

**MODEL KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM PROMOSI OBJEK WISATA
PULAU SANROBENGI DI KECAMATAN GALESONG SELATAN
KABUPATEN TAKALAR**

Disusun dan diusulkan oleh

MUHAMMAD ADZAN UMRAH

Nomor Stambuk :105640139311



**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2017

**MODEL KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM PROMOSI OBJEK
WISATA PULAU SANROBENGI DI KECAMATAN GALESONG
SELATAN KABUPATEN TAKALAR**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Pemerintahan

Disusun dan Diajukan Oleh:

MUHAMMAD ADZAN UMRAH

Nomor Stambuk: 105640 139311

PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Model Komunikasi Pemerintah dalam Promosi
Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan
Galesong Selatan Kabupaten Takalar

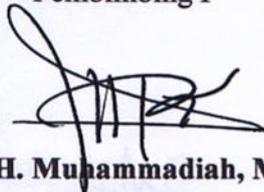
Nama Mahasiswa : Muhammad Adzan Umrah

Nomor Stambuk : 105640 139311

Program Studi : Ilmu Pemerintahan

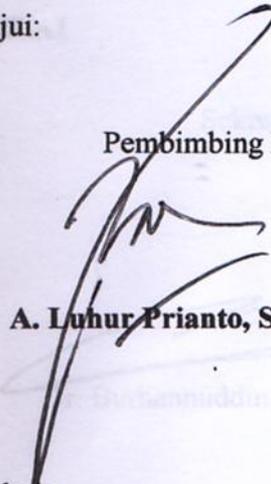
Menyetujui:

Pembimbing I



Dr. H. Muhammadiyah, MM

Pembimbing II



A. Luhur Prianto, S.Ip, M.Si

Mengetahui :

Dekan

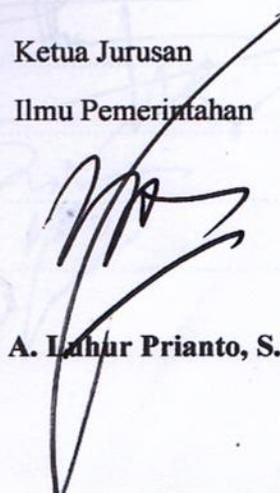
Fisipol Unismuh Makassar



Dr. Hj. Inyani Malik, S.Sos, M.Si

Ketua Jurusan

Ilmu Pemerintahan



A. Luhur Prianto, S.IP., M.Si

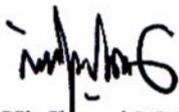
PENERIMAAN TIM

Telah diterima dan disetujui oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, berdasarkan Surat Keputusan/Undangan menguji ujian skripsi Dekan Fisipol Universitas Muhammadiyah Makassar, Nomor : 1219/FSP/A.1-VIII/VIII/39/2018 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) dalam program studi Ilmu Pemerintahan di Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Rabu tanggal 11 bulan 08 tahun 2018.

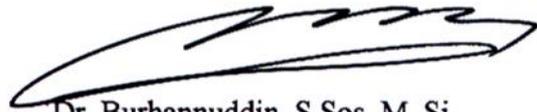
TIM PENILAI

Ketua

Sekretaris



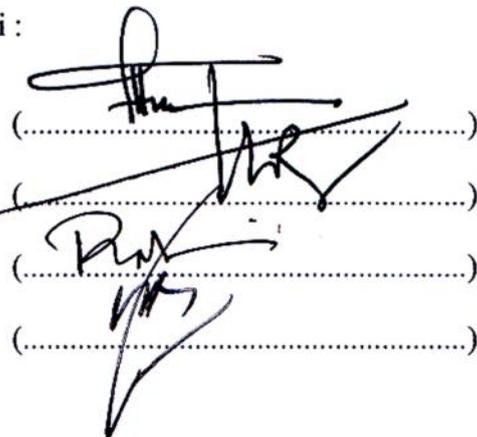
Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos, M.Si



Dr. Burhannuddin, S.Sos, M. Si

Penguji :

1. Dr. Jaelan Usman, M.Si
2. Dra. Hj. Nurmaeta, MM
3. Dr. Andi Rosdianti Razak, M.Si
4. A. Luhur Prianto, S.IP, M.Si



(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Muhammad Adzan Umrah

Nomor Stambuk : 105640 139311

Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Menyatakan bahwa benar karya ilmiah ini adalah penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain atau telah ditulis/dipublikasikan orang lain atau melakukan plagiat. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku, sekalipun itu pencabutan gelar akademik.

Makassar, 11 Agustus 2018

Yang Menyatakan,

Muhammad Adzan Umrah

ABSTRAK

MUHAMMAD ADZAN UMRAH. Model Komunikasi Pemerintah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar.

Dengan potensi pariwisata yang sangat menjanjikan, sudah sepatutnya 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) disini 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 yang ingin main-main. (3) pengaruh pada sikap, membedakan diantaranya ada fasilitas tersebut, dan harga untuk menikmati fasilitas itu tadi tergolong terjangkau dikantong parawisatawan yang ingin menikmati pulau sanrobengi kecamatan galesong (4) hubungan kerja sama antara pemerintah daerah dan pihak swasta dalam hal pengelolaan belum, adapun hubungan kerjasama yang terjalin dengan media-media elektornik seperti Celebes tv.

Kata Kunci : *Model Komunikasi, Pemerintah, dan Promosi Obyek Wisata*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :**“Model Komunikasi Pemerintah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana Ilmu Pemerintahan. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang penulis miliki.

Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Cukup banyak kesulitan yang penulis temui dalam penulisan skripsi ini, tetapi Alhamdulillah dapat penulis atasi dan selesaikan dengan baik. Akhir kata penulis berharap semogas kripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga amal baik yang telah diberikan kepada

Penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Selama menyelesaikan penyusunan skripsi ini penulis telah banyak bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuki tu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut membantu, khususnya :

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan kasih sayang, doa serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga.
2. Bapak Andi Luhur Prianto S.IP, M.Si yang sudah saya anggap bapak kedua aku sendiri dan selaku pembimbing saya yang kedua, yang subhanallah cakepnya mintaampun, pengamat politik yang berwibawa dan masuk tv terus, yang bukan anak gaul tapi anak gaul mana yang tidak kenali & tidak henti-hentinya menyemangati saya, mensupport saya, mengarahkan saya kejalan yang benar. Yang mengajarkan saya politik lingkungan sehingga saya termotivasi jadi pecinta alam, sering naik-naik gunung dan melestarikan alam.
3. Bapak Dr. H. Muhammadiyah, M.M yang sudah saya anggap bapak ketiga saya sendiri dan selaku pembimbing kedua saya, yang subhanallah juga jasanya kepada saya yang bukan main, luar biasa sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman Ilmu Pemerintahan angkatan 2011 yang tidak henti-hentinya nongki-nongki cantik di grotus, nongkrong iyah pesan tidak. Yang mengajarkan aku akan kebuntuan dan kekosongan.
5. Bapak Muhlis Madani selaku mantan dekan, dan dekan yang sekarang yang menjabat pak idris, terimah atas segala bantuan dan motivasinya. Sehingga insya allah nantinya saya dapat jadi orang yang berguna bagi keluarga, masyarakat, dan Negara ini.

Makassar, 11 Agustus 2018

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| Halaman Pengajuan | i |
| Halaman Persetujuan | ii |
| Halaman Penerimaan Tim | iii |
| Halaman Pernyataan Keaslian Karya Ilmiah | iv |
| Abstrak | v |
| Kata Pengantar | vi |
| Daftar Isi | vii |

BAB I. PENDAHULUAN

| | |
|--------------------------------|---|
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Kegunaan penelitian..... | 6 |

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|--------------------------------------|----|
| A. Konsep Komunikasi | 8 |
| B. Konsep Pemerintah | 11 |
| C. Konsep Komunikasi Pemerintah..... | 14 |
| D. Konsep Promosi | 16 |
| E. Konsep Obyek Wisata..... | 19 |
| F. Kerangka Pikir | 22 |
| G. Fokus Penelitian | 24 |
| H. Defenisi Fokus Penelitian | 24 |

BAB III. METODE PENELITIAN

| | |
|--------------------------------------|----|
| A. Waktu dan Lokasi Penelitian | 26 |
| B. Jenis dan Tipe Penelitian..... | 26 |
| C. Sumber Data | 27 |
| D. Informan Penelitian..... | 27 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 28 |
| F. Teknik Analisis Data | 29 |
| G. Pengabsahan Data | 30 |

BAB IV. PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Deskripsi obyek atau lokasi penelitian | 31 |
| B. Konomikasi kebijakan pemerintah daerah takalar kepada masyarakat..... | 41 |

| | |
|---|----|
| C. Faktor yang mempengaruhi Model Komunikasi Pemerintah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar | 60 |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN | |
| A. Kesimpulan | 61 |
| B. Saran..... | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA | 64 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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 dinegara-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 di hadapkan pada persoalan untuk menatap produk-produk wisata sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.

Perkembangan dan peningkatan industry pariwisata ini didukung dengan diberlakukannya UU No. 22 Tahun 1999 yang secara efektif mulai dilaksanakan pada tahun 2001 yang lalu. Undang-undang ini berisikan tentang Pemerintah Daerah yang dalam menyelenggarakan otonomi daerah secara demokratis, mengikut-sertakan masyarakat setempat, pemerataan dan keadilan serta memperhatikan potensi dan keanekaragaman daerah.

Sektor pariwisata merupakan salah satu penunjang majunya suatu daerah, terlebih di era otonomi daerah, desentralisasi merupakan suatu kondisi yang tentunya tidak perlu lagi ditakutkan oleh masyarakat-masyarakat daerah. Hal ini karena masyarakat daerah memiliki modal yang dapat di andalkan untuk kemajuan daerahnya, salah satunya di bidang pariwisata.

Berbicara mengenai pariwisata, salah satu potensi objek wisata yang banyak diminati oleh wisatawan baik domestic maupun wisatawan mancanegara adalah wisata alam berupa pantai dan lautnya, seperti yang terdapat di Sulawesi Selatan.

Sulawesi Selatan merupakan daerah tujuan wisata yang memiliki keanekaragaman budaya dan keindahan alam. Salah satunya Kabupaten Takalar yang menyajikan keindahan alam bagi para wisatawan untuk berkunjung menyaksikan keindahan alamnya. Kabupaten Takalar memiliki berbagai objek wisata di beberapa kecamatan yang dapat dinikmati oleh wisatawan, salah satunya Pulau Sanrobengi yang berada di kecamatan Galesong. Kabupaten Takalar merupakan salah satu kabupaten dengan potensi pariwisata yang besar. Pentingnya aspek promosi wisata disadari betul oleh pemerintah kabupaten Takalar.

Sanrobengi adalah pulau kecil yang memiliki potensi sebagai pusat kunjungan karena selain berpasir putih juga dapat dilakukan kegiatan-kegiatan laut seperti berenang, menyelam, berjemur, memancing, membakar ikan segar, dan berbagai kegiatan laut lainnya. Selain kegiatan laut, pulau Sanrobengi ditunjang oleh sarana pendukung TPI di Desa Boddia, dan dermaga lainnya.

Pulau Sanrobengi merupakan salah satu objek wisata yang terletak di Desa Boddiya, Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan. Hanya sekitar 15 menit menggunakan perahu dari dermaga Galesong Selatan, kita sudah bisa menikmati keindahan pulau ini. Pulau Sanrobengi memiliki potensi sebagai pusat kunjungan karena selain berpasir putih kita juga dapat melakukan kegiatan-kegiatan outdoor dilaut seperti berenang, menyelam, berjemur, memancing, membakar ikan dan berbagai kegiatan laut lainnya. Intinya pulau Sanrobengi ini menawarkan liburan alternative dengan kesederhanaan dan keindahan yang alami.

