba adalah: Komunikator bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Relationship membina kerjasama Dinas Pariwisata dengan lembaga/media. Backup manajemen DinasPariwisata yang sesuai visi dan misi. *Cooperate image* bertujuan untuk menciptakan kerjasama dengan media komunikasi.

Faktor pendukung dalam melakukan promosi yaitu ada empat antara lain adalah: daya tarik yang dimiliki Pantai Tanjung Bira, sarana dan

prasarana yang disediakan ditanjung bira, pengelolaan dan pelayanan yang diberikan, akomodasi yang memadai seperti fasilitas penginapan dan rumah makan serta kondisi masyarakat sekitar destinasi.

Faktor penghambat yaitu terjadi pada musim-musim tertentu yang tidak memungkinkan dalam melakukan promosi seperti pada pilkada atau pada musim hujan yang rawan terjadinya bencana alam, dan terbatasnya biaya atau keuangan yang digunakan dalam melakukan promosi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bunging, Burhan. 2001. Metode penelitian kualitatif: aktualisasi metodologis kearah ragam varian kontenporer, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Data Statistik Kunjungan Wisatawan lokal dan mancanegara di Kabupaten Bulukumba Pada tahun 2016-2020
- F. Rachmadi. 1996. PR dalam Teori Dan Praktek Aplikasi Dalam Badan Usaha Swasta Dan Lembaga Pemerintahan, Jakarta: PT. Gramedia.
- Hadiwijoyo 2012 Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: Pardy Paramita.
- Hadiwijoyo. 2012. Perencanaan Pariwisata Pedesaaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep). Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ishaq, Ropingi El. 2017. Public Relations Teori Dan Praktik Ropingi El Ishaq. Malang: Intrans Publishing.
- Liliweri, Alo. 2014. Sosiologi dan Komunikasi Organisasi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Moleong. Lexy J.2014. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya Offset.
- Muljadi. 2009. KePariwisataaan Dan Perjalanan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Nova, Firsan.Crisis. 2011. Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan.Jakarta: Grasindo.
- Ruslan, Rosady. 2012. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2014. Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada
- Ruslan, Rosady 2016. Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada



- Sugiama, A. G. .2011. *Ecotourism: Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi Alam*. Bandung: Guardaya Intimarta
- Suprawoto. 2018. *Government Public Relation Perkembangan Dan Praktik Di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Undang-Undang No.10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan
- Anonim. Konsep Pengembangan Wisata Mengalami Perkembangan, Keutuhan Budaya Bagi Masyarakat Setempat, <https://cvinspireconsulting.com/konsep-pengembangan-Pariwisata/#:~:text=Pengertian%20tentang%20Pariwisata%20mengalami%20perkembangan,keutuhan%20budaya%20bagi%20masyarakat%20setempat>. Diakses pada tanggal 21 juli 2020.
- Anden, T. E. 2021. Masa Depan Industri Pariwisata Kota Palangka Raya (Perspektif dan Solusinya). *Jurnal Penelitian UPR*, <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/jpt-upr/article/view/3157>. Diakses pada tanggal 20 juli 2021
- Dewa Putu, O. P. 2012. Hegemony of Tourism Development and People's Involvement at a Tourist Village. *Mudra (JURNAL SENI BUDAYA)*, <http://repo.isi-dps.ac.id/id/eprint/1636>. Diakses pada tanggal 20 juli 2021
- Mauliqa, R. (2021). *Peran Humas Pemerintah Sebagai Sarana Komunikasi Publik (Studi Pada Bagian Humas Dan Protokol Pemerintah Kota Bogor)*, <https://www.ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ugjournal/article/download/4957/2303>. Diakses pada tanggal 20 juli 2021
- Mukarom, Z., & Laksana, M. W. (2015). *Manajemen Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia.
- Pasoreh, Y. Hastuti, T, & Mandey, N. (2020). Peran Humas Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Di Whiz Prime Hotel Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, <https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Actadiurnakomunikasi/Article/View/30140>
- Putri, L. R. (2020). Pengaruh Pariwisata terhadap Peningkatan PDRB Kota Surakarta. *Cakra Wisata*, <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/41082>. Diakses pada tanggal 20 juli 2021
- Putri, N. S. (2011). *Tingkat Pengetahuan Publik Terhadap Profesi Public Relations (Doctoral Dissertation, Uajy)*. <http://e-journal.uajy.ac.id/1894/>. Diakses pada tanggal 20 juli 2021
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CVPustakaSetia

