

**PERAN HUMAS DALAM MEMPROMOSIKAN POTENSI WISATA
PANTAI PASIR ANJING KABUPATEN PULAU TALIABU
PROVINSI MALUKU UTARA.**

Oleh :

Eva Bantu

Julia T. Pantow

Eva A. Marentek

Email : lusiafransiskabantu@gmail.com

Abstrak

Permasalahan penelitian ini adalah terkait dengan bagaimana peran humas dalam mempromosikan potensi wisata pasir anjing kabupaten pulau Taliabu, dengan focus permasalahan yang akan diteliti adalah : Bagaimana peran humas dalam mempromosikan potensi pariwisata pantai pasir Anjing Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara? Bagaimana bentuk komunikasi dalam mempromosikan potensi pariwisata pantai pasir Anjing Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara? Media komunikasi dalam mempromosikan potensi pariwisata pantai pasir Anjing Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara?. Landasan teori dalam penelitian ini adalah teori perencanaan humas. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif, dengan memanfaatkan informan sebagai sumber data, yang ditemukan melalui teknik pengumpulan data wawancara langsung, mendapatkan bahwa : (1) Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu dalam program kerja setiap tahunnya telah mempromosikan Potensi wisata Pantai Pasir Anjing.(2) Komunikasi langsung, dan tidak langsung adalah bentuk komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu untuk mempromosikan potensi wisata Pantai Pasir Anjing. (3) Media komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu dalam mempromosikan potensi wisata Pantai Pasir Anjing yaitu media cetak dan media elektronik, tetapi belum maksimal. Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta telah disimpulkan. Maka mendapatkan beberapa saran sebagai berikut: (1) Peran Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu dalam mempromosikan Potensi wisata Pantai Pasir Anjing ditingkatkan dengan selalu mengikuti menyelenggarakan ifen yang bertajuk promosi wisata, di setiap daerah, baik tingkat Kabupaten/Kota, Provinsi, tingkat Nasional, maupun ke tingkat internasional. Dengan tujuan memperkenalkan Kabupaten Pulau Taliabu.(2) Melakukan pola dan bentuk komunikasi yang lebih baik lagi, dengan melibatkan seluruh elemen masyarakat yang dianggap mampu mempromosikan potensi wisata pantai Pasir Anjing di Kabupaten Pulau Taliabu. (3) Menggunakan media komunikasi berupa media cetak, elektronik, maupun social untuk mempromosikan potensi wisata Pantai Anjing di Kabupaten Pulau Taliabu. (4) Pemerintah daerah Kabupaten Pulau Taliabu harus lebih intens mendukung Dinas Pariwisata dalam hal dukungan anggaran yang lebih besar, demi mencapai target yang diharapkan atau diinginkan.

Kata kunci : Peran, Humas, Potensi Wisata,

PENDAHULUAN

Negara Indonesia terkenal di seluruh penjuru dunia dengan banyaknya tempat wisata alam yang tersebar di seluruh daerah provinsi dari sabang sampai Merauke. Namun seiring banyaknya tempat wisata ataupun potensi alam yang ada di Indonesia, banyak pula tempat wisata ataupun potensi alam lainnya yang tidak kalah indahnya yang belum tersentuh oleh masyarakat maupun pemerintah. Tentunya hal ini perlu adanya kerjasama antara pemerintah dan masyarakat berkaitan dengan mengembangkan potensi pariwisata tersebut. Peranan Humas di era persaingan pasar bebas saat ini sudah menjadi syarat mutlak bagi setiap lembaga, perusahaan, institusi ataupun organisasi yang sudah mulai menganut konsep manajemen modern yang ada di dunia ini. Hal ini sangat dirasakan manfaat serta kegunaannya bagi perkembangan suatu lembaga ataupun organisasi perusahaan tersebut, yang tentunya selalu berhubungan dengan banyak pihak, baik itu secara internal maupun eksternal. Sesuai dengan Undang – Undang No 22 tahun 1999 tentang otonomi daerah memberikan kesempatan bagi berkembangnya daerah-daerah baru yang ada di wilayah Indonesia. Otonomi daerah di Indonesia adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan.”Hal ini akan memberikan kebebasan kepada pemerintah daerah untuk bisa mengelola dan mengembangkan segala potensi yang ada di daerah tersebut. Berkaitan dengan pengelolaan dan pengembangan daerah pemekaran baru tersebut, tentunya diperlukan peran pemerintah dalam mempromosikan segala bentuk sumber daya dan potensi yang ada di daerah tersebut.

Dunia pariwisata saat ini merupakan salah satu sektor yang menjadi andalan beberapa Negara di dunia untuk menjadikan sektor yang mampu menambah devisa Negara. Hal ini dikarenakan bahwa sektor pariwisata sangatlah berpotensi untuk mendapatkan keuntungan yang nantinya akan mendongkrak pendapatan suatu negara atau pun suatu daerah. Pemerintah harus berperan dalam upaya mempromosikan potensi wisata tersebut. Salah satu potensi pariwisata pantai pasir Anjing yang berada di daerah Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara, belum terlalu di kenal oleh masyarakat luas. Padahal pantai tersebut sangat indah dengan potensi pantai dengan panjang 3,5 km tersebut, memiliki ciri khas yang tidak ada pada tempat pariwisata lain di dunia, yaitu adanya bunyi lengkingan suara Anjing ketika pasirnya diinjak. Potensi pariwisata pantai pasir Anjing ini terletak di desa Jorjoga Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara. Potensi wisata pantai pasir Anjing ini, dengan keunikan fenomena pasirnya tersebut, boleh dibilang sangat langka di dunia, seharusnya potensi ini dapat menjadi modal bagi Kabupaten Pulau Taliabu untuk lebih mempromosikan potensi wisata pantainya ke seluruh dunia. namun itulah yang menjadi permasalahannya, sampai saat ini potensi wisata pantai pasir Anjing tersebut belum banyak di kenal di tingkat nasional domestik apalagi dunia internasional. permasalahannya pemerintah selama ini belum banyak mempromosikan potensi wisata pantai pasir Anjing ini, dimana masih kurang di informasikan melalui media koran, majalah, ataupun seminar tentang potensi daerah, apalagi untuk membuat iklan khusus tentang pantai pasir Anjing tersebut.

Peran dan fungsi humas secara informatif diperlukan dalam menyelesaikan hal ini, dimana dari observasi peneliti mendapatkan peran humas dalam memberikan informasi kepada pihak luar terkait dengan potensi wisata pantai pasir Anjing tersebut belum optimal dilaksanakan, masih kurang efisien dan masih kurang intensif dalam mempromosikan potensi wisata tersebut. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi masyarakat setempat, dan juga menjadi permasalahan pada pemerintah Kabupaten Pulau Taliabu, khususnya dinas pariwisata sebagai operator dalam mempromosikan potensi pariwisata pantai pasir Anjing tersebut ke public luar. Karena dengan adanya informasi yang baik kepada pihak luar, otomatis akan menjadikan tempat tersebut sebagai salah satu daerah kunjungan wisata yang di andalkan oleh Kabupaten Pulau Taliabu, dengan sendirinya apabila banyak turis baik domestik maupun manca Negara yang datang di pantai tersebut, akan meningkatkan pendapatan daerah serta pendapatan masyarakat sekitar pantai tersebut secara otomatis kesejahteraan masyarakat akan lebih baik, disamping itu juga akan menyerap banyak sekali lapangan kerja bagi masyarakat daerah tersebut. Berdasarkan pada permasalahan tentang perlunya pengelolaan dan promosi potensi pariwisata pantai pasir Anjing tersebut, maka peneliti tertarik untuk lebih memfokuskan penelitian pada bagaimana peran humas dalam mempromosikan potensi wisata tersebut, dan akan di teliti menggunakan alur penelitian komunikasi.

Yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peran humas dalam mempromosikan potensi wisata pantai pasir Anjing Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tentang bagaimana peran humas dalam mempromosikan potensi wisata pantai pasir Anjing Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara

Pengertian Komunikasi

Definisi komunikasi sangat banyak ragamnya, tergantung dari sudut pandang mana dalam melihat komunikasi tersebut. Kerangka konsep komunikasi dapat dilihat dari tiga hal, yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi. Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep komunikasi sebagai tindakan satu arah adalah : Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communication*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Arti *communis* di sini adalah sama, dalam arti kata mengenai makna suatu hal. Jadi, komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Pengertian secara terminologis merujuk pada proses penyampaian suatu pernyataan yang dilakukan oleh seorang sebagai konsekuensi dari hubungan sosial. Ada pengertian paradigmatis, komunikasi mengandung tujuan tertentu. Komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah pendapat dan sikap, pendapat atau perilaku, baik secara lisan atau tulisan, maupun tidak langsung tetapi melalui media (Effendy, 2003: 3).

- 1) Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (Rogers dalam Mulyana, 2003: 62).

- 2) Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. (Miller dalam Mulyana, 2003: 62).

Komunikasi bisa juga ditinjau dari dua sudut pandang, yaitu pengertian komunikasi secara umum dan secara paradigmatis.

Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi menurut Liliweri, (1991 : 8) adalah:

- a. Social Change (perubahan sosial)*
- b. Attude Change (perubahan sikap)*
- c. Opinion Change (perubahan pendapat)*
- d. Behavior Change (perubahan tingkah laku)"*

Dengan demikian dapatlah disimpulkan atau dirangkum bahwa tujuan komunikasi adalah memberikan pemahaman, dukungan gagasan dan berusaha untuk membentuk dan mempengaruhi komunikasi agar supaya bertindak sesuai dengan isi pesan komunikasi yang disampaikan komunikator. Tujuan komunikasi juga sering disimpulkan adalah untuk mencapai kesepahaman bersama antara komunikator dan komunikan. Tujuan komunikasi pada umumnya adalah untuk mempengaruhi, membentuk pendapat atau merubah perilaku komunikan. pendapat yang dikemukakan Widjaja, (1986 : 10 – 11) adalah sebagai berikut:

- a. Supaya pesan komunikasi atau informasi yang kita sampaikan dapat dimengerti.*
- b. Memahami orang lain.*
- c. Supaya gagasan kita dapat diterima orang lain.*
- d. menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu."*

Pengertian Humas/Public Relations

Public Relations menyangkut kepentingan setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial maupun yang non komersial. Kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak. Anda tidak bisa memutuskan untuk menghadirkan atau sebaliknya meniadakan public relations tersebut. Public relations terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak dengannya. Setiap orang pada dasarnya juga selalu mengalami public relations tersebut, kecuali jika ia terisolasi dan tidak menjalin kontak dengan manusia lainnya. Untuk menghindari salah pengertian, kita mengenai makna atau definisi PR itu sendiri, kita lihat saja beberapa definisi tentang PR tersebut antara lain adalah :

Definisi menurut (British) Institute of Public relations (IPR) menurutnya PR adalah "Keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (good will) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya" (Jefkins &Yadien : 2002 ; 9) Selanjutnya menurut Lamb (2001:234) bahwa hubungan masyarakat (*Public Relations*) adalah suatu elemen dalam bauran promosi yang mengevaluasi sikap masyarakat, mengidentifikasi hal-hal yang menimbulkan kepedulian masyarakat dan melaksanakan program-program yang nantinya bisa menambah pemahaman dan tingkat penerimaan masyarakat. Kemudian dalam menjalankan aktivitas promosi, salah

satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan program promosi yang dijalankan adalah mengenai fungsi dan peran *Public Relations*. Hal ini sesuai dengan teori dari Wasesa (2006, hal. 117) bahwa posisi *Public Relations* dalam standar mengenai struktur manajemen sangat berpengaruh terhadap informasi yang bisa disampaikan kepada media massa. Semakin rendah posisinya, semakin besar kemungkinan penyimpangan informasi yang diberikan kepada media massa.