Satuhal lagi yang menjadi pesona daya tarik pulau ini yakni mandi cahaya dipagi hari tatkala mentari baru terbit dari ufuk timur. Kita yang memilih untuk bermalam di pulau Sanrobengi pasti tidak akan melewatkan keindahan mentari dipagi hari. Cahaya mentari pagihari yang kita nikmati rupanya banyak mengandung vitamin D yang berfungsi membentuk dan memperbaiki tulang, penawarin feksi dan pembunuh bakteri, meningkatkan kebugaran pernafasan, kekebalan, meredam kolesterol darah, dan mengurangi gula darah. Nuansa alami pulau ini masih sangat terjaga sebab hanya terdapat 5 rumah penduduk yang dibangun secara sederhana yang nantinya turut andil dalam menjaga pulau dari ulah tangan-tangan jahil serta terdapat satu mesjid yang sederhana. Alaminya pulau terlihat dari air laut yang ada di sekitar pantai yang sangat jernih menampakkan bersihnya pasir putih didasar laut bahkan ikan-ikan yang berenang disela-selai bebatuan karang dapat terlihat sangat jelas. Pengembangan dan pembangunan sector pariwisata merupakan salah

satu program dari pemerintah daerah. Pulau Sanrobengi memiliki potensi wisata yang cukup besar. Hanya saja, perlu dikelola dan dikembangkan secara baik.

Upaya dari pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan dalam mengembangkan sector pariwisata tersebut memang beralasan. Pariwisata memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu pilar dalam membangun perekonomian nasional. Seperti yang dikemukakan Lubis dan Osman (2014), pariwisata mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan negara-negara di Asia Tenggara serta di Asia pada umumnya. Sektor pariwisata dapat menciptakan peluang usaha, membuka lapangan pekerjaan, memperbaiki tingkat pendapatan, dan mendorong pemerataan pendapatan penduduk sertadapat meningkatkan pendapatan Negara dari sector pajak. Sektor pariwisata dapat menstimulus berbagai sector produksi, serta memberikan kontribusi secara langsung bagi kemajuan-kemajuan dalam usaha-usaha pembuatan dan perbaikan pelabuhan, jalanraya, pengangkutan, serta mendorong pelaksanaan program kebersihan dan kesehatan, proyek sarana budaya, pelestarian lingkungan hidup dan sebagainya yang dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik kepada masyarakat setempat maupun wisatawan dari luar (Subagyo, 2012). Sejalan dengan pendapat Pendit, Djayawangi (2013) menyampaikan kontribusi yang disumbangkan sector pariwisata di Jawa Barat dapat dilihat dari nilai kontribusi positif berupa keuntungan-keuntungan baik bagi pemerintah, pelaku pariwisata maupun masyarakat.

Kegiatan promosi pariwisata Kabupaten Takalar yang dilakukan selama ini masih kurang efektif dan belum menjangkau langsung bangsa pasar potensial yang berada di luar areal Kabupaten Takalar. Penggunaan media elektronik dalam melakukan kegiatan promosi juga belum dimanfaatkan secara maksimal oleh parapelaku pariwisata Kabupaten Takalar. Kurangnya promosi pariwisata yang dilakukan Kabupaten Takalar berimbas kepada minimnya tingkat pengetahuan konsumen terhadap potensi pariwisata Kabupaten Takalar, selain itu juga pemilihan media promosi yang kurang tepat hanya akan menghabiskan anggaran promosi.

Dengan potensi pariwisata yang sangat menjanjikan, sudah sepatutnya 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.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengambil judul skripsi ini tentang “Model Komunikasi Pemerintah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan dalam latar belakang di atas, maka untuk mempermudah arah dan proses pembahasan peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Model Komunikasi Pemerintah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar?
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi Model Komunikasi Pemerintah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Model Komunikasi Pemerintah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Model Komunikasi Pemerintah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan berguna untuk menambah wawasan dan bermanfaat bagi semua pihak, diantaranya sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi positif bagi perkembangan Ilmu Pemerintahan serta dapat dijadikan bahan kajian untuk melaksanakan penelitian selanjutnya mengenai Model Komunikasi Pemerintah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta memberikan manfaat bagi unsure Pemerintahan sebagai suatu bahan masukan dan bahan pertimbangan untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Komunikasi

Dari semua pengetahuan dan keterampilan yang kita miliki, pengetahuan dan keterampilan yang menyangkut komunikasi termasuk diantara yang paling penting dan berguna. Komunikasi menurut Joseph A. DeVito mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam satu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.

Di antara penyebab terjadinya komunikasi juga karena adanya persepsi (*perception*) yaitu cara pandang atau penilaian seseorang terhadap objek. Persepsi merupakan bagian dari identifikasi atau pelabelan atau penamaan terhadap sesuatu barang atau benda atau sifat tertentu. Adanya perbedaan persepsi merupakan salah satu penyebab terjadinya komunikasi. Ketidaksamaan pandangan, pemikiran atau pemberian arti terhadap sesuatu objek mengakibatkan orang lain harus mencari kesamaan tersebut melalui komunikasi. Komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy (Hidayat, 2009) berasal dari bahasa Inggris "*communication*" dan bahasa Latin "*communication*" yang berarti sama, sama disini adalah sama makna. Artinya, tujuan dari komunikasi adalah untuk membuat perasaan antara sender atau pengirim pesan dan *reicever* atau penerima pesan. Keberhasilan komunikasi

ditandai oleh adanya persamaan persepsi terhadap makna atau membangun makna (*construct meaning*) secara bersamaan pula.

Dengan berkomunikasi kita membangun kebersamaan dengan membentuk suatu kontak dalam berhubungan. Ini berarti individu-individu saling memberi keterangan, pikiran dan sikap-sikap dalam melakukan hubungan.

D. Lawrence Kincaid dan Wilbur Schramm dalam Arifin, Anwar (2008) menjelaskan bahwa komunikasi sebagai proses saling membagi atau menggunakan informasi secara bersama dan pertalian antara para peserta dalam proses informasi.

Selain itu komunikasi juga dapat diartikan sebagai proses menghubungi atau mengadakan perhubungan dengan menggunakan bahasa, gerak-gerik, badan, sistem, isyarat, kode dan lain-lain.

Untuk menjelaskan pengertian komunikasi maka beberapa ahli memberikan penjelasan dalam bentuk pengertian komunikasi agar dapat dimengerti dan dipahami, oleh karena itu maka penulis mengemukakan pengertian komunikasi oleh beberapa ahli:

Menurut Code dalam Sasa Djuarsa Sendjaja (1993), “Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki dua orang atau lebih”. Sedangkan menurut L. Berelson dan Steiner dalam Sasa Djuarsa Sendjaja (1993), komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi,

keahlian, dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain.

Lebih lanjut pengertian komunikasi menurut Gerald R. Miller dalam Deddy Mulyana (2000). Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.

Carl I. Hovland dalam Arifin, Anwar (2008), komunikasi adalah proses memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (*komunikate*).

Menurut Barlund dalam Deddy Mulyana (2000), komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.

Dengan dikemukakannya pengertian komunikasi oleh beberapa ahli maka saya penulis menyimpulkan bahwa komunikasi adalah pesan yang didalamnya terlibat satu atau lebih orang untuk berbagi informasi dan mencapai kesepakatan bersama diantara orang yang terlibat di dalamnya.

Menurut (Lupiyoadi, 2001:75) dalam memahami komunikasi, maka kita harus mengetahui apa saja indikator dalam mencapai komunikasi yang efektif. Indikator komunikasi agar efektif ada empat diantaranya:

1. Pemahaman, Merupakan suatu kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana yang disampaikan oleh komunikator. Dalam hal ini komunikasi dikatakan efektif apabila mampu memahami secara tepat.

Sedang komunikator dikatakan efektif apabila berhasil menyampaikan pesan secara cermat.

2. Kesenangan, Apabila proses komunikasi itu selain berhasil menyampaikan informasi, juga dapat berlangsung dalam suasana yang menyenangkan ke dua belah pihak. Sebenarnya tujuan berkomunikasi tidaklah sekedar transaksi pesan, akan tetapi dimaksudkan pula untuk saling interaksi secara menyenangkan untuk memupuk hubungan insani.
3. Pengaruh pada sikap, Apabila seorang komunikan setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah sesuai dengan makna pesan itu. Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari di perkantoran. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.
4. Hubungan yang makin baik, Bahwa dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal. Di perkantoran, seringkali terjadi komunikasi dilakukan bukan untuk menyampaikan informasi atau mempengaruhi sikap semata, tetapi kadang-kadang terdapat maksud implisit di sebaliknya, yakni untuk membina hubungan baik.

B. Konsep Pemerintahan

Secara etimologis pengertian pemerintahan berasal dari kata pemerintah. Sebagaimana yang dilakukan oleh I.G.K Manila di dalam bukunya yang berjudul Praktik Manajemen Pemerintahan Dalam Negeri,

mengemukakan bahwa Pemerintahan berasal dari kata pemerintah, sedangkan pemerintah berasal dari kata perintah, yang memiliki makna:

1. Perintah adalah perkataan/pernyataan yang bermaksud menyeluruh untuk melakukan suatu perbuatan/tindakan;
2. Pemerintah adalah kekuasaan memerintah oleh suatu negara/daerah/badan tertinggi yang memerintah disuatu Negara;
3. Pemerintahan adalah perbuatan atau cara atau hal yang berkaitan dengan urusan pemerintah. (Manila, 1997 : 17)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan bahwa pemerintahan yaitu Proses, cara, perbuatan memerintah; Segala urusan yang dilakukan oleh Negara dalam menyelenggarakan kesejahteraan masyarakat dan kepentingan Negara. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2001).

Pemerintah dalam arti sempit dikemukakan oleh Ermaya Suradinata dalam buku Organisasi dan Manajemen Pemerintahan Dalam Kondisi Era Globalisasi. Menyebutkan bahwa “Definisi pemerintahan dalam arti sempit adalah kegiatan- kegiatan dari lembaga-lembaga atau badan publik pemerintahan yang meliputi eksekutif saja”. (Suradinata 1996 : 106).

Pengertian komunikasi pemerintahan dalam arti menggabungkan kedua makna yaitu komunikasi dan pemerintahan maka pengertian komunikasi pemerintahan adalah penyampaian ide, program dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara (Hasan, 2005).

Arti dari komunikasi pemerintahan di sini adalah pemerintah dalam hal ini diasumsikan sebagai komunikator dan masyarakat sebagai komunikan, namun dalam suasana tertentu bisa sebaliknya masyarakat berada pada posisi sebagai penyampai ide atau gagasan dan pemerintah berada pada posisi mencermati apa yang diinginkan masyarakat. Dalam kondisi demikian pemerintah memiliki kewenangan sekaligus bertanggung jawab untuk mempertimbangkan, bahkan untuk merespon keinginan-keinginan tersebut sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku.

Keberadaan pemerintahan daerah secara tegas dijamin dan diatur dalam UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Pasal 18 ayat 1 UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945 secara tegas menyatakan bahwa negara kesatuan Republik Indonesia dibagi atas daerah-daerah provinsi dan daerah provinsi itu dibagi atas kabupaten dan kota, yang tiap-tiap provinsi, kabupaten, dan kota itu mempunyai pemerintahan daerah, yang diatur dengan undang-undang. Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah, bahwa yang dimaksud dengan pemerintahan daerah adalah penyelenggara urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam system dan prinsip Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Sebagaimana dimaksud dalam UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pemerintah daerah adalah Gubernur, Bupati, atau Walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggaraan pemerintahan daerah (UU No 32 Tahun 2004). Pasal 120 ayat 2 Undang-Undang No 32 Tahun 2004 tentang “Pemerintah Daerah” ditetapkan bahwa perangkat daerah terdiri atas Sekretaris Daerah, sekretaris DPRD, Dinas daerah, Lembaga teknis daerah, Kecamatan, Kelurahan. Ketentuan tersebut ditegaskan lebih lanjut dalam pasal 128 ayat (1) yang menetapkan bahwa susunan Organisasi perangkat daerah ditetapkan dengan peraturan daerah sesuai dengan pedoman yang ditetapkan oleh pemerintah.

C. Konsep Komunikasi Pemerintahan

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 menjadi 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.

Berbicara mengenai komunikasi pemerintahan, akan dihadapkan pada teknik komunikatif dalam kepemimpinan pemerintahan yang mampu memahami kesalahan yang telah terjadi, menepis salah tafsir atas apa yang telah disampaikan, salah pengertian serta ketidakjelasan komunikasi antara komunikator dengan komunikan. Untuk menghindari hal tersebut, komunikator (pemerintah) harus berbahasa yang baik dan benar dalam hal ini telah diatur oleh Pasal 28 Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan: Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam pidato resmi Presiden, Wakil Presiden, dan pejabat negara yang lain yang disampaikan di dalam atau di luar negeri; mampu mengatasi hambatan komunikasi dengan komunikan (masyarakat), obyektifitas dalam menjembatani persoalan yang terjadi, memiliki karakteristik persuasif kepemimpinan sehingga mampu mengendalikan komunikan jika berada dalam posisi resah, bimbang, rusuh, atau ketidakpastian.

Krisis kepercayaan terhadap aparat pemerintah dan kepemimpinan nasional di masa lalu yang sekarang telah berkurang, akan tetapi hal tersebut sewaktu-waktu dapat menggelembung kembali jika tidak ditingkatkan serta dikelola secara berkesinambungan.

Komunikasi pemerintahan adalah proses penyampaian ide-ide, gagasan-gagasandan program pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapaitujuan Negara yaitu kesejahteraan rakyat. Pemerintah saat ini menggunakan komunikasi pemerintahan sebagai alat untuk mencapai tujuan,

dan persamaan persepsi di antara masyarakat dan pemerintah terhadap suatu kebijakan. Komunikasi pemerintahan yang terjadi di Indonesia pun lebih cenderung pada model komunikasi dua arah di mana komunikator pemerintah mendapat masukan-masukan dari komunikan masyarakat sebagai bahan pertimbangan dalam setiap langkahnya ketika membuat kebijakan-kebijakan yang berkenaan dengan masyarakat.

D. Konsep Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya. Agar promosi berjalan efektif, perusahaan harus menyusun strategi dalam memasarkan produknya. Menurut Indriyo Gitosudarmo (2008) promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Untuk melaksanakan kegiatan promosi perlu adanya komunikasi pemasaran. Maka komunikasi pemasaran merupakan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan/lembaga baik secara tatap muka maupun bermedia dalam rangka upaya meningkatkan penjualan jasa atau hasil produksi. (Effendi, 2002).

Promosi merupakan alat bauran pemasaran (*marketing mix*) keempat, meliputi semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya ke pasar sasaran.

Perusahaan tersebut harus membuat program komunikasi dan promosi yang terdiri dari iklan, penjualan tatap muka, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan juga pemasaran langsung dari suatu produk.

Adapun pengertian promosi menurut William J Stanton dalam buku Manajemen Pemasaran edisi Ke empat, yaitu: "*Promotion is the element in an organization's marketing mix that serves to inform, persuade, and remind the market of the organization and or its products*". Artinya : Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan (Saladin, 2006).

Berdasarkan pengertian promosi di atas dapat disimpulkan bahwa promosi itu adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan kepada calon konsumen tentang barang atau jasa. Promosi digunakan untuk memberitahukan informasi kepada orang-orang tentang produk dan membujuk pembeli atau target pasar untuk dapat membeli produk yang ditawarkan.

Suatu kegiatan promosi jika dilaksanakan dengan baik dapat memengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatannya. Promosi berusaha agar demand tidak elastis. Promosi dapat membawa keuntungan baik bagi produsen maupun konsumen. Adapun tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Dalam buku *Marketing Principles and Perspectives* oleh Bearden, Ingram, LaForge (2004) menjelaskan tujuan utama dari komunikasi pemasaran ini sebagai berikut:

a. *Informing*

Menginformasikan konsumen potensial atau konsumen masa yang akan datang tentang produk adalah fungsi komunikasi pemasaran yang penting. Setiap saat sebuah produk baru diluncurkan dan dipromosikan, komunikasi pemasaran memberikan informasi kepada audiens atau target pasar tentang produk tersebut.

b. *Persuading*

Komunikasi pemasaran atau promosi akan berkonsentrasi untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli apa yang ditawarkan perusahaan ke pasar.

c. *Remiding*

Ketika konsumen menyadari merek perusahaan dan memiliki perilaku yang positif terhadapnya, mengingatkan patut dilakukan. Meskipun konsumen mungkin membeli seluruh produk, mereka masih mudah terpengaruh pada kemunculan pesaing. Komunikasi pemasaran atau promosi dapat meningkatkan konsumen akan manfaat produk dan meyakinkan mereka telah membuat keputusan yang tepat.

E. Konsep Objek Wisata

1. Defenisi Objek Wisata

Obyek wisata adalah salah satu komponen yang penting dalam industri pariwisata dan salah satu alasan pengunjung melakukan perjalanan (*something to see*). Di luar negeri obyek wisata disebut *tourist attraction* (atraksi wisata), sedangkan di Indonesia lebih dikenal dengan objek wisata. Mengenai pengertian objek wisata, kita dapat melihat dari beberapa sumber antara lain:

1. Peraturan Pemerintah No.24/1979.

Objek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi.

2. Surat Keputusan Departemen Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No.KM 98/PW:102/MPPT-87.

Obyek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

Obyek dan daya tarik wisata menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan yaitu 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 dan daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata. Destinasi Pariwisata

adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrative yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Menurut Ridwan (2012) mengemukakan pengertian obyek 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.

Berdasarkan definisi diatas maka Obyek Wisata adalah tempat yang dikunjungi dengan berbagai keindahan yang didapatkan, tempat untuk melakukan kegiatan pariwisata, tempat untuk bersenang – senang dengan waktu yang cukup lama demi mendapatkan kepuasan, pelayanan yang baik, serta kenangan yang indah di tempat wisata.

Menurut Holloway (2009), pariwisata adalah 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.

2. Jenis-jenis Daya Tarik Wisata

Terdapat banyak jenis daya tarik wisata dan dibagi dalam berbagai macam system klasifikasi. Secara garis besar daya tarik wisata dibagi ke dalam 3 jenis:

- a. Daya tarik alam
- b. Daya tarik budaya
- c. Daya tarik buatan manusia

Objek dan daya tarik wisata berupa alam, budaya, tata hidup, dan lainnya yang memiliki nilai jual untuk dikunjungi ataupun dinikmati oleh wisatawan, sekaligus juga merupakan sasaran utama wisatawan dalam mengunjungi suatu daerah atau Negara. Dalam pengertian luas bahwa apa saja yang mempunyai daya tarik wisata atau menarik minat bagi wisatawan dapat disebut sebagai objek dan daya tarik wisata.

Pada literatur-literatur luar negeri tidak pernah ditemukan objek wisata dan daya tarik wisata seperti yang kita kenal di Indonesia, namun mereka hanya menggunakan istilah *Tourist Attraction* saja, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik untuk mengunjungi daerah tertentu, diaman *Tourist Attraction* itu juga merupakan salah satu unsur pokok dalam pembangunan kepariwisataan yang keberadaannya akan mendorong wisatawan untuk mengunjunginya.

Membicarakan objek dan atraksi wisata baiknya dikaitkan dalam pengertian produksi dan industri pariwisata itu sendiri. Hal ini dianggap perlu karena sampai sekarang ini masih dijumpai perbedaan pendapat antara para

ahli mengenai pengertian produk industri pariwisata dari satu pihak dan atraksi wisata pihak lain.

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. Dan ada pula alasan wisatawan akan berkunjung ke daerah tersebut bila mereka merasakan manfaat kepuasan atau pelayanan yang diberikan.

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.

F. Kerangka Pikir

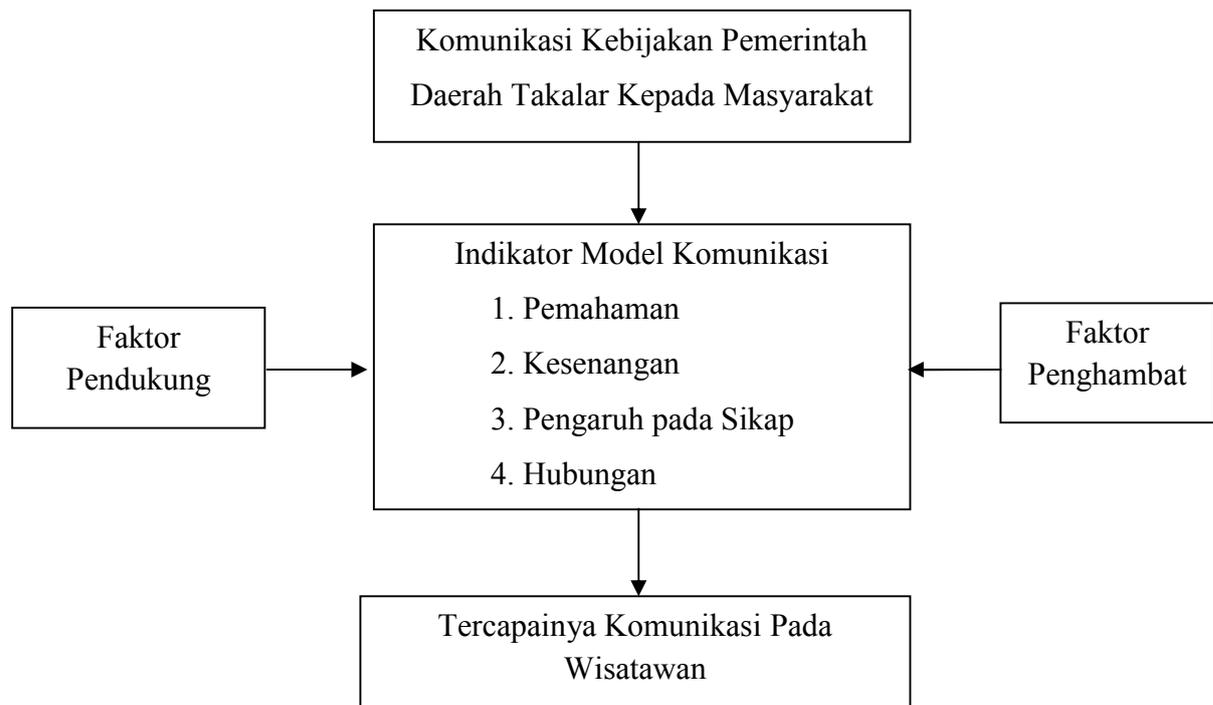
Menurut (Lupiyoadi, 2001:75) dalam memahami komunikasi, maka kita harus mengetahui apa saja indikator dalam mencapai komunikasi yang efektif, Pemahaman, Kesenangan, Pengaruh pada Sikap dan Hubungan pada

Objek wisata Pulau Sanrobengi yang terletak di Kecamatan Galesong Utara sangatlah baik dan tidak kalah indahnya dengan objek wisata lainnya yang ada di Indonesia. Namun masih perlu untuk dikelola dengan baik agar objek wisata Pulau Sanrobengi bisa terus ditingkatkan baik dari segi sarana prasarana dan jumlah wisatawan yang datang karena panorama yang begitu indah. Maka dalam upaya mempromosikan objek wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan tersebut diperlukan peran serta Pemerintah dalam mempromosikan objek wisata Pulau Sanrobengi kepada masyarakat luas baik ditingkat nasional maupun internasional.

Tercapainya kepuasan kepada wisatawan tidak terlepas dari model komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah. Untuk memahami komunikasi, maka kita harus mengetahui apa saja indikator dalam mencapai komunikasi yang efektif yakni sebagai alat pemahaman, kesenangan, pengaruh pada sikap dan hubungan untuk memberikan kepuasan kepada wisatawan.

Berdasarkan uraian kerangka pikir di atas, maka dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pikir



G. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yaitu Model Komunikasi Pemerintah Dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di antara indikator model komunikasi: Pemahaman, Kesenangan Pengaruh pada Sikap dan Hubungan dan faktor-faktor yang mempengaruhi Model Komunikasi Pemerintah Dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi Di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar.

H. Deskripsi Fokus Penelitian

Berdasarkan kerangka pikir di atas, maka peneliti membuat definisi fokus penelitian sebagai berikut:

1. Model komunikasi pemerintah yaitu sebagai upaya pemerintah untuk memberikan informasi tentang Pulau Sanrobengi kepada wisatawan.
2. Pemahaman yaitu suatu kemampuan pemerintah dalam memberikan pemahaman kepada wisatawan tentang objek wisata Pulau Sanrobengi.
3. Kesenangan yaitu proses komunikasi yang dilakukan pemerintah dalam menyampaikan informasi tentang objek wisata Pulau Sanrobengi agar mendorong para wisatawan untuk berkunjung sehingga memberikan daya tarik dan kesenangan tersendiri terhadap para wisatawan.
4. Pengaruh pada sikap dimana komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah dapat mempengaruhi sikap wisatawan untuk datang ke Pulau Sanrobengi dikarenakan komunikasi yang baik demi mencapai target untuk mendatangkan wisatawan yang lebih banyak ke Pulau Sanrobengi.
5. Hubungan yaitu proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan dan mempererat kadar hubungan antara pemerintah setempat dengan wisatawan yang datang ke Pulau Sanrobengi.
6. Tujuan tercapainya komunikasi pemerintah dalam promosi Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar adalah untuk memberikan pemahaman dan meningkatkan kepuasan pada wisatawan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu Dan Lokasi Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dilakukan selama dua bulan setelah ujian proposal dan mengambil lokasi penelitian 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.