- Ridendi, R., Junaidi, M., & Madiyan, M. (2021). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Polsek Jangkat Kabupaten Merangin (Doctoral Dissertation, Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).<http://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/8098>. Diakses pada tanggal 20 juli 2021
- Sarungallo, V. Y. (2020). Perancangan Informasi Objek Wisata Ke'te Kesu Melalui Media Infografis (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia). <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3409/>. Diakses pada tanggal 20 juli 2021
- Suwantoro (2004) dalam Fitri Humagi, Moniaga, I. L., & Prijadi, R. (2021). Analisis Kebutuhan Prasarana Dan Sarana Pariwisata Di Kecamatan Kaidipang Kabupaten Bolaang Mongondow Utara, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/spasial/article/view/33566>. Diakses pada tanggal 20 juli 2021
- Trisnawati, A., & Syarah, M. M. (2017). Strategi humas politeknik negeri Jakarta dalam penerimaan mahasiswa baru. Jurnal Komunikasi,<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/3075> Diakses pada tanggal 20 juli 2021
- Zulhimar Dinata, I. (2021). Proses Produksi Konten Media Sosial di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor.<http://ereport.ipb.ac.id/id/eprint/6901/1/J3A218460-01-%20Imey%20Zulhimar%20Dinata-Cover.pdf>. Diakses pada tanggal 20 juli 2021
- Asrul Anas.2019. Strategi publik relations DinasPariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bulukumba dalam meningkatkan Minat wisatawan. <http://repositori.uinalauddin.ac.id/18140/1/Asrul%20Anas%20%20010101.pdf>
- Muhammad Erizon. 2014. Strategi komunikasi DinasPariwisata pemuda dan olahraga kabupaten Kampar dalam mempromosikan wisata candi Muara Takus. <http://repository.uin-suska.ac.id/4896/>
- Riezky Siam Rachman. Peran Humas DinasKebudayaan Dan Pariwisata Kota Tangerang Dalam Mempermosikan Wisata Situ Cipondoh Di Era New Media. <http://repository.fisip-untirta.ac.id/1137/>

#### *Link*

- Akun Facebook Dinas Pariwisata Kabupaten bulukumba, <https://id-id.facebook.com/dinaspariwisatabulukumba/>
- Akun Instagram Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba, <https://id-id.facebook.com/dinaspariwisatabulukumba/>

Akun youtube Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba.  
[https://www.youtube.com/channel/UCqfN1H3LdsZ\\_lfiWMOPSCzg](https://www.youtube.com/channel/UCqfN1H3LdsZ_lfiWMOPSCzg)

website Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba,  
<http://ppid.bulukumbakab.go.id/web/pariwisata>

website wisatabira.com, <https://wisatabira.com/peluncuran-website-wisata-bira/>

[https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/259731/File\\_10-Bab-II-Landasan-Teori.pdf](https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/259731/File_10-Bab-II-Landasan-Teori.pdf) Diakses pada tanggal 20 juli 2021

Peta Wilayah Kabupaten Bulukumba, <https://bulukumbakab.go.id/peta-bulukumba>. Diakses pada tanggal 20 juli 2021

[https://www.researchgate.net/profile/Joko-Isdianto/publication/319326512\\_Educational\\_Programs\\_Through\\_Technologies\\_Use\\_by\\_Open\\_and\\_Distance\\_Learning\\_System\\_at\\_Coastal\\_Regions\\_Open\\_Distance\\_Learning\\_Unit\\_of\\_Jember\\_East\\_Jawa\\_Provience\\_Indonesia\\_Case\\_Study\\_at\\_Open\\_Distance\\_Le/links/59a4cac8a6fdcc773a374baa/Educational-Programs-Through-Technologies-Use-by-Open-and-Distance-Learning-System-at-Coastal-Regions-Open-Distance-Learning-Unit-of-Jember-East-Jawa-Provience-Indonesia-Case-Study-at-Open-Distance.pdf#page=16](https://www.researchgate.net/profile/Joko-Isdianto/publication/319326512_Educational_Programs_Through_Technologies_Use_by_Open_and_Distance_Learning_System_at_Coastal_Regions_Open_Distance_Learning_Unit_of_Jember_East_Jawa_Provience_Indonesia_Case_Study_at_Open_Distance_Le/links/59a4cac8a6fdcc773a374baa/Educational-Programs-Through-Technologies-Use-by-Open-and-Distance-Learning-System-at-Coastal-Regions-Open-Distance-Learning-Unit-of-Jember-East-Jawa-Provience-Indonesia-Case-Study-at-Open-Distance.pdf#page=16). Diakses pada tanggal 20 juli 2021