Peran *Public Relations* Menurut Rosadi Ruslan dalam bukunya *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations Mengemukakan Public Relations* mempunyai peran ganda di satu pihak berupa ia menjaga citra baik terhadap lembaga ataupun organisasi yang diwakilinya dan dipihak lain ia harus berhadapan dengan berbagai situasi yang kurang menguntungkan seperti opini public yang negatif kontroversial, bertentangan hingga menghadapi saat yang paling genting dan krisis kepercayaan dan citra (Rosadi Ruslan 2000:59). Ruang lingkup tujuan dari kegiatan *public relations* tersebut ternyata sedemikian luas. Namun sehubungan dengan keterbatasan sumber daya, maka kita harus selalu membuat skala prioritas. Dari sekian banyak hal yang bisa dijadikan tujuan *public relations* tersebut beberapa diantaranya adalah sebagai berikut (Jefkins – Yadien 2002 ; 63).

- a. Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan, sebagai contoh, suatu perusahaan yang semula hanya menangani transportasi truk tapi kemudian mulai menjual mesin pemanas ruangan.
- b. Untuk meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai.
- c. Untuk menyebarkan cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
- d. Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pasar-pasar ekspor baru.
- e. Untuk mempersiapkan penerbitan saham tambahan atau karena adanya perusahaan yang akan *Go public*.
- f. Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan itu dengan khalayaknya sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian, atau salah paham dikalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan.
- g. Untuk mendidik para penggunaan atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.
- h. Untuk meyakinkan khalayak bahwa perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya suatu krisis.
- i. Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi resiko pengambil-alihan (*take-over*)
- j. Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru.
- k. Untuk menyebarkan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pemimpin perusahaan organisasi dalam kehidupan sosial sehari-hari.
- l. Untuk mendukung keterlibatan perusahaan sebagai sponsor dari penyelenggaraan suatu acara.
- m. Untuk memastikan bahwa para politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atau produk perusahaan yang positif, agar perusahaan yang

bersangkutan terhindar dari peraturan, undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang merugikan.

- n. Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang dilakukan perusahaan.

Tugas dan Fungsi Humas Pemerintahan

Pada penjelasan bab ini, akan dijelaskan mengenai fungsi dari humas pemerintahan tersebut sesuai dari konsep-konsep beberapa pakar humas dan public relations yang ada di Indonesia dan dunia. Tugas pokok humas pada internal dan eksternal public khususnya pada humas pemerintahan sangat berbeda dengan tugas pokok humas perusahaan sebagaimana biasanya. Humas perusahaan lebih menitikberatkan tugas dan fungsinya pada keuntungan (profit), sedangkan humas pemerintahan adalah untuk menciptakan harmonisasi, kerja sama, serta penciptaan citra yang baik pada masyarakat umum. Dalam sebuah organisasi yang memiliki beberapa bidang yang mendukung sistem operasional kerja organisasi tersebut, tentunya memiliki tugas dan fungsinya masing-masing. Hal tersebut juga terlihat jelas pada lembaga atau organisasi pemerintah, yang didalamnya memiliki beberapa bagian atau departemen. Salah satunya adalah bagian humas pemerintahan. Fungsi humas pemerintahan menurut Hamdan dan Hafiedcanra, (1996 : 32) adalah sebagai berikut :

1. Humas pemerintahan adalah fungsi manajemen pemerintahan yang dibentuk untuk mencapai tujuan organisasi pemerintahan.
2. Membantu pelaksanaan program organisasi pemerintahan.
 1. Memberi nasehat, petunjuk dan konsultasi dalam pelaksanaan kegiatan organisasi pemerintahan.
 2. Melaksanakan hal-hal yang berhubungan dengan keuangan dan kepegawaian.
 3. Menumbuhkan kesadaran akan perlunya komunikasi dalam manajemen pemerintahan.
 4. Memberi informasi secara terbuka dan akurat untuk menghilangkan keraguan terhadap sesuatu hal.
 5. Menyampaikan informasi secara jujur, tanpa menambah atau mengurangi hakekatnya yang sesungguhnya.
 6. Berusaha menarik perhatian public terhadap organisasi maupun terhadap luar.

Fungsi dan peranan hubungan masyarakat dapat terlihat pada aspek kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara nyata oleh petugas hubungan masyarakat pada suatu instansi atau kantor tertentu. Keberhasilan petugas humas pada suatu instansi dapat terlihat pada kegiatan yang dilakukannya sehubungan dengan fungsi hubungan masyarakat adalah :

1. Mengamankan kebijakan pemerintah.
2. Memberikan bentuk pelayanan. Menyebarkan informasi, misalnya menerjemahkan.
3. Menerima dan menampung informasi dari masyarakat.
4. Menjadi jembatan/ komunikator aktif dalam rangka komunikasi dua arah.
5. Ikut menciptakan iklim untuk mengamankan pembangunan.

(Wijaya 1986 : 127)

Kemudian pendapat yang dikemukakan Anshar Raoef sebagaimana yang dikutip Riyono Praktikno, (1982 : 35) sebagai berikut : “Suatu kegiatan untuk menggerakkan dan mempengaruhi opini terhadap individu/perusahaan atau mengubah sikap public terhadap kebijakan pemerintah/perusahaan/lembaga dalam rangka menciptakan *good will* yang memperoleh opini yang favorable bagi organisasi yang bersangkutan.”

Peran Humas

Keberadaan humas sangat dibutuhkan dan penting untuk membangun dan menjaga adanya saling pengertian antara organisasi dengan stakeholder dan masyarakat umum, dengan tujuan menyangkut tiga hal yaitu reputasi, citra dan komunikasi mutual benefit relationship. Untuk berkomunikasi dengan public, humas juga mendekati diri melalui media, baik melalui iklan, media social ataupun dengan menyediakan informasi mengenai perkembangan organisasi tekini. Sumber (copyright 2016 Kanal Pengetahuan)

Teori Perencanaan Humas

Yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini adalah model perencanaan humas adalah apa yang disebut sebagai model “enam langkah” model ini sudah diterima secara luas oleh praktisi humas professional. (Anggoro 2001 : 76) Adapun keenam tahapannya yaitu sebagai berikut.:

1. Pengenalan situasi
2. Penetapan tujuan
3. Definisi khalayak.
4. Pemilihan media dan teknik teknik humas
5. Perencanaan anggaran, serta pengukuran hasil.

Model perencanaan humas dapat menjadi acuan teori yang akan mengkaji secara mendalam permasalahan penelitian ini yaitu tentang bagaimana peran humas dalam menginformasikan potensi wisata pantai pasir Anjing, tentunya kepada masyarakat luas.

Metode Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat atau kepercayaan orang yang diteliti dan kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2007:6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong (2007 ; 4) metode kualitatif didefinisikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang perlu diamati dan diarahkan kepada latar dan individu dan secara utuh.

Fokus Penelitian

Untuk lebih mengarahkan penelitian ini diperlukan fokus penelitian yang lebih mempertajam arah penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana peran humas dalam mempromosikan potensi pariwisata pantai pasir Anjing Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara?
2. Bagaimana bentuk komunikasi dalam mempromosikan potensi pariwisata pantai pasir Anjing Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara?
3. Media komunikasi dalam mempromosikan potensi pariwisata pantai pasir Anjing Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara?

Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, hal yang menjadi bahan pertimbangan utama dalam pengumpulan data adalah pemilihan informan. Dalam penelitian kualitatif tidak digunakan istilah populasi. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah purposive sample. Untuk mendukung penelitian ini di tentukan informan sesuai kebutuhan penelitian, adalah 3 (tiga) orang informan, yang diambil dari pegawai/staf dinas pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara, tokoh masyarakat dan masyarakat di wilayah lingkaran wisata.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada penelitian kali ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif maka data yang diperoleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik. Selanjutnya dijelaskan oleh Sugiyono (2009:225) bahwa pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan/triangular. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, dokumentasi, dan wawancara. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara mendalam (*dept interview*).

Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan & Biklen (1982) sebagaimana dikutip Moleong (2007:248), adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceriterakan kepada orang lain. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa langkah awal dari analisis data adalah mengumpulkan data yang ada, menyusun secara sistematis, kemudian mempresentasikan hasil penelitiannya kepada orang lain. Teknik analisis data dalam penelitian ini, dilakukan setelah data diperoleh melalui teknik wawancara mendalam. Data yang peneliti kumpulkan akan dianalisis melalui tahapan sebagai berikut :

1. Peneliti akan mulai mengorganisasikan semua data atau gambaran menyeluruh dan menelaah kembali data yang dikumpulkan dari berbagai sumber, yaitu wawancara mendalam.
2. Data yang terkumpul akan dibaca kembali secara keseluruhan dan membuat catatan pinggir mengenai data yang dianggap penting dan sesuai dengan fokus dan tujuan dari penelitian ini, yang selanjutnya dilakukan pengkodean data,

agar data yang ada mudah untuk di telusuri atau ditemukan kembali ketika diperlukan dalam membuat kategorisasi.

3. Langkah selanjutnya dilakukan kategorisasi, data yang mempunyai makna yang sama akan dibuat kategori tersendiri dengan nama/label tersendiri pula yang tujuannya untuk menemukan pola umum tema, sebelum peneliti melakukan interpretasi data.
4. Tahap terakhir yang dilakukan peneliti yaitu menginterpretasikan data peneliti yang ada untuk melakukan penarikan kesimpulan setelah melakukan verifikasi terhadap semua data yang akan menjawab permasalahan dalam penelitian.

Peran Humas dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Pantai Pasir Anjing Di Kabupaten Pulau Taliabu

Sesuai dengan fungsi dan tugas humas yaitu berupaya memberikan pesan-pesan atau informasi kepada masyarakat khalayak sasaannya. Kemampuan untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, memotifasi dan memiliki pengaruh terhadap opini publik sebagai upaya "menyamakan persepsi" dengan tujuan dan maksud dari lembaga yang bersangkutan. Keberadaan humas sangat dibutuhkan dan penting untuk membangun dan menjaga adanya saling pengertian antara organisasi dengan stakeholder dan masyarakat umum, dengan tujuan menyangkut tiga hal yaitu reputasi, citra dan komunikasi mutual benefit relationship. Humas bertugas untuk mengetahui dengan mengevaluasi opini-opini public yang berkaitan dengan organisasi, serta memanfaatkan komunikasi sebagai media untuk member informasi yang sesuai dengan opini public yang diharapkan. Hasil penelitian menyatakan bahwa peran humas dalam mempromosikan potensi Pariwisata Pantai Pasir Anjing di Kabupaten Pulau Taliabu adalah merupakan program kerja Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu yang dilakukan secara nyata sebagaimana tercantum dalam dokumen rencana kerja dinas pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu, pada setiap tahun anggaran berjalan. Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan program promosi yang dijalankan adalah mengenai fungsi dan peran humas. Hal ini sesuai dengan teori dari Wasesa (2006, hal. 117) bahwa posisi humas dalam standar mengenai struktur manajemen sangat berpengaruh terhadap informasi yang bisa disampaikan kepada media masa.

Bentuk Komunikasi Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Pantai Pasir Anjing Di Kabupaten Pulau Taliabu.

Komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruang hampa social melainkan dalam suatu konteks, yang terdiri dari aspek fisik, aspek psikologi, aspek social dan aspek waktu (Muliayana 2001:70). Banyak pakar komunikasi mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatnya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. Komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah pendapat dan sikap, pendapat atau perilaku, baik secara lisan atau tulisan, maupun tidak langsung tetapi melalui media (Efendi, 2003:3). Maka dikenal : komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi public komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Dengan demikian dapatlah disimpulkan atau dirangkum bahwa tujuan komunikasi adalah memberikan pemahaman, dukungan gagasan dan berusaha untuk membentuk dan mempengaruhi komunikasi agar supaya bertindak sesuai dengan isi pesan komunikasi yang disampaikan komunikator. Tujuan komunikasi juga sering

disimpulkan adalah untuk mencapai kepehaman bersama antara komunikator dan komunikasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa dalam mempromosikan potensi pariwisata Pantai Pasir Anjing di Kabupaten Pulau Taliabu yaitu: dengan bentuk komunikasi langsung maupun tidak langsung kepada sasarannya. Komunikasi langsung adalah komunikasi yang langsung dari Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu di sampaikan kepada tujuan penerimanya dengan harapan dapat menerima, mengetahui, memahami apa yang disampaikan. Kemudian dilakukan evaluasi kembali terhadap apa yang dilakukan, untuk diketahui. Sedangkan komunikasi tidak langsung adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media cetak, media elektronik, media social tanpa mengurangi isi pesan yang ada dalam media tersebut.

Media Komunikasi Apa dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Pantai Pasir Anjing Di Kabupaten Pulau Taliabu

Hasil penelitian menyatakan bahwa mempromosikan wisata Pantai Pasir Anjing di Kabupaten Pulau Taliabu adalah dengan menggunakan media komunikasi langsung, maupun media komunikasi tidak langsung, media komunikasi langsung adalah media komunikasi yang langsung disampaikan kepada sasarannya, berupa sosialiasai, atau tatap muka langsung tentang promosi potensi wisata Pantai Pasir Anjing, sedangkan komunikasi tidak langsung adalah komunikasi yang disampaikan lewat media, berupa media cetak, (Koran, majalah, stiker, pamphlet, baliho/spanduk), media lektronik, maupun media social tentang promosi potensi wisata Pantai Pasir Anjing di Kabupaten Pulau Taliabu. Namn media komunikasi ini belum maksimal digunakan oleh dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu, karena terbatasnya jaringan telekomunikasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu dalam program kerja setiap tahunnya telah mempromosikan Potensi wisata Pantai Pasir Anjing.
2. Komunikasi langsung, dan tidak langsung adalah bentuk komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwsata Kabupaten Pulau Taliabu untuk mempromosikan potensi wisata Pantai Pasir Anjing.
3. Media komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu dalam mempromosikan potensi wisata Pantai Pasir Anjing yaitu media cetak dan media elektronik, tetapi belum maksimal.

SARAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta telah disimpulkan. Maka mendapatkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Peran Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu dalam mempromosikan Potensi wisata Pantai Pasir Anjing ditingkatkan dengan selalu mengikuti menyelenggarakan ifen yang bertajuk promosi wisata, di setiap daerah, baik

- tingkat Kabupaten/Kota, Provinsi, tingkat Nasional, maupun ke tingkat internasional. Dengan tujuan memperkenalkan Kabupaten Pulau Taliabu.
2. Melakukan pola dan bentuk komunikasi yang lebih baik lagi, dengan melibatkan seluruh elemen masyarakat yang dianggap mampu mempromosikan potensi wisata pantai Pasir Anjing di Kabupaten Pulau Taliabu.
 3. Menggunakan media komunikasi berupa media cetak, elektronik, maupun social untuk mempromosikan potensi wisata Pantai Anjing di Kabupaten Pulau Taliabu.
 4. Pemerintah daerah Kabupaten Pulau Taliabu harus lebih intens mendukung Dinas Pariwisata dalam hal dukungan anggaran yang lebih besar, demi mencapai target yang diharapkan atau diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro M. Linggar, 2001. Teori dan profesi Kehumasan. Bumi Aksara. Jakarta
- Arifin Anwar, 1998, Ilmu Komunikasi sebuah Pengantar Ringkas, Raja Grafinda Persada, Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana.2003. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.: PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Hamdan dan Hafiedcangra, 1986, Prinsip-Prinsip Hubungan Masyarakat, Usaha Nasional, Surabaya.
- Jefkins Frank, 2003. Public Relation 2003. Erlangga. Jakarta
- Lamb, W. Charles, dkk, 2001, Pemasaran, edisi pertama, Penerbit : Salemba empat, Jakarta
- Mulyana, Deddy.2002. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar.: PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Moleong, Lexy J.2007. Metodologi Penelitian Kualitatif . : PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riyono Pratikno, 1982, Lingkaran-lingkaran komunikasi, Alumni Bandung
- Ruslan Rosady. 2000. Kiat dan strategi Kampanye Public Relations. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Ruslan Rosady, 2001 Etika Kehumasan: Konsepsi & Aplikasi, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Widjaja. W. A., 1986, Komunikasi: dan Hubungan Masyarakat, Bina Aksara, Jakarta.
- Data Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara.