**PROMOSI WISATA BAHARI LIKUPANG OLEH DINAS PARIWISATA KABUPATEN MINAHASA UTARA**

Priska Samiun, Ferry Victor I.A Koagouw, Lingkan Easter Tulung

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sam Ratulangi Manado, Jl. Kampus Bahu, 95115, Indonesia

Email: priskasamiun26@gmail.com

**ABSTRAK**

**Promosi sudah banyak dilakukan oleh sebagian orang untuk menjual produk barang ataupun makanan, tetapi bukan hanya itu yang dapat di promosikan, melainkan ada banyak tempat-tempat pariwisata yang di promosikan. Promosi banyak digunakan dengan cara menyebarkan selebaran, spanduk, baliho, dan media online. Promosi pada saat ini lebih efektif dilakukan melalui media online, seperti aplikasi media online yaitu, facebook, instagram, dan website. Hal ini mempermudah masyarakat dalam menjalankan kegiatan promosinya. Promosi secara langsung dengan masyarakat sangat diperlukan untuk membangun hubungan interaksi yang baik dengan masyarakat, seperti promosi di desa atau kelurahan di Kabupaten Minahasa Utara. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan memahami pelaksanaan promosi wisata bahari Likupang yang diadakan oleh Dinas Pariwsata Minahasa Utara. Oleh karena itu penelitian ini membahas tentang Promosi Wisata Bahari Likupang Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara. Penelitian ini memfokuskan pada pelaksanaan periklanan dan promosi penjualan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Minahasa Utara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui observasi, wawancara, sumber data, serta menggunakan teori Promotion Mix dari Kotler dan Amstrong. Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai Promosi wisata bahari yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Minahasa Utara, penulis menyimpulkan bahwa dengan adanya pelaksanaan promosi baik melalui iklan atau kegiatan, ini sangat baik untuk meningkatkan wisatawan mancanegara ataupun domestik di wisata bahari likupang Kabupaten Minahasa Utara.**

**Kata kunci: Promosi, Wisata Bahari, Likupang, Dinas Pariwisata**

# *ABSTRACT*

*Promotions have been done by some people to sell goods or food products, but not only that that can be promoted, but there are many tourism places that are promoted. Promotion is widely used by distributing flyers, banners, billboards, and online media. Promotion at this time is more effectively done through online media, such as online media applications, namely, Facebook, Instagram, and websites. This makes it easier for the community to carry out their promotional activities. Promotion directly with the community is very necessary to build a good interaction relationship with the community, such as promotions in villages or sub-districts in North Minahasa Regency. The purpose of this research is to find out and understand the implementation of the promotion of marine tourism in Likupang held by the North Minahasa Tourism Office. Therefore, this study discusses the promotion of Likupang Marine Tourism by the Tourism Office of North Minahasa Regency. This study focuses on the implementation of advertising and sales promotion carried out by the North Minahasa Tourism Office. This study uses qualitative methods through observation, interviews, data sources, and uses the theory of Promotion Mix from Kotler and Armstrong. From the results of research and discussion regarding the promotion of marine tourism conducted by the North Minahasa Tourism Office, the authors conclude that with the implementation of promotions either through advertisements or activities, it is very good to increase foreign and domestic tourists in marine tourism in Likupang, North Minahasa Regency.*

*Keywords: Promotion, Marine Tourism, Likupang, Tourism Office*

# PENDAHULUAN

I

ndonesia adalah kepulauan terbesar negara terdiri dari 17.508 pulau, juga dikenal sebagai negara kepulauan atau negara laut. Pemerintah menyadari pentingnya sektor pariwisata bagi perekonomian Indonesia. Pemerintah memilih untuk meningkatkan kampanye promosi (pemasaran) online di luar negeri, dengan fokus pada peningkatan infrastruktur Indonesia (termasuk infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi), akses, kesehatan dan kebersihan. Promosi sudah banyak dilakukan oleh sebagian orang untuk menjual produk barang ataupun makanan, tetapi bukan hanya itu yang dapat di promosikan, melainkan ada banyak tempat-tempat pariwisata yang di promosikan. Promosi banyak digunakan dengan cara menyebarkan selebaran, spanduk, baliho, dan media online. Promosi pada saat ini lebih efektif dilakukan melalui media online, seperti aplikasi media online yaitu, facebook, instagram, dan website. Hal ini mempermudah masyarakat dalam menjalankan kegiatan promosinya. Promosi secara langsung dengan masyarakat sangat diperlukan untuk membangun hubungan interaksi yang baik dengan masyarakat, seperti promosi di desa atau kelurahan di Kabupaten Minahasa Utara. Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara merupakan unsur pelaksana Pemerintah Daerah di bidang kebudayaan dan kepariwisataan dan mempunyai tugas untuk menyelenggarakan urusan Pemerintah Daerah di bidang kepariwisataan. Dalam hal ini, pelaksanaan yang akan dilakukan oleh Dinas Pariwisata adalah dengan mempromosikan wisata bahari Likupang, agar lebih dikenal luas di mata wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Pandemi COVID-19 memberikan dampak yang sangat berpengaruh dalam bidang pariwisata. Jumlah wisatawan dapat terlihat menurun secara signifikan, baik itu wisatawan luar negri maupun wisatawan dalam negri menurut data BPS tahun 2021. Perbandingan jumlah wisatawan pada 2019 mengalami penurunan pengunjung sebesar 75,03 persen. Indonesia memiliki lebih dari 17.000 pulau dan terdapat 7.000 pulau kecil. Sumatera, Kalimantan, Jawa, Sulawesi, dan Papua merupakan Pulau-pulau utama di Indonesia. Banyak wisata yang ada di Indonesia karena banyak pulau-pulau yang ada di Indonesia, baik wisata pegunungan maupun wisata bahari. Sulawesi Utara juga merupakan salah satu daerah tujuan wisata di wilayah Indonesia yang memiliki potensi pariwisata baik di dataran rendah, pesisir pantai maupun pegunungan. Namun pada saat ini lingkup objek pariwisata di Sulawesi Utara yang paling populer salah satu diantaranya adalah objek wisata laut Bunaken yang sudah sangat terdengar mendunia. Jika dilihat dari sektor pariwisata yang ada di Sulawesi Utara sendiri, Likupang termasuk dalam Kawasan Destinasi Super Prioritas yang berada di Kabupaten Minahasa Utara yang merupakan kawasan wisata yang menawarkan potensi wisata bahari. Tahun 2019 Presiden Joko Widodo menetapkan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) di Sulawesi Utara yakni Tanjung Pulisan dan Likupang bersama dengan Labuan Bajo (Nusa Tenggara Timur), Candi Borobudur (Jawa Tengah), Danau Toba, dan Mandalika (Nusa Tenggara Barat). Jika dilihat dari segi sumber daya alamnya, objek wisata yang ada di Kawasan Likupang memiliki kekayaan alam yang masih terjaga khususnya panorama laut yang membuat kawasan wisata ini menarik untuk dikunjungi. Namun, tak lama setelah KEK Pariwisata ditetapkan, Indonesia dan seluruh dunia dilanda wabah virus corona yang menyebabkan seluruh dunia berada dalam Pandemi Covid-19. Sulawesi Utara membuat kebijakan untuk sementara menutup dan mensterilisasikan situs-situs wisata dari berbagai macam aktivitas yang dikarenakan adanya virus mematikan yang mudah menyebar. Sejumlah objek wisata bahari yang ada di Likupang Kabupaten Minahasa Utara misalnya Pantai Pal, Pantai Pulisan, dan Pantai Likupang dan untuk pulau, ada Pulau Lihaga dan Pulau Gangga yang sangat menakjubkan keindahan bawah lautnya, Dengan keunggulan keindahan yang memukau para wisatawan untuk berkunjung ke kawasan objek wisata Likupang. Fenomena yang terjadi pada saat ini bahwa Wisata Bahari Likupang sudah menjadi kawasan ekonomi khusus, hal ini membuat Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara lebih antusias dalam menjalankan kegiatan promosi terhadap Wisata Bahari Likupang, karena banyaknya persaingan ketika tempat wisata sudah menjadi kawasan ekonomi khusus. Ini yang menjadi hal yang perlu diperhatikan lagi bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara.

**METODE PENELITIAN**

**J**

**enis Penelitian;** Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, penelitian ini sering disebut metode penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi alamiah. Metode penelitian kualitatif

adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (Sugiono, 2008). Menurut Bolgan dan Taylor (Moleong, 2018) metode kualitatif didefinisikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang perlu di amati dan diarahkan kepada latar dan individu dan secara utuh. **Lokasi Penelitian;** Dinas Pariwisata Kab. Minahasa Utara beralamatkan di Jalan. Kantor Bupati, Sukur, Kec.Airmadidi, Kabupaten Minahasa Utara, Sulawesi Utara. **Tujuan Penelitian;** Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pelaksanaan promosi Wisata Bahari Likupang yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara. **Teknik Pengumpulan Data;** Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mengikuti prosedur penelitian kualitatif yaitu melalui observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam dengan informan penelitian. Setelah mengumpulkan data akan dianalisis dengan teknik analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verfikasi data. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman. Model Miles dan Huberman digunakan untuk mengelompokkan data hasil observasi dan wawancara secara bertahap sehingga diperoleh suatu kesimpulan.

**P**

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

romosi memiliki fungsi dalam bauran pemasaran yakni untuk mencapai tujuan-tujuan komunikasi antara produsen dengan konsumen, Kotler dan Armstrong (2012:432) mengemukakan bauran promosi (bauran komunikasi pemasaran)

adalah campuran spesifik dari alat-alat promosi yang digunakan perusahaan untuk secara persuasif mengomunikasikan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan. Teori ini mengupas bagaimana promosi perusahaan bisa mengomunikasikan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan. Berikut akan dijelaskan mengenai pembahasan hasil penelitian, dimana berisikan tentang semua rangkuman keseluruhan hasil penelitian tentang Promosi Wisata Bahari Likupang oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara. Dari hasil penelitian didapat bahwa promosi yang dilakukan oleh wisata bahari likupang cukup baik dan efektif dalam mempromosikan Wisata Bahari Likupang, hasil penelitian ini di dapat dari tiga informan Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara, Audy F. Sambul, S.Sos sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara, Ferdy D.R Tulong S, ST. Par sebagai seksi pembinaan promosi Wisata Bahari Likupang, Devie Christian Oroh sebagai staf pengelola informasi. Kotler dan Keller (2016:520) mengemukakan bahwa Promosi penjualan dapat diarahkan pada pengecer, pelangan dan tenaga penjualan. Pengecer akan bekerja lebih keras jika diberi penawaran diskon harga, jatah iklan dan display, dan produk-produk gratis. Mungkin pelanggan akan membeli produk jika disediakan kupon-kupon potongan harga, paket harga, hadiah-hadiah dan jaminan-jaminan. Tenaga penjual akan beroperasi dengan lebih giat sebagai respons atas diselenggarakannya kontes-kontes berhadiah untuk kinerja terbaik. Program tentang pemasaran tetap melaksanakan festival-festival yang merupakan juga media *marketing*, seperti festival likupang tourism akan dilaksanakan tahun ini, kemudian ada festival kecil yang akan dilaksanakan di pulau bangka pada tahun ini dan kemungkinkan akan adakan pameran-pameran di luar negeri untuk wisata bahari. Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara, dan tanggapan masyarakat mengenai kesan dan pesan ketika sudah mengunjungi Wisata Bahari Likupang. Adapun hasil dari penelitian mengenai promosi, kesan dan pesan sebagai berikut: Pelaksanaan promosi yang diterapkan salah satunya pada tahun 2021 likupang *tourism Festival*, ini menjadi salah satu *event* nasional yang memungkinkan banyak masyarakat lokal maupun luar negeri datang berkunjung di wisata bahari likupang, Event ini dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Minahasa Utara sendiri. Adapun yang menjadi alat promosi Dinas Pariwisata adalah media sosial, majalah, dan *Website* resmi Dinas Pariwisata Minahasa utara. Media sosial merupakan alat komunikasi massa melalui jejaring sosial, pada era saat ini media sosial sudah menjadi alat komunikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat Melalui *smartphone*, masyarakat menjadi mudah untuk berkomunikasi secara jarak jauh. Media sosial bukan hanya menjadi media komunikasi, melainkan menjadi informasi masyarakat pada saat ini, masyarakat mudah mendapatkan berita dan informasi yang masih baru maupun yang lama, inilah media elektronik yang dapat dibaca dimana saja, berbeda halnya dengan media cetak. Pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Minahasa Utara melalui media sosial menjadi mudah, karena banyak masyarakat pada saat ini menggunakan media sosial seperti, Instagram, facebook, twitter dll. media sosial menjadi tempat promosi yang efektif untuk saat ini. Masyarakat khususnya di Sulawesi Utara banyak menggunakan media sosial yaitu, facebook dan instagram. Promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata melalui media sosial bukan hanya dipromosikan oleh Dinas Pariwisata sendiri, adapula mitra kerja Dinas Pariwisata dan biro *travel. Website* resmi dari Dinas Pariwisata untuk saat ini belum ada, dan akan dibuat tahun ini dengan menyertakan Surat Keputusan Dinas Pariwisata. *website* adalah kumpulan halaman dalam suatu domain yang memuat tentang berbagai informasi agar dapat dibaca dan dilihat oleh pengguna internet melalui sebuah mesin pencari. Informasi yang dapat dimuat dalam sebuah *website* umumnya berisi sebuah konten gambar, ilustrasi video, dan teks untuk berbagai macam kepentingan. Adapun yang menjadi dasar *website* adalah HTML (*HyperText Markup Language*), URI (*Uniform Resource Identifier),* dan HTTP (*HyperText Transfer Protocol*). Majalah menjadi tempat untuk promosi Dinas Pariwisata Minahasa Utara untuk mempromosikan Wisata Bahari Likupang, majalah yang dimaksud adalah majalah pariwisata yang terdapat di pesawat. Hal ini menjadikan promosi yang efektif untuk penumpang pesawat yang ingin pergi berlibur keluar kota. Karena ketika penumpang ingin pergi berlibur dengan menggunakan transportasi pesawat, penumpang dapat melihat majalah pariwisata yang ada di belakang tempat duduk. Majalah adalah sekumpulan, artikel, cerita, iklan yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran kuarto dan dijilid dalam bentuk buku, yang diterbitkan secara berkala. Majalah adalah salah satu jenis media massa, majalah biasanya berisi berbagai macam topik dari majalah yang bersangkutan, bukan hanya terdapat tulisan, di dalam majalah juga ada gambar-gambar yang bertujuan sebagai ilustrasi dari tulisan dan juga bertujuan untuk membuat isi majalah menjadi menarik. Wisata Bahari Likupang menjadi salah satu Kawasan Ekonomi Khusus, ini menjadi suatu penghargaan yang baik, khususnya untuk Dinas Pariwisata Minahasa Utara, karena Wisata Bahari Likupang berada didalam teritorial Minahasa Utara. Tetapi Wisata Bahari Likupang bukan Kawasan Ekonomi Khusus yang di kelola oleh pemerintah, melainkan menjadi Kawasan Ekonomi Khusus Swasta, karena dalam segi pembangunan infrastruktur dan Resort yang ada itu milik swasta. Maka dari itu resort yang ada di wisata bahari likupang dikelola oleh swasta. Ada juga beberapa tempat yang bukan milik swasta yaitu, Pantai Pulisan, dan Pantai pal. Pantai pulisan dan pantai pal sepenuhnya dikelola oleh masyarakat lokal, hal ini yang menjadikan Dinas Pariwisata Minahasa Utara tidak melakukan retribusi di pantai pulisan dan pantai pal. Dinas pariwisata hanya mengembangkan SDM dari masyarakat seperti pelatihan kuliner, pemandu wisata, dan juga masyarakat lokal untuk bekerja di resort milik swasta. Pelaksanaan periklanan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Minahasa Utara sudah cukup baik melalui media sosial, *website*, dan majalah, tetapi masyarakat lokal juga melakukan periklanan yang tidak kalah kreatifnya, seperti di media sosial yang ada, terlebih khusus untuk Pantai Pulisan dan Pantai pal yang dikelola oleh masyarakat. Dengan membuat kuliner lokal dan gazebo sendiri dari masyarakat, pengunjung banyak berdatangan untuk berwisata, sehingga memberikan kesan yang baik bagi masyarakat dan secara tidak langsung masyarakat mempromosikan wisata bahari likupang dari mulut ke mulut. Pelaksanaan periklanan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Minahasa Utara sudah cukup baik melalui media sosial, *website*, dan majalah, tetapi masyarakat lokal juga melakukan periklanan yang tidak kalah kreatifnya, seperti di media sosial yang ada, terlebih khusus untuk Pantai Pulisan dan Pantai pal yang dikelola oleh masyarakat. Dengan membuat kuliner lokal dan gazebo sendiri dari masyarakat, pengunjung banyak berdatangan untuk berwisata, sehingga memberikan kesan yang baik bagi masyarakat dan secara tidak langsung masyarakat mempromosikan wisata bahari likupang dari mulut ke mulut. Peneliti saat melakukan penelitian mendapatkan hal baru mengenai promosi, yaitu MICE *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*, dimana pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh pemilik perusahaan swasta dan pemerintah lewat pertemuan *meeting* untuk mempromosikan wisata bahari, ini menjadi promosi yang sangat baik untuk dalam negeri sampai luar negeri, pertemuan ini membahas tentang kegiatan promosi yang dilakukan oleh pemerintah dan juga pemilik perusahaan, agar wisata yang ada bisa lebih ditingkatkan untuk kedepannya. Kesan dan pesan dari masyarakat yang pernah mengunjungi Wisata Bahari Likupang sangat baik, karena keindahan alam dan masyarakat lokal yang ramah dalam menyambut wisatawan, pesan dari beberapa masyarakat untuk tetap menjaga kebersihan di tempat wisata bahari likupang agar tetap terawat alam yang begitu indah.

**D**

**KESIMPULAN**

ari penelitian ini peneliti menyimpulka bahwa, Pelaksanaan periklanan wsiata bahari yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Minahasa Utara dalam mempromosikan Wisata Bahari Likupang menggunakan media sosial, *website*,

dan majalah Garuda Indonesia. Periklanan yang efektif untuk dipromosikan kepada masyarakat lokal maupun non lokal, karena menggunakan media massa dan jejaring sosial atau internet. Tidak hanya Dinas Pariwisata yang mempromosikan Wisata Bahari Likupang, melainkan masyarakat lokal yang ada di pantai pulisan dan pantai pal melakukan promosi dengan cara membuat video-video pariwisata, karena tempat wisata tersebut dikelola langsung oleh masyarakat setempat dan Pelaksanaan promosi Wisata Bahari yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Minahasa Utara yaitu melaksanakan kegiatan pameran seperti festival lokal hingga nasional, didalam festival itu banyak kegiatan promosi seperti penawaran dari biro travel maupun pembagian selebaran kupon pariwisata di Wisata Bahari likupang, selama masa pandemik ini belum ada kegiatan pameran yang ada, tetapi tahun baru akan dibuat Festival *Tourism* Likupang. Terlebih lagi dengan adanya MICE sangat membantu dalam hal mempromosikan Wisata Bahari Likupang dengan adanya pertemuan antara pemerintah dengan perusahaan swasta secara nasional.

**S**

# SARAN

aran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut: 1. Disarankan kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara untuk segera mungkin mengembangkan Humas pemerintah, yaitu hubungan antara segala bagian dari

suatu lembaga untuk menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Dan juga dapat menerima masukan-masukan dari setiap khalayak. 2. Disarankan kepada Dinas Pariwisata untuk tetap konsisten dalam melakukan kegiatan seperti festival, dengan mengikuti peraturan pemerintah yang sudah di tetapkan. 3. Peneliti menyarankan kepada hasil penelitian selanjutnya untuk dapat melakukan kajian secara mendalam tentang promosi wisata bahari likupang oleh Dinas Pariwisata Kab. Minahasa Utara 4. Peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan pada penelitian ini. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Minahasa Utara lebih banyak di paparkan dalam media sosial, dan diakannya MICE. Peneliti menilai faktor lain bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh masyarakat lokal sangat berpengaruh terhadap masyarakat Sulawesi Utara juga.

# DAFTAR PUSTAKA

A. Hari Karyono. 2015. Kepariwisataan. Jakarta: Grasindo

Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif.* Depok: RajaGrafindo Perseda

Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenadamedia group.

Burhan Bungin. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Hassan, Abdullah dan Ainon Muhamad. 2001. *Komunikasi untuk pemimpin*. (Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors Sdn. Bhd.)

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid Satu, Edisi Empat Belas. Jakarta: Erlangga.

Kriyantono, R. 2014. *Teori public relations perspektif barat dan lokal: aplikasi penelitian dan praktik*. Jakarta: Salemba Humanika

Moleong, J Lexy. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Ngalimun. 2017. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pres.

Onong Uchjana Effendy. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakte*. PT Remaja Rosdakarya.

Orams, Mark. 2002. *Marine Tourism: Development, Impacts and Management*. New York, USA: Taylor & Francis.

Pendit, Nyoman S. 2003. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Bandung: Pradnya Paramita

Rahardjo, Sofyan T. 2002. *Taman Wisata Bahari Di Gili Trawangan, Lombok sebagai perwujudan pendekatan Arsitektur Organik pada Tata ruang luar dan Penampilan bangunan*. Universitas Islam Indonesia.

Rangkuti, Freddy. 2010. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka

 Utama.

Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2014. *Pengantar Komunikasi*. Jakarta; Universitas Terbuka.

Sero, Aderius. 2012. *Model Pengembangan Pariwisata Bahari Berbasis Masyarakat Di Kabupaten Halmahera Utara*. [Jurnal: Nasional Pariwisata Volume 4, Nomor 1].

Silalahi Ulber. 2012. *Metodologi Penelitian Social*. Bandung: PT Refika Aditama

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:

 PT Alfabet.