B. Jenis dan Tipe Penelitian

1. Jenis 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 yang berkaitan dengan Model komunikasi pemerintah dalam promosi objek wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah Fenomenologi dengan didukung data kualitatif dimana peneliti berusaha untuk mengungkapkan suatu fakta atau realita mengenai Model komunikasi pemerintah dalam promosi objek wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh dengan cara mengadakan wawancara secara langsung pada informan melalui, observasi, wawancara dan dokumentasi secara langsung yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung kepada obyek penelitian yang dapat berupa dokumen, buku, catatan-catatan, makalah, laporan, arsip, statistic dan profil pedagang kaki lima, terutama yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian mengenai model komunikasi pemerintah dalam mempromosikan objek wisata pulau sanrobengi di kecamatan galesong selatan kabupaten takalar yaitu: Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Takalar, tokoh masyarakat ,pemerintah kecamatan wisatawan. Adapun informan penelitian ini dapat dijelaskan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Informan Penelitian

| No | Nama | Jabatan | Inisial | Jumlah |
|-----------------------|--------------|--------------------------------------|---------|----------------|
| 1 | M. Ilham | Kepala Seksi Pemasaran Wisata Daerah | MI | 1 Orang |
| 2 | H.Yahe | Camat Kecamatan Galesong Selatan | YH | 1 Orang |
| 3 | M.Kamaruddin | Tokoh Masyarakat | MK | 1 Orang |
| 4 | Wandi Syarif | Wisatawan | WS | 3 Orang |
| | Ilham Arsyad | | IA | |
| | Ikramullah | | IK | |
| Total Informan | | | | 7 Orang |

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diperlukan adalah teknik pengumpulan data yang paling tepat, sehingga benar-benar didapat data yang valid dan reliabel. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data. Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi adalah cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap suatu obyek dalam suatu periode tertentu dan mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati tentang perilaku kebiasaan dalam Model komunikasi pemerintah dalam promosi objek wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar.
2. Wawancara adalah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara Tanya jawab secara langsung kepada pihak-pihak

yang terkait dan berhadapan langsung dengan informan yang dianggap mengerti mengenai permasalahan yang diteliti.

3. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Tujuan digunakan metode ini untuk memperoleh data secara jelas dan konkrit tentang Model komunikasi pemerintah dalam promosi objek wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar.

F. Teknik Analisis Data

Analisa Data menurut Patton (Moleong, 2002) adalah proses mengatur uraian data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif yaitu menguraikan serta menginterpretasikan data yang diperoleh dari observasi lapangan dan dari informan observasi. Menurut Miles dan Huberman (Manurung, 2005), ada tiga unsure utama dalam proses analisis data penelitian kualitatif yaitu:

1. Reduksi data adalah bagian dari proses analisis yang mempertegas, memperpendek dan membuang hal-hal yang tidak penting sehingga kesimpulan penelitian dapat dilaksanakan. Jadi laporan lapangan sebagian bahan disingkat dan disusun lebih sistematis sehingga lebih mudah dikendalikan. Data yang direduksi member gambaran yang lebih tajam

tentang hasil pengamatan, juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data yang diperoleh apabila diperlukan.

2. Sajian data adalah susunan informasi yang memungkinkan dapat ditariknya suatu kesimpulan penelitian. Penyajian data dalam bentuk gambaran, skema dan tabel mungkin akan berguna untuk mendapatkan gambaran yang jelas serta memudahkan dalam penyusunan kesimpulan penelitian. Pada dasarnya, sajian data dirancang untuk menggambarkan suatu informasi secara sistematis dan mudah dilihat serta dipahami dalam bentuk keseluruhan sajiannya.
3. Kesimpulan merupakan hasil akhir dari reduksi data dan penyajian data. Kesimpulan penelitian perlu diverifikasi agar mantap dan benar-benar bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya.

G. Keabsahan Data

Penelitian metodologi kualitatif pengabsahan data menggunakan metode triangulasi, dimana metode ini merupakan pengecekan kebenaran data dengan menggunakan teknik pengumpulan data lainnya serta pengecekan pada waktu yang berbeda. Triangulasi terdiri atas tiga bagian, antara lain:

1. Triangulasi Sumber Data

Dilakukan dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif yang dilakukan dengan membandingkan data hasil pengamatan dan hasil wawancara (Paton dalam Haryanti, 2003).

2. Triangulasi Metode

Dilakukan untuk menguji sumber data, memiliki tujuan untuk mencari kesamaan data dengan metode berbeda.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu berkenaan dengan waktu pengambilan data peneliti melakukan wawancara dengan informan dalam kondisi waktu yang berbeda untuk menentukan kredibilitas data.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi obyek atau lokasi penelitian

1. Profil administrasi Kabupaten Takalar

Kabupaten Takalar adalah sebuah kabupaten di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Ibu kotanya terletak di Pattallassang. Kab. Takalar terdiri dari delapan kecamatan, yaitu Pattallassang, Polombangkeng Selatan, Polombangkeng Utara, Galesong, Galesong Selatan, Galesong Utara, Mappakasunggu dan Manggarabombang. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 566,51 km² dan berpenduduk sebanyak ± 250.000 jiwa.

Kabupaten Takalar yang hari jadinya pada tanggal 10 Februari 1960. Sebelumnya, Takalar sebagai Onder afdeling yang tergabung dalam daerah Swatantra Makassar bersama-sama dengan Onder afdeling Makassar, Gowa, Maros, Pangkajene Kepulauan dan Jeneponto.

Onder afdeling Takalar, membawahi beberapa district (adat gemen chap) yaitu: District Polombangkeng, District Galesong, District Topejawa, District Takalar, District Laikang, District Sanrobone. Setiap District diperintah oleh seorang Kepala Pemerintahan yang bergelar Karaeng, kecuali District Topejawa diperintah oleh Kepala Pemerintahan yang bergelar Lo'mo.

Setelah terbentuknya Kabupaten Takalar, maka District Polombangkeng dijadikan 2 (dua) Kecamatan yaitu Kecamatan Polombangkeng Selatan dan

Polombangkeng Utara, Districk Galesong dijadikan 2 (dua) Kecamatan yaitu Kecamatan Galesong Selatan dan Kecamatan Galesong Utara, Districk Topejawa, Districk Takalar, Districk Laikang dan Districk Sanrobone menjadi Kecamatan TOTALLASA (Singkatan dari Topejawa, Takalar, Laikang dan Sanrobone) yang selanjutnya berubah menjadi Kecamatan Mangarabombang dan Kecamatan Mappakasunggu. Perkembangan selanjutnya berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2001 terbentuk lagi sebuah Kecamatan yaitu Kecamatan Pattallassang (Kecamatan Ibukota) dan terakhir dengan Perda Nomor 3 Tahun 2007 tanggal 27 April 2007 dan Perda Nomor 5 Tahun 2007 tanggal 27 April 2007, dua kecamatan baru terbentuk lagi yaitu Kecamatan Sanrobone (Pemekaran dari Kecamatan Mappakasunggu) dan Kecamatan Galesong (Pemekaran dari Kecamatan Galesong Selatan dan Kecamatan Galesong Utara). Sehingga dengan demikian sampai sekarang Kabupaten Takalar terdiri dari 9 (sembilan) buah Kecamatan, sebagaimana telah disebutkan terdahulu. Kesembilan kecamatan ini membawahi sejumlah 82 Desa/Kelurahan, dengan jumlah penduduk + 252,275 jiwa.

Keadaan Geografi wilayah Kabupaten Takalar terdiri dari pantai, daratan dan perbukitan. Di bagian barat adalah daerah pantai dan dataran rendah dengan kemiringan 0-3 derajat sedang ketinggian ruang bervariasi antara 0–25 m, dengan batuan penyusun geomorfologi dataran didominasi endapan alluvial, endapan rawa pantai, batu gamping, terumbu dan tufa serta beberapa tempat batuan lelehan basal. Sebagian dari wilayah Kabupaten Takalar

merupakan daerah pesisir pantai, yaitu sepanjang 74 Km meliputi Kecamatan Mangarabombang, Kecamatan Mappakasunggu, Kecamatan SandraBone, Kecamatan Galesong Selatan, Kecamatan Galesong Kota dan Kecamatan Galesong Utara.

Kabupaten Takalar dilewati oleh 4 buah sungai, yaitu Sungai Jeneberang, Sungai Jenetallasa, Sungai Pamakkulu dan Sungai Jenemarrung. Pada keempat sungai tersebut telah dibuat bendungan untuk irigasi sawah seluas 13.183 Ha. Kabupaten Takalar terletak antara 5031 sampai 50381 Lintang Selatan dan antara 1990221 sampai 1990391 Bujur Timur dengan luas wilayah 566,51 Km², yang terdiri dari kawasan hutan seluas 8.254. Ha (14,57%), sawah seluas 16.436, 22 Ha (29,01%), perkebunan tebu PT. XXXII seluas 5.333,45 Ha (9,41%), tambak seluas 4.233,20 Ha (7,47%), tegalan seluas 3.639,90 Ha (6,47%), kebun campuran seluas 8.932,11 Ha (15,77%), pekarangan seluas 1,929,90 Ha (3,41%) dan lain-lain seluas 7.892,22 Ha (13,93%). *Kondisi Topografi dan Kemiringan Lereng* Berdasarkan kondisi topografi Wilayah Kabupaten Takalar berada pada ketinggian 0 – 1000 meter diatas permukaan laut (mdpl), dengan bentuk permukaan lahan relatif datar, bergelombang hingga perbukitan. Sebagian besar wilayah Kabupaten Takalar merupakan daerah dataran dan wilayah pesisir dengan ketinggian 0 – 100 mdpl, yaitu sekitar 86,10% atau kurang lebih 48,778 Km². Sedangkan selebihnya merupakan daerah perbukitan dan berada pada ketinggian diatas 100 mdpl, yaitu sekitar 78,73 Km² (tabel 1.2), kondisi sebagian besar terdapat pada Kecamatan Polobangkeng Utara dan

Polombangkeng Selatan. Sumber data yang diperoleh dan hasil analisa GIS, menunjukkan keadaan topografi dan kelerengan Kabupaten Takalar sangat bervariasi, yang secara umum berada pada kisaran 0 - 2%, 2 - 15%, 15 - 30%, 30 - 40% dan > 40%. Kondisi topografi tersebut memiliki potensi untuk pengembangan beberapa kegiatan perekonomian masyarakat seperti pertanian, perikanan, perkebunan, peruntukan lahan permukiman dan sarana prasarana sosial ekonomi lainnya. Wilayah Kecamatan Polombangkeng Utaran dan Wilayah Kecamatan Polombangkeng Selatan selain memiliki wilayah dataran dan sebagian kecil wilayahnya perbukitan. Wilayah ini memiliki lereng dengan kemiringan 15-40% yang luasnya kurang lebih 78,73 Km² atau 13% dari luas wilayah kabupaten. kondisi tersebut dimanfaatkan oleh masyarakat setempat untuk perkembangan perkebunan. Dengan batas wilayah Kabupaten Takalar sebagai berikut :

1. Sebelah Utara dengan kota Makasar dan Kabupaten Gowa
2. Sebelah Selatan dengan Laut Flores
3. Sebelah Barat dengan Selat Makassar
4. Sebelah Timur dengan Kabupaten Jeneponto dan Kabupaten Gowa

Wilayah Kabupaten Takalar terdiri dari 9 (sembilan) Kecamatan masing-masing :

1. Kecamatan Manggarabombang
2. Kecamatan Mappakasunggu
3. Kecamatan Polombangkeng Selatan

4. Kecamatan Polombangkeng Utara
5. Kecamatan Galesong Selatan
6. Kecamatan Galesong Utara
7. Kecamatan Pattalassang
8. Kecamatan Galesong
9. Kecamatan Sanrobone

Struktur geologi Kabupaten Takalar dipengaruhi oleh formasi camba, terobosan, gunung api cindako, formasi tonasa dan endapan aluvium. Masing masing formasi batuan tersebut memiliki karakteristik yang membentuk struktur tanah dan batuan, antara lain :

1. Formasi Terobosan, terbentuk atas batuan basal
2. Formasi Camba terbentuk atas sedimen laut berselingan
3. Formasi Tonasa terbentuk atas batuan gamping
4. Formasi Gunung Api–Cindako, terbentuk atas batuan lava-breksi-tufakonglomerat dan terutama lava
5. Endapan aluvium dan pantai, terbentuk atas kerikil, pasir, lempung, dan lumpur

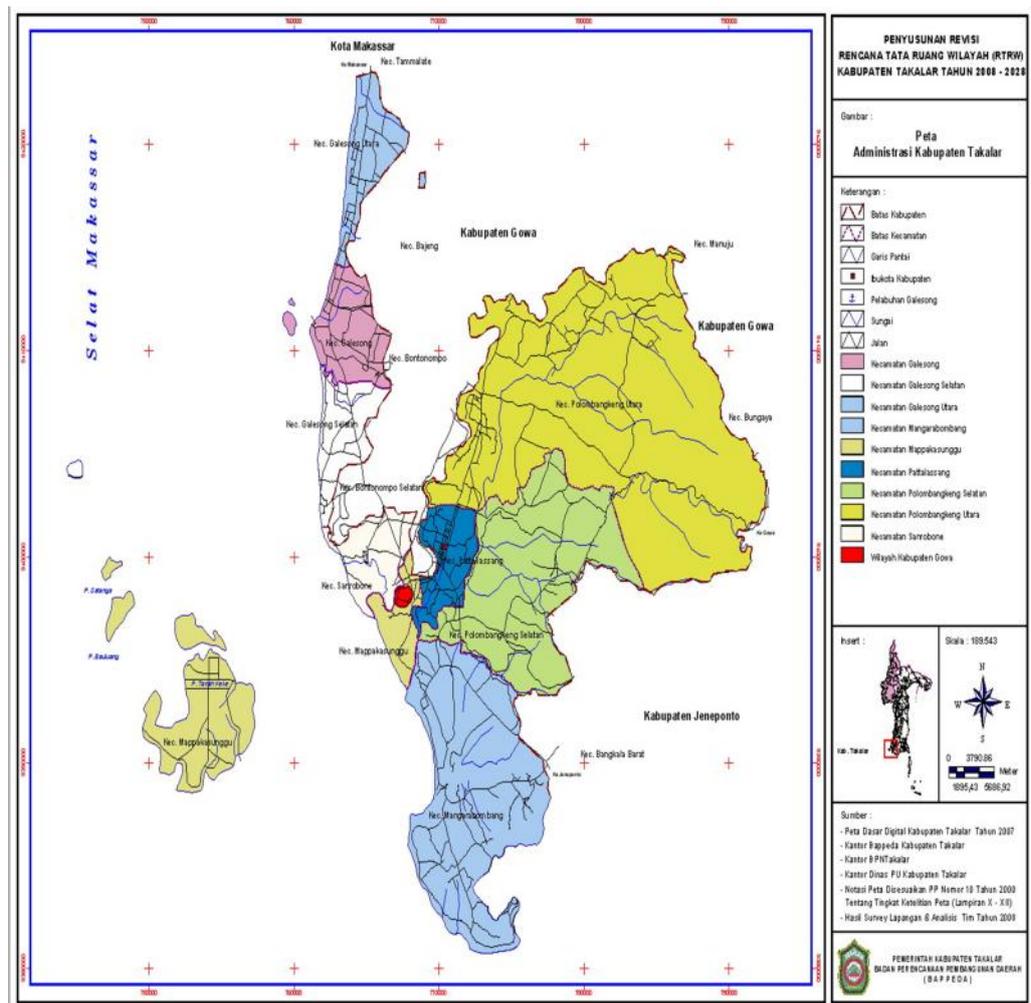
Jenis batuan atau geologi Kabupaten Takalar terdiri dari; Vulkanic (batuan Vulkanik), batuan ini merupakan batuan tertua yang telah mengalami perubahan, sebagian besar batu kapur terbentang sepanjang pantai perbatasan Takalar dengan Jeneponto. Gunung Api Baturape – Cindako merupakan batuan vulkanik basal yang terdiri dari lava dan batuan piroklastik yang

bersilangan dengan tufa dan batu pasir. Batuan ini tersebar luas di wilayah pegunungan dan daerah dataran (jelasnya lihat gambar 1.6). Lapisan batuan ini memiliki porositas dan permeabilitas yang rendah. Batuan Intrusif terdiri atas batuan basal mulai dari dolerit, diorit, gabbro hingga diabase.

Kondisi iklim wilayah Kabupaten Takalar dan sekitarnya secara umum ditandai dengan jumlah hari hujan dan curah hujan yang relatif tinggi, dan sangat dipengaruhi oleh angin musim. Pada dasarnya angin musim di Kabupaten Takalar dipengaruhi oleh letak geografis wilayah yang merupakan pertemuan Selat Makassar dan Laut Flores, kondisi ini berdampak pada putaran angin yang dapat berubah setiap waktu, hal terutama terjadi pada Kecamatan Mangarabombang, sehingga pada beberapa kawasan di wilayah ini mengalami kekeringan terutama pada musim kemarau. Berdasarkan hasil pengamatan stasiun hujan di Kabupaten Takalar, menunjukkan suhu udara minimum rata-rata 22,2^oC hingga 20,4^oC pada bulan Februari – Agustus dan suhu udara maksimum mencapai 30,5^oC hingga 33,9^oC pada bulan September – Januari. Tingkat curah hujan dan jumlah hari hujan dalam periode empat tahun terakhir mengalami perubahan intensitas curah hujan setiap tahunnya, dengan rerata terbesar terjadi pada tahun 2007 yang mencapai 107 hh dengan curah hujan 555,42 mmHg. Dalam kurun waktu tersebut, jumlah hari hujan terendah terjadi pada tahun 2004 yaitu 88 Hari hujan, sedangkan curah hujan terendah terjadi pada tahun 2006 dengan rerata intensitas curah hujan mencapai 192 mmHg. Secara rinci jumlah hari hujan dan intensitas curah hujan tiga tahun terakhir, diuraikan pada tabel 1.4 dan

tabel 1.5. Hasil pengamatan dari Stasiun Hujan BPP Pattalassang 426 A, BPP 423 D Pattalassang, dan Stasiun Hujan Lassang 426 F, memperlihatkan rerata jumlah hari hujan pada tahun terakhir berkisar antara 8 – 9 hari hujan setiap bulan, dengan rerata intensitas curah hujan berkisar antara 166 – 216 mmHg perbulan. Dari hasil pengamatan tersebut dapat diuraikan bahwa musim hujan di wilayah ini berawal pada Bulan November dan berakhir pada Bulan Mei, sedangkan musim kemarau dimulai pada Bulan Juni hingga Bulan September.

Gambar peta administrasi Kabupaten Takalar



2. Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Takalar

Berdasarkan Peraturan bupati kabupaten Takalar Nomor : 73 Tahun 2009 tentang Tugas Pokok, Fungsi, Rincian Tugas Unit dan Tata Kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Takalar. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Takalar mempunyai tugas pokok yaitu melaksanakan urusan pemerintahan Daerah di bidang pariwisata dan kebudayaan berdasarkan asas otonomi, dekonsentrasi dan tugas pembantuan.

a. Fungsi:

1. Penyelenggaraan perumusan dan penetapan kebijakan teknis kepariwisataan, kebudayaan, kesenian dan perfilman serta pemasaran.
2. Penyelenggaraan pariwisata dan kebudayaan meliputi kepariwisataan, kebudayaan, kesenian dan perfilman serta pemasaran.
3. Penyelenggaran pembinaan dan pelaksanaan tugas-tugas pariwisata dan kebudayaan meliputi kepariwisataan, kebudayaan, kesenian, serta pemasaran,
4. Penyelenggaraan koordinasi dan pembinaan UPTD. Penyelenggaraan tugas lain sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya.

b. Kepala Dinas:

1. Tugas:

Menyelenggarakan perumusan, penetapan, memimpin,

mengkoordinasikan dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan tugas pokok Dinas serta mengkoordinasikan dan membina UPTD.

2. Fungsi:

Penyelenggaraan perumusan, penetapan, pengaturan dan koordinasi pelaksanaan kebijakan teknis kepariwisataan, kebudayaan, kesenian dan pemasaran.

Penyelenggaraan fasilitasi dan pengendalian pelaksanaan pariwisata dan kebudayaan.

Penyelenggaraan koordinasi dan kerjasama dalam rangka tugas pokok dan fungsi dinas.

Penyelenggaraan koordinasi dan pembinaan UPTD

c. Sekretaris:

Tugas:

Menyelenggarakan koordinasi perencanaan dan program Dinas, pengkajian perencanaan dan program, pengelolaan keuangan, kepegawaian dan umum.

Fungsi:

1. Penyelenggaraan koordinasi perencanaan dan program Dinas
2. Penyelenggaraan pengkajian perencanaan dan program sekretariat
3. Penyelenggaraan pengelolaan rusan keuangan, kepegawaian umum.

d. Bidang Kepariwisata

Tugas:

Menyelenggarakan pengkajian bahan kebijakan teknis dan fasilitasi

penyelenggaraan pembinaan dan pengembangan produk kepariwisataan, meliputi produk pariwisata, usaha pariwisata, obyek dan daya tarik wisata serta pemberdayaan masyarakat pariwisata.

Fungsi:

1. Penyelenggaraan pengkajian bahan kebijakan teknis, fasilitasi dan pengembangan kepariwisataan meliputi produk pariwisata, usaha pariwisata, obyek dan daya tarik wisata, dan pemberdayaan masyarakat pariwisata.
2. Penyelenggaraan pembinaan usaha pariwisata, obyek dan daya tarik wisata dan produk pariwisata sesuai dengan standardisasi usaha pariwisata.
3. Penyelenggaraan pengembangan usaha pariwisata, produk pariwisata, obyek dan daya tarik wisata dan pemberdayaan masyarakat pariwisata.
4. Penyelenggaraan pola pembinaan dengan kelembagaan pariwisata.

e. Bidang Kebudayaan

Tugas:

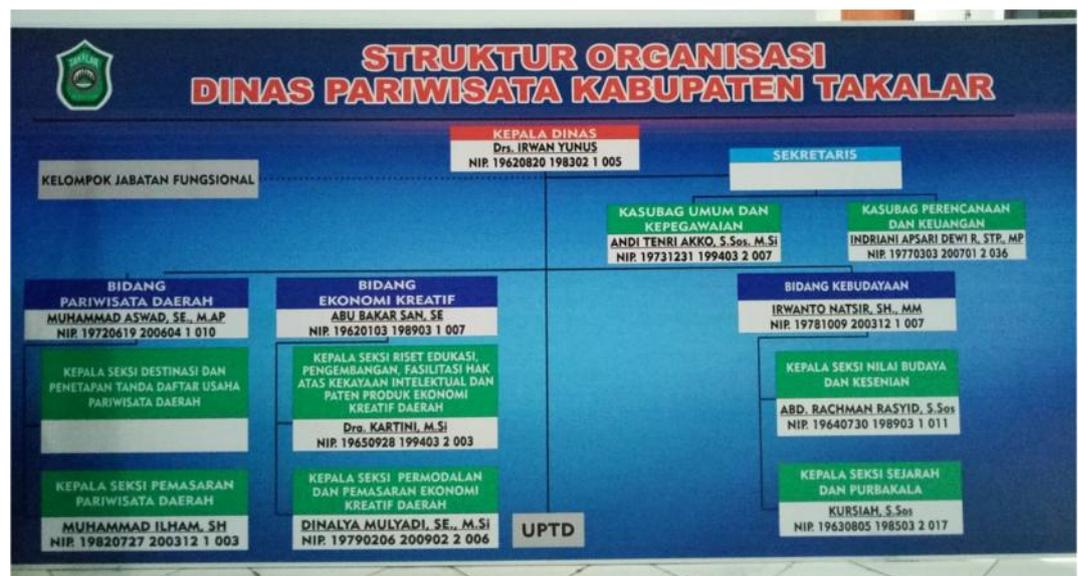
Menyelenggarakan pengkajian bahan kebijakan teknis, fasilitasi dan penyelenggaraan pelestarian, pengembangan dan pemanfaatan kebudayaan meliputi permuseuman, peninggalan sejarah dan kepurbakalaan, kesejarahan, nilai tradisional dan kebahasaan daerah.

Fungsi:

1. Penyelenggaraan kebijakan teknis kebudayaan.
2. Penyelenggaraan pengkajian rencana dan program kebudayaan.

3. Penyelenggaraan pengkajian bahan pedoman dan petunjuk teknis pelestarian, pengembangan dan pemanfaatan kebudayaan.
4. Penyelenggaraan pengkajian bahan dan fasilitasi pelestarian, pengembangan dan pemanfaatan kebudayaan.
5. Penyelenggaraan pelestarian, pemanfaatan dan pengembangan kebudayaan.

STRUKTUR ORGANISASI DINAS PARIWISATA KABUPATEN TAKALAR



B. Model Komunikasi Kebijakan Pemerintah Daerah Takalar Kepada Masyarakat

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.

Berbicara mengenai komunikasi pemerintahan, akan dihadapkan pada teknik komunikatif dalam kepemimpinan pemerintahan yang mampu memahami kesalahan yang telah terjadi, menepis salah tafsir atas apa yang telah disampaikan, salah pengertian serta ketidakjelasan komunikasi antara komunikator dengan komunikan. Untuk menghindari hal tersebut, komunikator (pemerintah) harus berbahasa yang baik dan benar dalam hal ini telah diatur oleh Pasal 28 Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan: Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam pidato resmi Presiden, Wakil Presiden, dan pejabat negara yang lain yang disampaikan di dalam atau di luar negeri; mampu mengatasi hambatan komunikasi dengan komunikan (masyarakat), obyektifitas dalam menjembatani persoalan yang terjadi, memiliki karakteristik persuasif kepemimpinan sehingga mampu

mengendalikan komunikasi jika berada dalam posisi resah, bimbang, rusuh, atau ketidakpastian.

Krisis kepercayaan terhadap aparat pemerintah dan kepemimpinan nasional di masa lalu yang sekarang telah berkurang, akan tetapi hal tersebut sewaktu-waktu dapat menggelembung kembali jika tidak ditingkatkan serta dikelola secara berkesinambungan.

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.

Berikut hasil wawancara dengan Kepala Seksi Pemasaran Obyek Wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Takalar yang membahas tentang pemahaman:

“Kami sampai kesekolah-sekolah untuk mempromosikan pantai kesanrobengi ini, kami juga menggandeng dara daeng untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa pulau sanrobengi

satu dari beberapa tempat alternatif wisata yang ada ditakalar. Juga kami bekerja sama dengan media media online, dan radio untuk gencar mempromosikan pulau sanrobengi ini” (wawancara dengan informan MI pada tanggal 03 maret 2017)

Dari 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, mereka selaku pemerintah menggandeng media-media untuk mempromosikan pulau sanrobengi ini, selain itu mereka juga merekrut dara-daeng sebagai ikon pemasaran untuk memasarkan obyek wisata tersebut, dan juga dinas pariwisata kabupaten takalar ini turun kesekolah-sekolah untuk mempromosikan, serta memberikan pemahaman terkait obyek wisata pulau sanrobengi di kabupaten takalar.

Berikut hasil wawancara dengan staf dari dinas pariwisata kabupaten Takalar yang membahas tentang pemahaman yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi kecamatan galesong, kabupaten Takalar:

“Terkait pemahaman, salah satunya itu kami merekrut dara daeng jadi dara daeng ini lah yang membantu kami dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat, jadi kalo ada event-event ini lah garda terdepan yang mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi ini, kita ada pelatihan untuk dara daeng ini. Disini saja kita itu kita adakan perenam bulan pelatihan-pelatihan untuk menjaga obyek wisata ini” (wawancara dengan informan R pada tanggal 17-03-2017).

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf dari dinas pariwisata Kabupaten Takalar yang membahas tentang pemahaman yang menjadi salah

satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi kecamatan galesong, Kabupaten Takalar dapat diketahui bahwa dalam 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. Selain itu pemerintah Kabupaten Takalar juga mengadakan pelatihan-pelatihan kepada masyarakat sekitaran obyek wisata per enam bulan, guna memberdayakan masyarakat tersebut.

Berikut hasil wawancara dengan wisatawan yang membahas tentang pemahaman yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi kecamatan galesong, Kabupaten Takalar:

“Begini kak, saya mengetahui obyek wisata ini dari panplet-panplet yang terpajang di Makassar waktu festival pulau sanrobengi 2 tahun yang lalu, kemudian cari tahu dimedia-media, kalo tidak salah di radio juga pernah saya dengar disitu diceritakan apa-apa saja yang terkait dengan pulau sanrobengi ini, dan hasilnya lumayan oke. juga aksesnya terbilang gampang”. (wawancara dengan informan WS pada Tanggal 15 Maret 2017).

Berikut hasil wawancara dengan wisatawan yang membahas tentang pemahaman yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi kecamatan galesong, Kabupaten Takalar dapat diketahui bahwa media-media membantu masyarakat dalam memberikan pemahaman terkait obyek wisata

tersebut. Panplet-panplet yang terpanjang dipinggir jalan mempunyai peranan sangat vital dalam mempromosikan obyek wisata ini.

Berikut hasil wawancara dengan wisatawan yang membahas tentang pemahaman yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi kecamatan galesong, Kabupaten Takalar:

“Saya mengetahui obyek wisata ini dari media-media social sih, seperti instagram.. lihat lihat ternyata tempatnya tergolong keren. Dan ketertarikan saya dengan lokasi ini semakin menggebu-gebu pada saat ada acara tahunan festival pulau sanrobengi, apalagi ini kan skalanya nasional kan yah. Anunya juga sponsor-sponsornya tergolong sponsor kalangan besar, jadi yakin festival diobyek wisata ini pasti oke. Dan hasilnya sesuai dengan ekspektasi. (wawancara dengan informan AA 15 Maret 2017).

Berdasarkan hasil wawancara dengan wisatawan yang membahas tentang pemahaman yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar dapat diketahui bersama bahwa para wisatawan mayoritasnya mengetahui obyek wisata pulau sanrobengi Kabupaten Takalar ini dari social media, dan juga karena adanya festival skala nasional yang diadakan dipulau tersebut.

Berikut hasil wawancara dengan camat dari kecamatan galesong yang membahas tentang pemahaman yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar:

“Untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat, terkait pulau sanrobengi kami membuat semacam banner atau panplet yang berisikan semua tentang pulau sanrobengi, apalagi sanrobengi ini kan lokasi wisata utama yang kami jual digalesong ini, setelah pantai bintang. Jadi begitu”. (wawancara dengan informan YH pada tanggal 13 Maret 2017).

Berdasarkan hasil wawancara dengan camat dari kecamatan galesong yang membahas tentang pemahaman yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi kecamatan galesong, Kabupaten Takalar dapat diketahui bahwa pemerintah atau yang lebih spesifiknya dari Kecamatan Galesong dalam membuat masyarakat atau wisatawan paham akan Pulau Sanrobengi mereka membayangkan panplet, atau banner yang berisikan informasi-informasi terkait pulau sanrobengi, yang menjadi salah satu andalan dari Kecamatan Galesong Setelah Pantai Bintang.

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan penulis dapat menyimpulkan bahwa memberikan pemahaman terhadap masyarakat dan wisatawan pemerintah bekerja sama dengan media, mempromosikan di Sekolah-Sekolah, lain halnya dengan staf 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 di adakan di lokasi tersebut lain halnya dengan pemerintah dalam memberikan pemahaman dalam arti mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi mereka membayangkan panplet, atau banner yang berisikan informasi-

informasi terkait pulau sanrobengi, yang menjadi salah satu obyek wisata yang berada di kecamatan Galesong selatan kabupaten Takalar.

2. Kesenangan

Berikut hasil wawancara dengan kepala seksi pemasaran pariwisata daerah Kabupaten Takalar yang membahas tentang model komunikasi pemerintah yaitu kesenangan:

“Kalo berbicara tentang faktor kesenangan, tentunya kita fasilitasi, dan untuk tahun inikan fasilitasnya sudah cukup lumayan lengkap, karena sudah kita lengkapi. Artinya kemarin itu cuman fasilitas rumah toh, sekarang sudah ada fasilitas sarananya, ada tambahannya isi-isi prabotannya dan juga fasilitas *outbound*. (wawancara dengan informan MI pada tanggal 07 Maret 2017)

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala dinas pariwisata Kabupaten Takalar yang membahas tentang faktor kesenangan dari model komunikasi pemerintah dapat disimpulkan bahwa untuk memberikan kesenangan kepada pengunjung pemerintah Kabupaten Takalar memberikan fasilitas-fasilitas tambahan, dari yang kemarinnya sudah ada baruga, dan rumah-rumah kini sudah ada tambahan perabotan, dan juga fasilitas *outbound*.

Berikut hasil wawancara dengan staf dinas pariwisata Kabupaten Takalar yang membahas tentang faktor kesenangan:

“Kalau ditanya faktor kesenangan kami tentunya berupaya mungkin untuk membuat wisatawan yang berkunjung kesana dengan cara melengkapi fasilitas-fasilitas yang ada di sana, untuk tahun ini disana sudah *outbound*, kemarin kan yang ada cuman baruga-baruga.. dan di kamar-kamar sudah kami lengkapi dengan ditempat tidur, kemarin kan belum ada cuman fasilitas villa tapi belum ada isinya kan, disana kita sudah ada tujuh villa dan satu baruga, *outbound* juga itu dari kami dinas

pariwisata.. villanya itu kisaran 200 ribu dan baruganya 500 ribu” (wawancara dengan informan R pada tanggal 05 Maret 2017)

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf dinas pariwisata Kabupaten Takalar yang membahas tentang faktor kesenangan dapat kita simpulkan bahwa salah satu cara untuk menyenangkan wistawan, pemerintah kabupaten Takalar menambahkan fasilitas-fasilitas penunjang, seperti tempat tidur, dan sarana outbound dari yang awalnya hanya villa, sekarang isi-isi atau perabotannya sudah ada, beliau juga menambahkan bahwa adapun harga sewa villa disana kisaran 200 ribu, dan baruganya sendiri pemerintah mematok harga 500 ribu.

Berikut hasil wawancara dengan wisatawan pulau sanrobengi yang membahas tentang kesenangan:

“Kalau ditanya faktor yang membuat wisatawan senang, tentu fasilitas disini sudah dapat di katakan lengkap yah, kita apresiasi kinerja pemerintah Takalar dalam hal mengelola pantai sanrobengi, 2 atau 3 tahun yang lalu saya kesini fasilitasnya belum selengkap ini, apalagi sekarang kita disini sudah bisa menikmati fasilitas outbound, pokoknya beda dengan pulau-pulau lainnya yang pernah saya datangi” (wawancara dengan informa IL pada tanggal 17 Maret 2017)

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 pulau disanrobengi berbeda dengan beberapa pulau yang telah didatangi.

Berikut hasil wawancara dengan wisatawan pulau sanrobengi yang membahas tentang faktor kesenangan yang merupakan salah satu model dari komunikasi:

“Disini, fasilitas lengkap yah, dan aksesnya juga lumayan mudah.. jadi orang yang mau trip kesini gampang. Fasilitas seperti outbound juga susah di dapatkan di pulau-pulau lainnya. Villanya juga terjangkau lah bagi kantong-kantong traveler” (wawancara dengan informan WS pada tanggal 15 Maret 2017).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang membahas tentang kesenangan dapat diketahui bahwa akses yang mudah, ditambah fasilitas yang lengkap, dan juga harga yang terjangkau dikantong traveller, merupakan pertimbangan lebih bagi wisatawan.

Berikut hasil wawancara dengan camat dari kecamatan galesong yang membahas tentang kesenangan yang merupakan salah satu model dari komunikasi:

“Kamisebagai Pemerintah Kecamatan Galesong Selatang dan dinas pariwisata terus bekerja sama dengan dinas pariwisata demi meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung kesini, tentu untuk mencapai hal itu kami mengupayakan melengkapi asilitas, memperbaiki akses kelokasi pantai sanrobengi, jadi seperti itu” (wawancara dengan informan YH pada tanggal 23 Maret 2017)

Berdasarkan hasil wawancara dengan camat dari kecamatan galesong yang menjadi salah satu informan dapat diketahui bahwa pemerintah kecamatan galesong dan dari dinas pariwisata Kabupaten Takalar dapat diketahui bahwa ada kerjasama yang terjalin dalam hal memperbaiki akses, dan melengkapi fasilitas yang ada dipulau sanrobengi guna meningkatkan

jumlah wisatawan yang berkunjung kepulauan Sanrobenji Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar.

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan penulis dapat 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 pantai Galesong 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 main-main. Dan adapun harga yang ditetapkan oleh pemerintah adalah 200 ribu untuk villa, dan 500 ribu untuk baruga, dengan tarif seperti itu para wisatawan menganggap sesuai dengan kantong para traveller.

3. Pengaruh Pada Sikap

Sikap adalah perilaku seseorang atau dapat diartikan sebagai penampilan dari tingkahlaku seseorang yang cenderung ke arah penilaian dari masyarakat berdasarkan norma yang berlaku di masyarakat tersebut.

Gagne (1974) mengatakan bahwa sikap merupakan suatu keadaan internal (internalstate) 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 padang, 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).

Berikut hasil wawancara dengan kepala seksi pemasaran obyek wisata yang membahas tentang pengaruh pada sikap yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau Sanrobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar:

“Tentunya kami ingin memberikan kesan yang baik kepada wisatawan yang berkunjung kemari, dengan yah itu tadi fasilitas-fasilitas kita lengkapi agar wisatawan merasa nyaman berada disini, kebersihannya juga kami jaga dengan mempercayakan masyarakat lokal disana, jadi masyarakat lokal yang bertanggung jawab akan hal ini kami gaji, 300-400 ribu gajinya kalo tidak salah. Jadi ada feedbacknya” (wawancara dengan infroman MI pada tanggal 05 Maret 2017).

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala seksi pemasaran obyek wisata yang membahas tentang pengaruh pada sikap yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau Sanrobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar dapat kita ketahui bahwa yang dilakukan pemerintah yang berpengaruh pada sikap pengunjung adalah, memberikan kesan yang baik, kesan yang baik itu

muncul bisa jadi karena tersedianya fasilitas-fasilitas yang lengkap, dan kebersihan yang terjaga dipulau sanrobengi tersebut.

Berikut hasil wawancara dengan staf dari kantor 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, Kabupaten Takalar:

“Untuk mempengaruhi sikap wisatawan, kami sebisa mungkin memberikan kesan kepara wisatawan bahwa objek wisata pulau sanrobengi itu disana lengkap, dan bersih. Itu yang utama. Sehingga ada yang termindset dipikiran para wisatawan untuk kembali lagi berkunjung kesini” (wawancara dengan informan R pada tanggal 05 Maret 2017).

hasil wawancara dengan staf dari kantor 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, Kabupaten Takalar adalah mereka dinas pariwisata ingin memberikan kesan fasilitas lengkap dan bersih dibek para wisatawan, dua aspek ini yang dipercaya dapat membuat wisatawan untuk berkunjung kembali keobjek wisata pulau sanrobengi ini.

Berikut hasil wawancara dengan wisatwan yang membahas tentang pengaruh pada sikap yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau Sanrobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar:

“Kita sih sebagai masyarakat awam, pastinya dalam mencari objek wisata harus ada yang berbeda dari tempat wisata lainnya, kalo pulau sanrobengni ini pulau yang berbeda dengan pulau lainnya, jadi begini dipulau-pulau lainnya kan seperti kodingareng keke, cangke, langkadea itu tidak punya fasilitas-fasilitas seperti baruga, dan villa kan yah jadi kalo kita mau nginap otomatis harus bawa dan pasang tenda sendiri. kalo disini ada tinggal kita yang pilih mau tidur ditenda atau sewa villa. Lagipula juga harga sewanya terjangkau lah. Yang kedua juga disini terawat kebersihannya, terus aksesnya boleh dikatakan gampang”(wawancara dengan IL pada tanggal 05 Maret 2017).

Berdasarkan hasil wawancara dengan wisatawan yang membahas tentang pengaruh pada sikap yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau Sanrobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar, masyarakat atau wisatawan menganggap bahwa pulau sanrobengni punya nilai lebih yang jika dibandingkan dengan pulau-pulau lainnya mereka tidak punya, hal itu adalah fasilitas seperti villa, gazebo, baruga, outbond yang untuk ongkos sewanya pun tergolong terjangkau, kebersihan, serta akses yang mudah, hal ini pula yang dinilai dapat mempengaruhi sikap para wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata pulau Sarobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar.

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan penulis dapat menyimpulkan bahwa dengan staf dari kantor 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, Kabupaten Takalar adalah mereka dinas pariwisata ingin memberikan kesan fasilitas lengkap dan bersih dibek 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 diyakini 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 ada fasilitas tersebut, dan harga untuk menikmati fasilitas itu tadi tergolong terjangkau dikantong para wisatawan yang ingin menikmati pulau sanrobengi kecamatan galesong.

4. Hubungan

Hubungan (bahasa Inggris: *relationship*) adalah 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, orangtua, 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, di mana 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.

Berikut hasil wawancara dengan kepala seksi pemasaran obyek wisata yang membahas tentang hubungan yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar:

“Kalau bentuk hubungan kerjasamanya dengan yang diluar ada, tapi masih minim. Dalam bentuk pengelolaannya ada masyarakat setempat kami percayakan untuk menangani. Kita juga baru bekerja sama dengan travel pata, jadi pata itu se asia pasifik. Tapi itupun belum paten betul atau belum maksimal. Jadi begini juga kita ini baru berdiri sendir, baru kita mau ramu kembali bagaimana pariwisata ini bisa lebih dikenal banyak orang”.(Hasil wawancara dengan MI 05 Maret 2017)

Berikut hasil wawancara dengan kepala seksi pemasaran obyek wisata yang membahas tentang hubungan yang menjadi salah satu indikator

komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar dapat diketahui bahwa hubungan kerjasama pemerintah daerah Kabupaten Takalar dalam mengelola pulau sanrobengi ini masih dapat dikatakan minim, adapun bentuk kerjsamanya ialah mempercayakan masyarakat lokal untuk mengelola tersebut, dan juga pemerintah bekerja sama dengan traveler pata, adapun yang diungkapkan oleh informan ialah dinas pariwisata baru berdiri sendiri.

Berikut hasil wawancara dengan staf dari dinas pariwisata yang membahas tentang hubungan yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar:

“Jadi begini kalo mau dipersenkan dalam hubungan kerjasama dalam mempromosikan masih 60%, kita dari Dinas Pariwisata pastinya menggandeng *event-event organizer* untuk membantu kita mengelola kalo ada acara disana, termasuk juga media-media, Celebes dan tv-tv lokal lainnya, tapi kalo dengan pihak-pihak swasta dalam pengelolaan ini belum” (wawancara dengan R pada tanggal 05 Maret 2017)

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala seksi pemasaran obyek wisata yang membahas tentang hubungan yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar dapat diketahui bahwa hubungan kerjasama yang terjalin dalam hal pengelolaan dan pemasaran, pemerintah daerah menggandeng event organizer, media-media electronic

seperti Celebes tv, dan beberapa tv lokal lainnya guna menarik para wisatawan untuk berkunjung ke pulau sanrobengi.

Berikut hasil wawancara dengan wisatawan yang membahas tentang hubungan yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar:

“Kalau kami sih masyarakat umum, beranggapan bahwa pemerintah pastinya bekerjasama dengan media-media yah, karena dalam hal promosi pulau ini di media-media pasti kita sering dapat. Tidak bisa dipungkiri itu. Bahwa pulau sanrobengi bisa terkenal tidak bisa lepas dari peran media. Apalagi waktu menjelang event-event tahunan festival Pulau Sanrobengi. Apalagi ini kan sudah diagendakan yah kalo tidak salah dari kementerian pariwisata untuk event yang saya katkan tadi”. “(wawancara dengan AA pada tanggal 18 Maret 2017)

Berdasarkan hasil wawancara dengan wisatawan yang membahas tentang hubungan yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau Sanrobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar dapat disimpulkan bahwa pandangan masyarakat awam menganggap bahwa hubungan kerjasama pemerintah dan media yang paling vital dalam mempromosikan pulau sanrobengi, sehingga dapat terkenal seperti sekarang ini.

Berikut hasil wawancara dengan wisatwan yang membahas tentang hubungan yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar:

“Kalau saya pribadi menganggap hubungan kerjasama yang terjalin antara pemerintah dengan media-media, dan yang lainnya untuk memasarkan pulau sanrobengi ini sudah cukup baik, tapi bisa lebih ditingkatkan lagi dalam hal intensitasnya, maksudnya begini jangan hanya menjelang diselenggarakannya event tahunan baru dipromosikan,, harus dikasih gencar, tetapi dengan diselingi dari peningkatan fasilitas-fasilitas yang menjadi tanggung jawab pemerintah daerah”. (wawancara dengan WS pada tanggal 18 Maret 2017)

Berdasarkan hasil wawancara dengan wisatawan yang membahas tentang hubungan yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar dapat diketahui bahwa harusnya pemerintah dalam mempromosikan pulau sanrobengi ini harus lebih gencar jangan hanya mendekati pelaksanaan event-event tahunan saja seperti festival sanrobengi. Tetapi juga harus ada peningkatan fasilitas yang menjadi tanggung jawab pemerintah daerah.

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan penulis dapat menyimpulkan bahwa dari kepala seksi pemasaran obyek wisata, staf dinas pariwisata Kabupaten Takalar, camat dari Kecamatan Galesong, serta masyarakat selaku wisatawan yang membahas tentang hubungan yang menjadi salah satu indikator komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata pulau sanrobengi Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar 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.

C. 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 tidakada persiapan terlebih dahulu dimana seorang saja dapat menikmatinya tanpa bantuan oranglain, karena memang sifat objek wisata tersebut tidak dapat dipindah-pindahkan atau bersifatmonumental, contohnya pemandangan alam dan bangunan bersejarah. Lain halnya denganatraksi wisata yang apabila sesuatu itu dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat dandinikmati. Atraksi wisata ini sifatnya adalah *entertainment* atau hiburan yang digerakkanoleh manusia seperti tari-tarian, upacara adat daan 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, hal ini disampaikan oleh Kepala seksi pemasaran pariwisata Daerah Kabupaten Takalar.

“Salah satu bentuk promosi dari Pemerintah kabupaten ingin menggunakan ajang itu untuk menarik lebih banyak wisatawan lokal, Selain itu akan ada ritual keselamatan pelaut Takalar (patorani), pementasan tari paraga dan tari pepeka rimakka, pesta kembang api, dan pemecahan rekor makan telur ikan terbang pada festival sanrobengi”(wawancara dengan MI 03 Maret 2017)

Hal tersebut ditegaskan oleh pemerintah kecamatan khususnya Camat Galesong Selatan yang mengatakan bahwa.

“Festival akan dipusatkan di Desa Boddia, Kecamatan Galesong, yang dikenal dengan keindahan pulau berpasir putih serta pemandangan bawah lautnya. Beberapa kegiatan yang akan dilaksanakan di antaranya adalah lomba tarik tambang perahu, lomba menghias perahu, lomba perahu tradisional jolloro, lomba fotografi, lomba Anggaru, lomba memancing, lomba layang layang tradisional, lomba tari kreasi, dan lomba Tunrung Pakanjara” (Wawancara dengan 13 Maret 2017)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penulis dapat menyimpulkan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sulawesi Selatan dan Pemerintah Kabupaten Takalar akan menggelar Festival Pesona Pulau Sanrobengi. Festival akan dipusatkan di Desa Boddia, Kecamatan Galesong, yang dikenal dengan

keindahan pulau berpasir putih serta pemandangan bawah lautnya. Beberapa kegiatan yang akan di laksanakan di antaranya adalah lomba tarik tambang perahu, lomba menghias perahu, lomba perahu tradisional jolloro.

Jika dilihat objek wisata yang ada di Kabupaten Takar khususnya pulau sanrobege memiliki nilai jual yang sangat tinggi dan dapat menarik minat para wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Dan juga dapat membuka peluang bisnis bagi warga setempat yang tinggal di sekitar pulau sanrobege. Sehingga mampu meningkatkan perekonomian bagi masyarakat Desa Bodia, hal tersebut ini di sampaikan oleh salah satu informan dari tokoh masyarakat yang mengatakan bahwa.

“Saya sependapat dengan pemerintah setempat, ketika pemerintah membangun pulau sanrobege karena dapat membatu masyarakat setempat dari segi ekonomi, masyarakat dapat menjual cenrah mata khas Kabupaten Takalar (penghasilan tambahan), khususnya pada transportasi.”(Hasil wawancara dengan MK 10 Maret 2017)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penulis dapat menyimpulkan bahwa komunikasi pemerintah dalam mempromosikan pulau sanrobege pemerintah dan masyarakat bekerja sama dalam membangun pulau sanrobege karena hal itu dapat membatu masyarakat setempat dari segi ekonomi, masyarakat dapat menjual cenrah mata khas Kabupaten Takalar yang menambah penghasilannya.

Komunikasi pemerintah dalam promosi objek wisata tanpa ada partisipasi dari masyarakat pengelolaan objek wisata pada pulau sanrobege akan optimal jika dilihat pulau sanrobege memiliki nilai jual yang tinggi sehingga mampu bersaing dengan daerah lain. Melalui pengelolaan objek wisata yang baik dengan

penyediaan fasilitas sarana dan prasarana mampu meningkatkan kualitas objek wisata sehingga mampu menarik minat wisatawan/pengunjung untuk datang ke pulau sanrobeni dengan akses sangat mudah berdasarkan informan wisatawan yang mengatakan bahwa.

“Saya tertarik dengan pulau sanrobeni di karenakan akses yang mudah di jangkau dan tidak memakan biaya yang sangat terjangkau, di tunjang dengan pasilitas yang ada pada pulau tersebut”(hasil wawancara dengan IK 15 Maret 2017)

Hal tersebut di atas pertegas oleh wisatawan lainnya yang mengatakan bahwa.

“Kami tertarik pada pulau sanrobeni karena pasir putinya yang indah dan alam sekitar di tambah lagi dengan keindahan biota di bawah laut pulau sanrobeni, dan juga di lengkapi dengan sarana dan prasarana outbound”(hasil wawancara dengan IA 15 Maret 2017)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penulis dapat menyimpulkan bahwa pulau sanrobeni di karenakan akses yang mudah di jangkau dan tidak memakan biaya yang sangat banyak dan terjangkau, di tunjang dengan pasilitas sarana dan prasarana pulau sanrobeni di tunjang dengan keindahan pasir putinya yang indah dan alam sekitar di tambah lagi dengan keindahan biota di bawah laut pulau sanrobeni.

Berdasarkan hasil observasi penulis dapat mengatakan bahwa pulau sanrobeni di lihat dari komunikasi pemerintah dalam mempromosikan objek wisata pulau sanrobeni pemerintah mengadakan Festival akan dipusatkan di Desa Boddia, Kecamatan Galesong, yang dikenal dengan keindahan pulau berpasir putih serta pemandangan bawah lautnya. Beberapa kegiatan yang akan di laksanakan di antaranya adalah lomba tarik tambang perahu. Bentuk promosi dari

Pemerintah kabupaten ingin menggunakan ajang itu untuk menarik lebih banyak wisatawan lokal apalagi di tunjang pulau sanrobengi yang mudah di jangkau dari segi transportasi apalagi pulau sanrobengi di lengkapi 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 di sana aku melihat beberapa fasilitas outbond seperti flying fox, jembatan gantung, dan lain-lain. Tapi karena kurang terawat dan cenderung unsafety lagi maka tidak dapat di fungsikan sedemikian rupa, berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu informan dari Kepala seksi pemasaran parawisata Daerah Kabupaten Takalar yang mengatakan bahwa:

“Kami dari pemerintah kabupaten takalar mengakui bahwa ada beberapa fasilitas yang kurang terawat seperti vilah dan fasilitas lainnya, kami rencanakan bersama pemerintah dan masyarakat setempat dalam waktu dekat semua fasilitas yang ada akan di fungsikan kembali”(wawancara dengan MI 03 Maret 2017)

Hal tersebut di pertegas oleh pemerintah kecamatan khususnya Camat Galesong Selatan yang mengatakan bahwah.

“Kami dari pemerintah kecamatan menegaskan bahwa ada beberapa kekurangan di pulau tersebut seperti, kurangnya fasiltas yang tidak terurus di antaranya vila dan kurangnya air bersih dikarenakan petugas kebersihan yang terbatas tetapi kami dan pemerintah Kabupaten Khususnya Dinas Prawisata akan memperbaiki dalam waktu dekat ini akan menambahkan beberapa isi vila seperti kasur dan prabotan lainnya serta fasilitas” (Wawancara dengan 13 Maret 2017)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penulis dapat menyimpulkan bahwa pemerintah Kabupaten Takalar mengakui bahwa ada beberapa fasilitas yang kurang terawat seperti vilah dan fasilitas lainnya tetapi pemerintah Kabupaten Khususnya Dinas Prawisata bersama masyarakat akan memperbaiki dalam waktu dekat ini akan menambahkan beberapa isi vila seperti kasur dan prabotan lainnya serta fasilitas dan akan menambahkan petugas kebersihan agar semua fasilitas yang ada akan tergunakan secara optimal.

Beberapa bangunan WC yang sudah tidak dapat digunakan lagi serta sebuah sumur tua masih berdiri kokoh meski dipenuhi dengan tumbuhan menjalar. Kesan spooky 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 tenang dan agar tetap ikut serta menjaga kebersihan dan kelestarian alamnya, hal tersebut ini di sampaikan oleh salah satu informan dari tokoh masyarakat yang mengatakan bahwa.

“Saya juga melihat berbagai vila di pulau sanrobengi tidak terawat di tambah lagi kurangnya air bersih yang berda di pulau ini, ya tentu juga ini kesalahan dari pemerintah Dinas maupun pemerintah Kecamatan yang masih kurang perhatiannya terhadap pulau sanrobengi”(Hasil wawancara IK dengan pada 15 Maret 2017)

Hal tersebut di atas ditambahkan oleh salah satu informan sebagai wisatawan yang mengatakan bahwa.

“Kami sebagai wisatawan ketika ditanya apa faktor penghambat atau kekurangan yang ada di pulau sanrobengi, mungkin karna kebersihannya terus di tambah lagi dengan vila yang masih kurang lengkap seperti tempat tidur juga berbagai vila tidak di fungsikan semaksimal mungkin dan kurangnya air bersih yang berada di pulau sanrobengi”(hasil wawancara dengan WS pada tanggal 17 Maret 2017)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penulis dapat menyimpulkan bahwa pulau sanrobegi belum terkelolah secara maksimal dari pemerintah kabupaten maupun pemerintah kecamatan melihat berbagai fasilitas yang belum di fungsikan secara maksimal dan kebersihan pulau sanronbegi juga tidak adanya perhatian dari pemerintah di lihat dari kurangnya tonsampah yang ada di pulau tersebut.

Berdasarkan hasil observasi penulis dapat menyimpulkan bahwa Satu lagi catatan dari pulau ini, 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 standard keamanan dan kenyamanan yang lazim tapi setelah saya mencobanya ternyata menyenangkan juga.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Terdapat empat indikator model komunikasi promosi objek wisata Pulau Sanrobengi kecamatan galesong selatan, kabupaten takalar, Sulawesi selatan. Yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan untuk datang berkunjung ke pulau sanrobengi.

Pertama adalah pemahaman, dalam 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 gardater depan dalam hal memberikan pemahaman kepada masyarakat atau wisatawan. Dan pemerintah juga menggandeng media-media untuk mempromosikan pulau sanrobengi tersebut dengan tentunya juga memberikan pemahaman terkait pulau sanrobengi, Selain itu pemerintah kabupaten takalar juga mengadakan pelatihan-pelatihan kepada masyarakat sekitaran obyek wisata per enam bulan, guna memberdayakan masyarakat tersebut.

Kedua adalah kesenangan. Disini untuk mempengaruhi kesenangan pengunjung pemerintah menghadirkan fasilitas yang cukup lengkap, ini dapat dibuktikan dengan tersedianya Sembilan villa, satubaruga, dengan fasilitas perabotan yang sudah ada didalamnya, ditambah dengan fasilitas outbound bagi wisatawan yang ingin main-main. Dan ada pun harga yang dipatok oleh pemerintah adalah 200 ribu untuk villa, dan 500 ribu untuk baruga, dengan

tarif seperti itu parawisatawan dianggap dapat menikmati Pulau Sanrobengi dengan senang.

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 ini, 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 Kecamatan Galesong.

Keempat adalah hubungan, hubungan kerjasama antara pemerintah daerah dan pihak swasta dalam hal pengelolaan belum ada, adapun hubungan kerjasama yang terjalin dengan media-media elektronik seperti Celebes tv dan lain-lainnya dari segi hal pemasaran dan atau mempromosikan pulau sanrobengi, tetapi ini pun dianggap masyarakat masih kurang dan perlu ditingkatkan lagi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi pemerintah dalam mempromosikan objek Wisata Pulau Sanrobengi perta Faktor Pendung yaitu

bahwa pulau sanrobegi di lihat dari komunikasi pemerintah dalam mempromosikan objek wisata pulau sanrobengi pemerintah mengadakan Festival akan dipusatkan di Desa Boddia, Kecamatan Galesong, yang dikenal dengan keindahan pulau berpasir putih serta pemandangan bawah lautnya sedangkan faktor penghambat yaitu pulau sanrobegi belum terkelolah secara maksimal dari pemerintah kabupaten maupun pemerintah kecamatan melihat berbagai fasilitas yang belum di fungsikan secara maksimal dan kebersihan pulau sanronbegi juga tidak adanya perhatian dari pemerintah di lihat dari kurangnya tonsampah yang ada di pulau tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari komunikasi pemerintah dalam promosi objek wisata Pulau Sanrobengi Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar, maka disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Perlu perhatian bagi pihak pemerintah dalam mendukung pengembangan kawasan wisata di Pulau Sanrobengi, karena potensi yang dimiliki cukup besar. Sebagai bagian dari inventaris obyek wisata daerah, Pulau Sanrobengi dapat meningkatkan pendapatan daerah melalui pengembangan kawasan ekowisata.
2. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Takalar perlu mempertimbangkan untuk lebih memperhatikan penambahan sarana dan prasarana serta fasilitas pendukung, menjaga keindahan dan kelestarian alam mneningkatkan kegiatan promosi, memasang petunjuk lokasi wisata, penggunaan pemandu wisata, mengadakan pelatihan SDM

3. Perlu menjalin kerjasama dengan investor dan daerah lain untuk membantu mengembangkan potensi-potensi wisata yang ada.
4. Pembinaan dan pelatihan secara kontinyu perlu dilakukan terhadap semua stakeholder yang terkait pengembangan potensi wisata daerah.
5. Promosi yang dilakukan oleh pemerintah yang bekerja sama dengan media-media online, maupun elektronik harus lebih intens. Tidak hanya mendekati penyelenggaraan festival tahunan pulau sanrobengi saja.
6. Pemerintah juga harusnya membuatkan website tersendiri untuk objek wisata dikabupaten takalar, yang dapat memudahkan parawisatawan untuk menggalih informasi terkait objek wisata yang ada dikabupaten takalar, hal ini yang belum ada sampai sekarang.

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.
- Hidayat, Darsun. *Komunikasi Antarpribadi Dan Medianya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A.2001.*Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Madani, Muhlisdkk. 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 Grafindo Persada.
- Widada, Mulyati, Sri, Kobayasi, Hiroshi, 2006, *Sekilas Tentang Konservasi Sumberdaya Alam Hayati & Ekosistemnya*, Jakarta,
- 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.

RIWAYAT HIDUP



Muhammad Adzan Umrah, lahir pada tanggal 20 Mei 1993 di Ujung Pandang Kecamatan Rappocini Kelurahan Gunung Sari Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan, penulis adalah anak pertama dari dua bersaudara buah cinta dari pasangan Bapak Laode Nayosi dengan ibunda Rosmiati. penulis mulai pendidikan dasar di SDN 72 Bontoloe Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar pada tahun 1999 dan tamat pada tahun 2005. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di MTSN Model Makassar dan tamat pada tahun 2008. kemudian di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMAN 08 Makassar dan tamat pada tahun 2011. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan pada program Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar

Berkat perjuangan dan kerja keras dan di sertai iringan doa dari kedua orang tua dan saudara, perejuangan sepanjang penulis dalam mengikuti pendidikan di perguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar berhasil dengan tersusunnya skripsi yang berjudul:

“Model Komunikasi Pemerintah Dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar”