

**MODEL PROMOSI WISATA DINAS PARIWISATA DAN
KEBUDAYAAN KABUPATEN TAPANULI TENGAH
DALAM MENGEMBANGKAN PULAU MURSALA SEBAGAI
TUJUAN WISATA**

SKRIPSI

Oleh :

UMMI SAPUTRI LUBIS
NPM : 1403110267

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting (Penyiaran)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN 2019

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : UMMI SAPUTRI LUBIS
NPM : 1403110267
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari : Kamis, 21 Maret 2019
Waktu : 07.45 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : NURHASNAH NASUTION, S.Sos, M.I.kom ()

PENGUJI II : AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.kom 

PENGUJI III : Dr. IRWAN SYARI TANJUNG., MAP 

PANITIA UJIAN

Ketua



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos.,MSP



Sekretaris



Drs, ZULFAHMI, M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

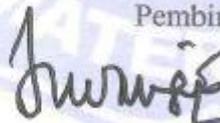
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama : **UMMI SAPUTRI LUBIS**
NPM : 1403110267
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **MODEL PROMOSI WISATA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN TAPANULI TENGAH DALAM MENGEMBANGKAN PULAU MURSALA SEBAGAI TUJUAN WISATA**

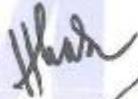
Medan, 25 Maret 2019

Pembimbing



Dr. IRWAN SYARI TANJUNG., MAP

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi



NURHASNAH NASUTION, S.Sos, M.I.kom

Dekan



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya : UMMI SAPUTRI LUBIS, NPM 1403110267
Menyatakan dengan sungguh-sungguh

1. Saya menyatakan bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk dilarang Undang-undang, oleh orang lain dengan suatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut Undang-Undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri bukan karya orang lain, atau karya jiplakan orang lain.
3. Bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis di dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi.

1. Skripsi saya berserta dengan hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencopotan kembali gelar keserjanaan saya yang sudah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 04 Maret 2019



Menyatakan
UMMI SAPUTRI LUBIS



Cerdas & Terpercaya

ab surai: lra' agar disebutkan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : UMMI SAPUTRI LUBIS
NPM : 1403110267
Jurusan : Ilmu Komunikasi (Pernyiaran)
Judul Skripsi : Model Promosi Wisata Pinar Parawisata dan Kehidupan Kabupaten Tapanuli Tengah Dalam Mengembangkan Pulau Mursalo Sebagai Tujuan Wisata

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1)	12/06/2018	Revisi Proposal Bab I Bab II Bab III	JA
2)	06/07/2018	Acc Proposal Bab I Bab II Bab III	JA
3)	12/08/2018	Revisi Bab I Bab II Bab III	JA
4)	01-10-2018	Revisi skripsi: Bab I Bab II Bab III	JA
5)	10-01-2019	Revisi Bab III	JA
6)	12-02-2019	Sistematika penulisan	JA
7)	20-02-2019	Revisi skripsi Bab I Bab II Bab III	JA
8)	14-03-2019	Acc skripsi	JA

Medan, 14 Maret 2019

Dekan,

(Dr. Anifah Saleh, S.Sos, msp)

Ketua Program Studi,

(Nurhasanah Nasution, S.Sos, m.ikom)

Pembimbing koordinator skripsi,

(Irma Sugi Tawajap)

**MODEL PROMOSI WISATA DINAS PARIWISATA DAN
KEBUDAYAAN KABUPATEN TAPANULI TENGAH DALAM
MENGEMBANGKAN PULAU MURSALA SEBAGAI TUJUAN
WISATA**

UMMI SAPUTRI LUBIS

1403110267

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan model promosi wisata Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah dalam mengembangkan Pulau Mursala sebagai tujuan wisata. Pulau Mursala adalah pulau terbesar di wilayah Kabupaten Tapanuli Tengah yang menjadi lokasi dalam penelitian ini. Teori penelitian ini menggunakan Teori AIDDA. Teori AIDDA adalah salah satu model herarki respon yang digunakan untuk melihat efek secara hierarki dari promosi suatu produk terhadap konsumen. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif, sehingga teknik analisis yang digunakan adalah dengan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model promosi yang digunakan dalam memperkenalkan Pulau Mursala sebagai objek wisata kepada para wisatawan ialah dengan memilih Duta Wisata, dan memanfaatkan peran media seperti media internet, cetak dan lain sebagainya. Sedangkan untuk promosi menggunakan aplikasi mobile official kota belum dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tapanuli Tengah, namun telah dilakukan perencanaan untuk segera merilis aplikasi mobile official kota, dan bukan hanya Pulau Mursala saja namun juga mencakup seluruh objek wisata yang berada di Tapanuli Tengah. Model promosi yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dalam mengembangkan Pulau Mursala sebagai tujuan wisata sudah sangat efektif. Dimana dengan model promosi seperti dengan mengangkat Duta Wisata dan promosi melalui media internet serta beberapa media lainnya mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pulau Mursala.

Kata Kunci: Model, Promosi, Wisata, Kebudayaan, Mursala

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamua'laikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan ridhonya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “Model Promosi Wisata Dinas Parawisata Dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah Dalam Mengembangkan Pulau Mursala Sebagai Tujuan Wisata”.

Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir sebagai kewajiban mahasiswa yang akan mengakhiri perkuliahannya disuatu perguruan tinggi dan juga merupakan syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan. Meskipun demikian, penulis menganggap bahwa penulisan skripsi ini bukan hanya suatu pemenuhan kewajiban saja yang harus dikerjakan, tetapi juga skripsi merupakan cerminan kemampuan menulis dan pengetahuan calon sarjana sesuai dengan disiplin ilmunya sebagai bentuk untuk mengimplementasikan ilmu yang didapat selama duduk dibangku perkuliahan.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga penulis hanturkan kepada orangtua penulis, **ayahanda H. Muis Lubis** dan **ibunda Hj. Ida Lena Siregar** yang tak pernah berhenti dan selalu mendukung serta memberikan semangat doa dan ridhonya, sebab ridho allah adalah ridho orangtua. Bimbingan dan didikan yang selalu diberikan mulai kecil hingga sekarang dan seterusnya serta dukungan moril, material, spritual yang tidak dapat terbalas dengan apapun.

Tak lupa juga ucapan terima kasih kepada kakakda **Lily Saputri Lubis A.Md.keb** dan kedua abang saya **Raja Ade Saputra Lubis S.H** serta **Sahrul Gunawan Lubis S.E** yang selalu memberikan semangat maupun dukungan agar penulis segera menyelesaikan skripsi dengan baik.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis mendapat bantuan dan bimbingan serta dukungan yang tak ternilai dari berbagai pihak. Maka dengan demikian penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Drs Arifin Saleh, S.Sos, M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Nurhasannah Nasution, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip UMSU.
5. Bapak Irwan Syari Tanjung, S. Sos., MAP selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih yang tak terhingga atas segala ilmu, bimbingan, arahan, didikan, bantuan maupun nasehat motivasi yang terus diberikan dan itu sangat berarti bagi penulis. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini butuh proses yang cukup lama dan dengan kesabaran yang ibu berikan membuat penulis terpacu dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Seluruh dosen FISIP UMSU, khususnya kepada dosen Ilmu Komunikasi yang tak pernah bosan memberikan ilmu dan bimbingannya selama penulis menjalani perkuliahan.
7. Seluruh staff biro administrasi FISIP UMSU yang telah memperlancar proses administrasi penulis.
8. Kepada teman-teman satu kelompok PPL penulis Atika Suri, Evi Oktaviana, Dwi Handayani.
9. Kepada teman yang selalu membantu penulis dalam mengerjakan skripsi Ayu Setya Ningris.
10. Kepada teman yang selalu ada Desi Triana Sitanggang, Ade Irma Hardiyanti, Diah Isrofi, Elis Anugrah, Tri Yudha Silalahi, Sri Bunga Astari, Dhita Sri Mutia, Sehlana Siregar, Arisman Wahyu T. Waruwu semoga kita bisa bersahabat selalu sampai akhirat nanti bersama di surga.

11. Kepada Muhammad Irsan Siagian selaku teman dekat yang selalu mensupport penulis dalam segala hal mengenai skripsi
12. Seluruh teman-teman di IKO B-siang dan Broadcast D-siang semoga segala bantuan yang diberikan selama ini kepada penulis menjadi bekal dan amal serta mendapat balasan dari Allah SWT yang setimpal dan kita menjadi generasi yang berwawasan luas untuk membangun negara ini yang lebih baik lagi serta memberikan manfaat bagi banyak orang dengan ilmu yang kita peroleh selama ini.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT kita kembalikan semua urusan dan mudah-mudahan skripsi ini dapat kiranya memberikan manfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penuli dan para pembaca pada umumnya.

Wassamua'alaikum Wr. Wb

Medan, 15 Maret 2019

Penulis

UMMI SAPUTRI LUBIS

NPM : 1403110267

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II URAIAN TEORITIS	8
2.1. Marketing Komunikasi	8
2.2. Teori AIDDA	11
2.3. Komunikasi Pariwisata	12
2.4. Pengertian Pariwisata.....	13
2.5. Pengembangan Pulau Mursala.....	16
2.6. Promosi Pariwisata.....	18
2.7. Wisatawan.....	20
2.8. Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah	23
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Jenis Penelitian.....	26
3.2. Kerangka Konsep.....	27

3.3. Definisi Konsep	28
3.4. Katagorisasi.....	28
3.5. Informan Atau Narasumber	29
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7. Teknik Analisa Data	31
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3.9. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Hasil Penelitian.....	40
4.1.1. Sejarah Pulau Mursala	41
4.1.2. Profil Informan.....	45
4.1.3. Model Promosi Wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah Dalam Mengembangkan Pulau Mursala Sebagai Tujuan Wisata	45
4.2. Pembahasan.....	57
BAB V PENUTUP.....	62
5.1. Simpulan	62
5.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2. Peta Tapanuli Tengah.....	37
Gambar 4.1. Pulau Mursala	42

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dunia yang terimbas arus globalisasi seperti saat ini, mengakibatkan munculnya kesempatan baru. Pariwisata menjadi salah satu yang menjadi ketertarikan wisatawan domestik maupun mancanegara yang ingin mengeksplor tempat-tempat baru sebanyak mungkin. Tidak hanya bagi wisatawan, kesempatan baru ini juga menjadi sasaran banyak pemodal yang melihat adanya pasar strategis baru.

Pariwisata adalah salah satu sumber devisa negara dan mempunyai peran dalam membangun perekonomian. Pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan dengan baik akan mampu menarik wisatawan domestik maupun wisatawan asing untuk berkunjung dan membelanjakan uangnya dalam kegiatan berwisatanya. Melalui transaksi tersebut masyarakat yang tinggal di daerah tempat wisata akan terangkat taraf hidupnya serta negara akan mendapat devisa dari wisatawan asing yang menukar mata uang negaranya dengan rupiah.

Dasar hukum tentang pengembangan pariwisata adalah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. Pasal 6 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 menyatakan bahwa pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 yaitu “manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan” yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan

memperhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Pasal 8 Ayat (1) menyatakan bahwa pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri atas rencana induk pembangunan kepariwisataan Nasional, rencana induk pembangunan kepariwisataan Provinsi, dan rencana induk pembangunan kepariwisataan Kabupaten/Kota.

Pasal 8 Ayat (2) menyatakan bahwa pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) merupakan bagian integral dari rencana pembangunan jangka panjang Nasional. Selanjutnya Pasal 11 menyatakan bahwa Pemerintah bersama lembaga yang terkait dengan kepariwisataan menyelenggarakan penelitian dan pengembangan kepariwisataan untuk mendukung pembangunan kepariwisataan. Pembangunan pariwisata pada hakekatnya merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan objek dan daya tarik wisata yang terwujud dalam bentuk kekayaan alam yang indah, keanekaragaman flora dan fauna, kemajemukan tradisi dan seni budaya serta peninggalan sejarah. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata dan Peraturan Pelaksanaannya, menyatakan bahwa keadaan alam, flora, fauna, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah serta seni budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal yang besar bagi usaha pengembangan dan peningkatan kepariwisataan.

Dalam pengembangan objek pariwisata juga dilandaskan oleh Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah, yang dalam Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang

Pemerintahan Daerah menyatakan bahwa Otonomi Daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri Urusan Pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Yang dapat diartikan bahwa, sistem ini meletakkan pondasi pembangunan dengan memberikan otoritas kepada Pemerintah Daerah untuk mengembangkan daerahnya masing-masing dan salah satu yang menjadi unsur pembangunan otonomi daerah tersebut adalah sektor pariwisata, walau masih ada beberapa bagian dari pariwisata yang menjadi kewajiban pemerintah pusat untuk pengelolaan, namun pembangunan dari beberapa destinasi wisata sudah menjadi tanggung jawab dari pemerintah daerah.

Tidak ada sektor pariwisata yang sukses tanpa ditunjang infrastruktur memadai. Infrastruktur bisa dibilang merupakan pilar utama untuk mencapai tujuan pariwisata yang berkelanjutan. Artinya, dengan infrastruktur yang semakin baik, maka akan semakin membuat betah wisatawan. Apalagi kalau destinasi wisata memiliki akses yang mudah dijangkau serta menyediakan fasilitas memadai. Ketersediaan berbagai aspek tersebut tidak hanya bertujuan untuk membuat pengunjung nyaman, namun juga akan menambah pun menghargai estetika objek yang diunggulkan (blog.gamatechno.com, 2018).

Tapanuli Tengah adalah kabupaten yang berada di pesisir barat Sumatera Utara. Hampir 50% Suku Indonesia dan Luar negeri ada di Tapanuli Tengah. Mayoritas penduduknya adalah Suku Batak Toba dan Mandailing, akan tetapi suku di Tapanuli Tengah beragam mulai dari Batak, Mandailing, Minangkabau,

Nias, Jawa, Minahasa, Dayak, Bugis, Sunda bahkan ada suku dari Arab, Yaman, Cina dan sebagainya (wikipedia.org, 2018).

Selain itu Kabupaten Tapanuli Tengah juga memiliki segudang keunggulan mulai dari Keindahan Alam, Cagar budaya, dan lain sebagainya. Salah satu keindahan alam dan cagar budaya di Kabupaten Tapanuli Tengah yang sangat menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara adalah Pulau Mursala. Pulau Mursala adalah pulau terbesar di wilayah Kabupaten Tapanuli Tengah. Pulau ini termasuk wilayah Kecamatan Tapan Nauli, Tapanuli Tengah dan terletak di sebelah Barat Daya Kota Sibolga dan berjarak 22,5 km dari Pandan, Tapanuli Tengah. Pulau Mursala mempunyai luas \pm 8.000 Ha dan dapat ditempuh melalui Pandan atau Sibolga menggunakan kapal cepat dalam waktu sekitar 1 jam atau menggunakan kapal biasa selama 3 jam (wikipedia.org, 2018).

Dengan ditetapkannya Pulau Mursala ini sebagai daerah tujuan wisata (DTW) di Kabupaten Tapanuli Tengah maka pulau ini banyak dilakukan pengembangan untuk menarik kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal karena memiliki pesona bawah air yang menawan dan air terjun yang langsung jatuh ke laut. Keindahan Pulau Mursala ini terbukti dengan menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung, dan Pulau Mursala ini juga sekaligus dijadikan tempat lokasi syuting film *Hollywood* yang berjudul KING KONG.

Namun sangat disayangkan kegiatan wisata di kawasan Pulau Mursala hingga saat ini belum mampu memberdayakan masyarakatnya, dimana ditandai dengan sedikitnya keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan

pengembangan wisata di Pulau Mursala. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti, tata kelola objek/kawasan masih belum terlaksana dengan baik dan keterbatasan informasi wisata dan promosi wisata sehingga kunjungan wisatawan masih sedikit.

Kegiatan wisata di Pulau Mursala ini sangat berdampak pada pelaku pariwisata yang ada di Pulau Mursala, terutama masyarakat setempat. Dalam kenyataannya, partisipasi masyarakat lokal tumbuh karena peluang kerja yang ada dari berbagai aktivitas di Pulau Mursala. Oleh karena itu, pentingnya melakukan penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana efektifitas model promosi wisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah dalam mengembangkan Pulau Mursala sebagai tujuan wisata, sehingga dapat menarik wisatawan domestik maupun wisatawan asing serta menaikkan taraf hidup masyarakat setempat.

Pariwisata daerah adalah salah satu faktor utama dalam membantu percepatan pembangunan. Selain itu, citra suatu daerah juga sangat ditentukan oleh sektor pariwisatanya. Masyarakat luas akan menilai suatu daerah layak atau tidak untuk dikunjungi melalui impresi sewaktu berwisata. Sehingga berbagai alternatif langkah promosi patut untuk dicoba, yang dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sangat memiliki peran dalam hal tersebut.

Peranan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam mengembangkan Pulau Mursala sebagai tujuan atau objek wisata merupakan hak dan kewajiban yang memang harus dijalankan oleh setiap Aparatur Dinas yang memiliki tugas dan

fungsi yang telah diatur dalam Peraturan Daerahnya sesuai dengan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis memilih “**Model Promosi Wisata Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah Dalam Mengembangkan Pulau Mursala Sebagai Tujuan Wisata**” sebagai judul penelitian ini.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta batasan masalah dalam penelitian ini maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai, yaitu bagaimana model promosi wisata yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah dalam mengembangkan Pulau Mursala sebagai tujuan wisata?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan tujuan penelitian ini yaitu untuk menjelaskan model promosi wisata Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah dalam mengembangkan Pulau Mursala sebagai tujuan wisata.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapatkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti terhadap pengembangan pariwisata.

- b. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan berkenaan dengan penelitian ini.
- c. Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat disumbangkan kepada FISIP UMSU, khususnya Departemen Ilmu Komunikasi dalam rangka memperkaya khasanah penelitian dan sumber bacaan.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II : Uraian Teoritis

Marketing Komunikasi, Teori AIDDA, Komunikasi Pariwisata, Pengembangan Pulau Mursala, Promosi Pariwisata.

BAB III : Metode Penelitian

Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Katagorisasi, Informan atau Narasumber, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisa Data, Lokasi dan Waktu Penelitian, Gambaran Umum Objek Penelitian.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Menguraikan Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V : Penutup

Menguraikan Simpulan dan Saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Marketing Komunikasi

Secara garis besar komunikasi pemasaran terdiri dua bidang keilmuan komunikasi dan pemasaran. Houvland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (Effendy, 2010: 10). Kemudian (Keller, 2014: 6) mengemukakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Soemanagara (2012: 1) ada lima model komunikasi dalam pemasaran, yaitu:

1. Iklan (*Advertising*)

Iklan (*Advertising*) adalah komunikasi massa melalui media surat kabar, majalah, radio, televisi, dan media lain atau komunikasi langsung yang didesain khusus untuk pelanggan antar bisnis (*bussiness-to-bussiness*) maupun pemakai akhir.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan terdiri dari semua kegiatan pemasaran yang mencoba merangsang terjadinya aksi pembelian suatu produk yang cepat atau terjadinya pembelian dalam waktu yang singkat.

3. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Hubungan masyarakat yaitu sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

4. Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perorangan yaitu suatu bentuk komunikasi langsung antara seorang penjual dengan calon pembelinya (person-to-person communication). Dalam hal ini, penjual berupaya untuk membantu atau membujuk calon pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan.

5. Penjualan Langsung (*Direct Selling*)

Penjualan langsung adalah upaya perusahaan atau organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan sasaran dengan maksud untuk menimbulkan tanggapan dan atau transaksi penjualan.

Kemudian setelah itu Soemanagara (2012: 6-7) juga mengatakan bahwa komunikasi pemasaran bertujuan untuk mencapai tiga tahap perubahan yang ditujukan kepada konsumen, yaitu:

1. Tahap Perubahan Pengetahuan

Perubahan pengetahuan menunjukkan bahwa konsumen mengetahui adanya keberadaan sebuah produk, untuk apa produk itu diciptakan, dan ditujukan kepada siapa produk tersebut, dengan demikian pesan yang disampaikan tidak lebih menunjukkan informasi penting dari produk.

2. Tahap Perubahan Sikap

Sikap (*attitude*) menggambarkan penilaian, perasaan, dan kecenderungan yang relatif konsisten dari seseorang atas sebuah objek atau gagasan.

Adapun tahap perubahan sikap yang dimaksud berkaitan dengan pengaruh komunikasi pemasaran terhadap penilaian konsumen atas suatu produk.

Dalam faktor sikap terdapat tiga komponen, antara lain:

- a. *Cognitive component*, yaitu kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang obyek.
- b. *Affective component*, yaitu emosional yang merefleksikan perasaan seseorang terhadap suatu obyek, apakah obyek tersebut diinginkan atau disukai.
- c. *Behavioral component*, yaitu merefleksikan kecenderungan dan perilaku aktual terhadap suatu obyek, yang mana komponen ini menunjukkan kecenderungan melakukan suatu tindakan.

Perubahan tersebut ini ditentukan oleh tiga unsur yang disebut sebagai *tricomponent attitude changes* yang menunjukkan bahwa tahapan perubahan sikap ditentukan oleh tiga komponen yaitu *Cognition* (pengetahuan), *Affection* (perasaan), dan *Conation* (perilaku). Jika ketiga komponen ini menunjukkan adanya kecenderungan terhadap sebuah perubahan (kognitif, affektif, dan konatif) maka memungkinkan sekali akan terjadi sebuah perubahan sikap.

3. Tahap Perubahan Perilaku

Perubahan Perilaku ditujukan agar konsumen tidak beralih kepada produk lain, dan terbiasa untuk menggunakannya.

2.2. Teori AIDDA

Komunikator berperan dalam pembuatan pesan yang efektif, komunikator pemasaran yang baik harus melakukan hal-hal seperti: mengenali audiens sasaran, menentukan tujuan komunikasi, membuat pesan, memilih media untuk pesan tersebut, dan mengumpulkan umpan balik. Komunikator pemasaran harus memutuskan respon seperti apa yang dicari dan perlu merancang pesan untuk mengetahui dimana audiens sasaran sekarang berdiri dan sejauh mana mereka harus dipengaruhi (Armstrong, 2014: 115).

Attention, Interest, Desire, Decision, and Action (AIDDA) merupakan salah satu model hierarki respon yang digunakan untuk melihat efek secara hierarki dari promosi suatu produk terhadap konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Effendy (2010: 25) rancangan pesan yang efektif adalah dengan menggunakan model AIDDA, yaitu:

A – Attention – Perhatian

I – Interest – Minat

D – Desire – Hasrat

D – Decision – Keputusan

A – Action - Tindakan

Kemudian Kasali (2011: 83) menjelaskan bahwa proses tahapan komunikasi ini mengandung maksud bahwa komunikasi hendaknya dimulai

dengan membangkitkan perhatian (*attention*). Berdasarkan hubungan ini komunikator harus menimbulkan daya tarik. Proses mulainya komunikasi dengan membangkitkan perhatian akan menjadi awal sukses suatu proses komunikasi. Apabila perhatian komunikasi telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan ketertarikan (*interest*) yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Ketertarikan merupakan kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya suatu hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Jika hanya ada hasrat saja pada diri komunikasi, maka bagi komunikator ini belum berarti apa-apa, sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan (*desicion*), yakni keputusan untuk melakukan kegiatan (*action*) sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator.

2.3. Komunikasi Pariwisata

Komunikasi sangat sering dilakukan dan merupakan kebutuhan yang sangat mendasar bagi manusia, karena hampir setiap saat dalam kehidupan di butuhkan berkomunikasi antar individu hingga kelompok. Secara verbal terjadi pada saat seseorang dengan orang lain saling menyampaikan pesan, tetapi apabila seseorang dengan orang lain dalam jarak yang jauh dapat pula dilakukan dengan berbagai cara untuk berkomunikasi satu sama lain. Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris yakni communication. Pada dasarnya, secara etimologis kata komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu communis yang bersumber pada kata *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama *communis* paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari

kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2014: 46).

Komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu. Oleh karena itu, komunitas juga berbagi bentuk-bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama dan bahasa (Mulyana, 2014: 46).

Komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Manusia sejak dilahirkan sudah berkomunikasi dengan lingkungannya (Widjaja, 2010: 1).

2.4. Pengertian Pariwisata

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata BAB I Pasal 1 menyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Secara etimologis kata pariwisata yang berasal dari Bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu masing-masing kata “pari” dan “wisata”, yang dapat diartikan sebagai berikut (Bangun, 2008: 23) :

1. Pari yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap.
2. Wisata, berarti perjalanan, bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata travel dalam Bahasa Inggris. Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain.

Spillane mengungkapkan, pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu (Wahid, 2015: 29).

Dalam *World Tourism Organization* (WTO) Pitana mengungkapkan, pariwisata adalah kegiatan seseorang yang bepergian atau tinggal di suatu tempat di luar lingkungannya yang biasa dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus, untuk kesenangan, bisnis ataupun tujuan lainnya (Wahid, 2015: 29).

Demikian pula Waluyo (2007: 43) juga mengungkapkan definisi pariwisata yaitu sebagai usaha jasa pelayanan yang melayani keperluan perjalanan seseorang/kelompok ke destinasi wisata (*tourism/travel/industry*).

Pariwisata juga memiliki manfaat bagi pembangunan daerah maupun nasional yang diantara lain adalah (Wahab, 2013: 23) :

1. Pariwisata adalah faktor penting untuk menggalang persatuan bangsa yang rakyatnya memiliki daerah yang berbeda, dialek, adat istiadat dan cita rasa yang beraneka ragam.

2. Pariwisata menjadi faktor penting dalam pengembangan ekonomi, karena kegiatannya mendorong perkembangan beberapa *sector* ekonomi nasional misalnya:
 - a. Meningkatkan urbanisasi karena pertumbuhan terus pembangunan dan pembaharuan fasilitas wisata, prasarana dan suprasarana pariwisata.
 - b. Menggugah industri-industri baru yang berkaitan dengan jasa-jasa wisata lainnya: transportasi, akomodasi (hotel, motel, pondok, dll) yang memerlukan perluasan industri seperti peralatan hotel dan kerajinan tangan.
 - c. Menambah permintaan akan hasil-hasil pertanian karena bertambahnya pemakaian.
 - d. Memperluas pasar barang-barang lokal.
 - e. Menunjang pendapatan Negara dengan valuta asing sehingga mengurangi defisit di dalam neraca pembayaran dan dengan demikian memajukan perekonomian nasional.
 - f. Memberi dampak positif pada tenaga kerja di Negara itu, karena pariwisata memperluas lapangan kerja baru.
 - g. Membantu pembangunan daerah-daerah terpencil dalam suatu Negara jika daerah itu memiliki daya tarik pariwisata.
3. Pariwisata internasional sangat berguna sebagai sarana. Untuk meningkatkan saling pengertian internasional dan sebagai penenang dalam ketegangan-ketegangan politik.

4. Pariwisata juga berperan meningkatkan kesehatan. Pergantian tepat dan iklim serta menjauhkan diri dari segala kehidupan rutin sehari-hari, semua ini akan menambah daya tahan dan sangat menurunkan ketegangan syaraf.

Berdasarkan beberapa definisi dan pengertian tentang pariwisata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih yang diselenggarakan dalam jangka waktu pendek dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud untuk bertamasya, rekreasi, atau liburan.

2.5. Pengembangan Pulau Mursala

Pengembangan pariwisata adalah suatu proses yang dinamis dan berkelanjutan (*continue*) menuju ketataran nilai yang lebih tinggi dengan cara melakukan penyesuaian dan koreksi berdasar pada hasil pengamatan, implementasi dan evaluasi serta umpan balik implementasi rencana sebelumnya yang merupakan dasar kebijaksanaan dan merupakan misi yang harus dikembangkan. Pengembangan pariwisata adalah sebuah sistem yang memiliki kaitan dengan sistem perencanaan pembangunan yang lain secara inter sektoral dan inter regional. Pengembangan pariwisata harus didasarkan pada kondisi dan daya pendukung dengan tujuan menciptakan interaksi jangka panjang yang saling menguntungkan diantara pencapaian tujuan pembangunan pariwisata, peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat, dan berkelanjutan pada pembangunan lingkungan dimasa mendatang. Pengembangan pariwisata juga memiliki fungsi untuk menggalakkan ekonomi masyarakat setempat, memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi dan lingkungan hidup, memupuk rasa cinta tanah air

dan bangsa, serta menjadikan bangsa menjadi ikon destinasi wisata yang dapat dilihat dunia luar atau mancanegara (Formasi Berita, 2018).

Swarbrooke mengemukakan bahwa, pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata (Formasi Berita, 2018).

Di Indonesia sendiri pengembangan pariwisata telah tercermin dalam rencana strategi yang dirumuskan oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata RI, yakni:

1. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan membuka kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan serta pemerataan pembangunan di bidang pariwisata;
2. Mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkesinambungan sehingga memberikan manfaat sosial-budaya, sosial ekonomi bagi masyarakat dan daerah, serta terpeliharanya mutu lingkungan hidup;
3. Meningkatkan kepuasan wisatawan dan memperluas pangsa pasar;
4. Menciptakan iklim yang kondusif bagi pembangunan pariwisata Indonesia sebagai berdayaguna, produktif, transparan dan bebas KKN untuk melaksanakan fungsi pelayanan kepada masyarakat, dalam institusi yang merupakan amanah yang dipertanggungjawabkan (accountable). Demikian pandangan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata RI.

Faktor-faktor pendorong pengembangan pariwisata di Indonesia menurut Spilane (dalam Subagyo, 2012: 155) adalah:

1. Berkurangnya peranan minyak bumi sebagai sumber devisa negara jika dibanding dengan waktu lalu;
2. Merosotnya nilai ekspor dalam sektor nonmigas;
3. Adanya kecenderungan peningkatan pariwisata secara konsisten;
4. Besarnya potensi yang dimiliki Bangsa Indonesia bagi pengembangan pariwisata.

2.6. Promosi Pariwisata

Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang. Promosi adalah suatu kegiatan bidang *marketing* yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan suatu organisasi kepada konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen, segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan produk, barang atau jasa dengan menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan membeli di organisasi tersebut.

Promosi tidak bisa dilepaskan dari pemasaran. Promosi adalah kegiatan komunikasi dimana organisasi penyelenggara pariwisata berusaha mempengaruhi khalayak dari mana penjualan produknya bergantung (Pitana dan Diarta, 2009:179). Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah untuk mengarahkan seorang atau organisasi terhadap tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha dan Irawan, 2005:349).

Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran, artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2002:219).

Promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau di masa yang akan datang (Sistaningrum, 2002:98).

Menurut Gitosudarmo (2000:237) 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.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan yang lebih banyak mencakup mendistribusikan *promotion materials*, seperti film, *slides*, *advertisement*, *brochures*, *booklets*, *leaflets*, *folders*, melalui bermacam-macam saluran seperti: televisi, radio, majalah, bioskop, pesan langsung baik pada "*potential tourist*", yaitu sejumlah orang yang memenuhi syarat minimal untuk melakukan perjalanan pariwisata, karena memiliki banyak uang, keadaan fisik masih kuat, hanya belum mempunyai waktu senggang untuk bepergian sebagai wisatawan maupun "*actual tourist*", yaitu orang yang sedang melakukan perjalanan pariwisata ke suatu daerah tujuan

tertentu; dengan tujuan mentransfer informasi dan mempengaruhi calon-calon wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata.

Promosi pariwisata adalah sebuah kampanye dan propaganda kepariwisataan yang didasarkan atas rencana atau program yang teratur dan secara kontinyu. Promosi ini ditujukan kepada masyarakat dalam negeri maupun luar negeri dengan maksud dan tujuan menggugah pandangan dunia agar mempunyai kesadaran akan kegunaan pariwisata baginya, sehingga industri pariwisata di negeri ini memperoleh dukungan dari berbagai pihak.

2.7. Wisatawan

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, menyebutkan bahwa wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Wisatawan juga adalah orang-orang yang datang berkunjung pada suatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung, yang terdiri dari banyak orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan, termasuk didalamnya. Maka tidak semua pengunjung dapat dikatakan sebagai wisatawan. Sesuai dengan Pasal 5 Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial Perserikatan Bangsa-Bangsa No. 870, yang dimaksud dengan pengunjung adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya yang biasa, dengan alasan apapun juga, kecuali mengusahakan sesuatu pekerjaan yang dibayar oleh negara yang dikunjungi.

Smith menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain (Kusumaningrum, 2009:16).

World Trade Organization (WTO) membagi wisatawan kedalam tiga bagian yaitu (Kusumaningrum, 2009:17):

1. Pengunjung adalah setiap orang yang berhubungan ke suatu Negara lain, dimana orang itu mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh Negara yang dikunjungi.
2. Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu Negara, tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung kesuatu tempat pada Negara yang sama untuk waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:
 - a. Memanfaatkan waktu luang untuk rekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olahraga.
 - b. Bisnis atau mengunjungi kaum keluarga.
 - c. Darmawisata atau *excursionist* adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di Negara yang dikunjungi, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar.
 - d. Menurut Komisi Liga Bangsa-Bangsa 1937 (dalam Irawan, 2010:12) wisatawan adalah orang yang selama 24 jam atau lebih mengadakan perjalanan di negara yang bukan tempat kediamannya yang biasa.
 - e. U.N *Confrence on Interest Travel and Tourism* di Roma 1963 (dalam Irawan, 2010:12), menggunakan istilah pengunjung (*visitor*) untuk setiap orang yang datang ke suatu negara yang bukan tempat tinggalnya yang biasa untuk keperluan apa saja,

selain melakukan perjalanan yang digaji. Pengunjung yang dimaksudkan meliputi 2 kategori:

- a) Wisatawan yaitu : pengunjung yang datang ke suatu negara yang dikunjunginya tinggal selama 24 jam dan dengan tujuan untuk bersenang-senang, berlibur, kesehatan, belajar, keperluan agama dan olahraga, bisnis, keluarga, utusan dan pertemuan.
 - b) *Excursionist*, yaitu : pengunjung yang hanya tinggal sehari di negara yang dikunjunginya tanpa bermalam.
- f. Defenisi UN. *Convention Concerning Costums Fasilities for Touring* (dalam Irawan, 2010:12), setiap orang yang datang ke suatu negara karena alasan yang sah, selain untuk bermigrasi dan yang tinggal setidaknya selama 24 jam dan selama-lamanya 6 bulan dalam tahun yang sama.

Kusumaningrum (2009:17) menyatakan wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah biasanya benar-benar ingin menghabiskan waktunya untuk bersantai, menyegarkan pikiran dan benar-benar ingin melepaskan diri dari rutinitas kehidupan sehari-hari. Jadi bisa juga dikatakan wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat lain yang yang jauh dari rumahnya bukan dengan alasan rumah atau kantor.

Kusumaningrum (2009:18) juga mendefenisikan wisatawan menurut sifatnya, yaitu:

1. Wisatawan modern idealis, wisatawan yang sangat menaruh minat pada budaya multinasional serta eksplorasi alam secara individual.
2. Wisatawan modern materialis, wisatawan dengan golongan Hedonisme (mencari keuntungan) secara berkelompok.
3. Wisatawan tradisional idealis, wisatawan yang menaruh minat pada kehidupan sosial budaya yang bersifat tradisional dan sangat menghargai sentuhan alam yang tidak terlalu tercampur oleh arus modernisasi.
4. Wisatawan tradisional materialis, wisatawan yang berpandangan konvensional, mempertimbangkan keterjangkauan, murah dan keamanan.

2.8. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah memiliki visi yang disusun berdasarkan potensi dan permasalahan internal dan eksternal yang dirumuskan sebagai pernyataan keinginan pencapaian organisasi dalam periode lima tahun ke depan. Pernyataan keinginan pencapaian tujuan organisasi diyakini dapat memberikan motivasi dan menumbuhkan komitmen untuk mewujudkan visi tersebut.

Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah koridor utama kegiatan Kepariwisataaan, sehingga perlu adanya kesamaan persepsi, pemahaman, dan tindakan dalam mewujudkan pencapaian visi tersebut. Adapun bunyi dari visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah adalah “Terwujudnya Kabupaten Tapanuli Tengah sebagai Daerah Tujuan Wisata yang aman, Tertib dan Mempesona”.

Mengacu kepada Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah tersebut, maka rumusan umum mengenai upaya-upaya yang akan dilaksanakan untuk mewujudkan Visi ditempuh dengan Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah yang disusun sebagai berikut:

1. Menjadikan sektor Pariwisata sebagai salah satu Kegiatan Ekonomi
2. Menggali dan melestarikan potensi pariwisata
3. Meningkatkan peran serta masyarakat dalam kegiatan pariwisata

Selain itu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah juga memiliki struktur organisasi dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Pengorganisasian pelaksanaan kegiatan maupun tugas-tugas tersebut adalah dalam upaya untuk memberhasilkan kegiatan yang telah disusun dengan dipimpin oleh Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah, dengan didukung oleh:

1. Sekertaris
 - a. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian dan Perlengkapan.
 - b. Sub Bagian Perencanaan, Pelaporan dan Keuangan
2. Bidang Kesenian dan Kebudayaan
 - a. Seksi Pengembangan Nilai Budaya, Kesenian dan Perizinan.
 - b. Seksi Sejarah Purbakala dan Permuseuman.
3. Bidang Pengembangan Objek Wisata
 - a. Seksi Pengembangan Wisata
 - b. Seksi Usaha dan Jasa Pariwisata

4. Bidang Pemasaran

- a. Seksi Pengembangan Pemasaran Wisata.
- b. Seksi Sarana dan Promosi dalam Luar Negeri.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan maksud untuk memahami dan menggali lebih dalam mengenai promosi wisata pulau mursala. Metode Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2016: 1).

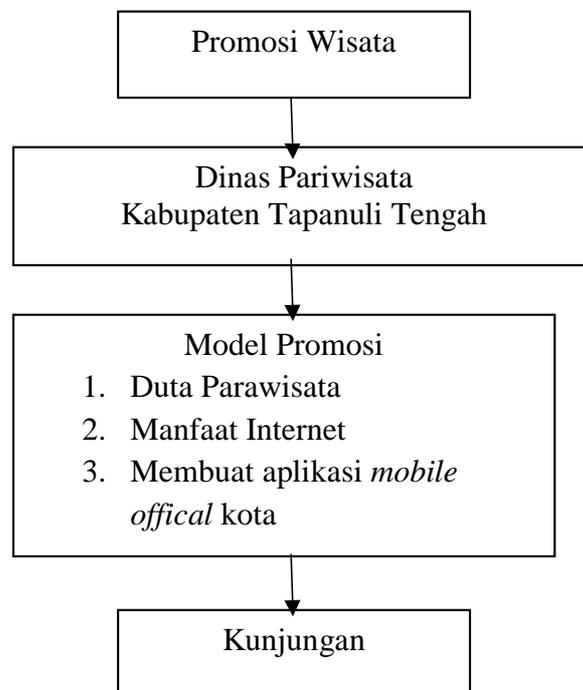
Metode Penelitian kualitatif sering disebut metode naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumennya adalah peneliti itu sendiri sehingga untuk dapat menjadi instrumen maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Pada penelitian ini, fakta-fakta yang diperoleh peneliti adalah fenomena penyesuaian diri pada remaja yang tinggal di panti asuhan terhadap dirinya sendiri dan lingkungan sekitarnya baik di lingkungan panti, lingkungan masyarakat maupun di sekolah, sehingga peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan mengenai penyesuaian

diri remaja juga fenomena yang ada di panti asuhan agar tujuan penelitian ini tercapai (Sugiyono, 2016: 34).

3.2. Kerangka Konsep

Kerangka konsep penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka konsep diharapkan akan memberikan gambaran dan mengarahkan asumsi mengenai variabel-variabel yang akan diteliti. Kerangka konsep memberikan petunjuk kepada peneliti di dalam merumuskan masalah penelitian.

Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1.
Kerangka Konsep

3.3. Definisi Konsep

Berdasarkan gambar kerangka konsep pada penelitian ini, maka dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah melakukan pengembangan terhadap Pulau Wisata sebagai tujuan wisata.
2. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah menggunakan model promosi untuk menarik kunjungan wisatawan agar datang berwisata ke Pulau Mursala.

3.4. Katagorisasi

Berdasarkan definisi konsep dalam penelitian ini, maka dapat dibuat kategorisasi sebgai berikut:

1. Model Promosi
 - a. Perbaiki akses, infrastruktur dan fasilitas
 - b. Investor
 - c. Manfaat internet
 - d. Membuat aplikasi *mobile official* kota
2. Pengembangan Pulau Mursala
 - a. Manfaat pengembangan pulau Mursala
 - b. Potensi pulau Mursala
 - c. Konsep pengembangan
 - d. Proses Pengembangan pulau Mursala

3.5. Informan dan Narasumber

Adapun informan atau narasumber dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah adalah:

1. Kepala Bidang Kesenian dan Kebudayaan
2. Kepala Bidang Pengembangan Objek Pariwisata
3. Kepala Bidang Pemasaran

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2016: 63) menyatakan bahwa secara umum terdapat 4 macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi data yaitu dengan menggabungkan 3 teknik pengumpulan data (observasi, wawancara dan dokumentasi).

1. Wawancara

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam (in depth interviewe) berupa wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur menurut Sugiyono (2016: 73–74) di dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ideidenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti menggunakan bantuan pedoman wawancara untuk memudahkan dan memfokuskan pertanyaan yang akan diutarakan. Peneliti juga menggunakan alat bantu rekam untuk memudahkan dalam proses pengolahan data.

2. Observasi

Pada penelitian ini, teknik observasi yang digunakan adalah observasi terus terang atau tersamar. Menurut (Sugiyono, 2016: 66) peneliti dalam pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa peneliti sedang melakukan penelitian. Sehingga sejak awal subjek yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari jika suatu saat data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan jika dilakukan dengan terus terang, maka peneliti tidak diijinkan untuk melakukan observasi.

3. Studi Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2016: 82–83) Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada. Untuk menunjang pengumpulan data dokumentasi, subjek menggunakan alat bantu berupa kamera untuk memudahkan peneliti dalam mengumpulkan beberapa dokumentasi.

3.7. Teknik Analisa Data

Menurut Sugiyono (2016: 89) analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Adapun teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah teknik analisis data kualitatif. Miles and Huberman (dalam Sugiyono, 2016: 92) mengemukakan terdapat 3 langkah dalam analisis data, yaitu reduksi data, display data, dan verifikasi data.

1. Reduksi data

Menurut Sugiyono (2016: 92) mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. *Display* data

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya dalam analisis data ini adalah *display* data atau penyajian data. Miles and Huberman

(dalam Sugiyono, 2016: 92) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Verifikasi data

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

Pulau Mursala adalah pulau terbesar di daerah Kabupaten Tapanuli Tengah. Pulau ini termasuk daerah Kecamatan Tapan Nauli, Tapanuli Tengah dan terletak di sebelah Barat Daya Kota Sibolga dan berjarak 22,5 km dari Pandan, Tapanuli Tengah. Adapun lokasi dari penelitian ini adalah di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah, yang beralamat di Jl. Junjungan Lubis No.18, Pasar Baru, Kota Sibolga, Provinsi Sumatera Utara, Telp/Fax (0631) 371272 PANDAN Kode Pos: 22611. Serta waktu penelitian dilakukan pada Bulan September sampai dengan Bulan Desember 2018.

3.9. Destinasi Umum Objek Penelitian

Wilayah Tapanuli Tengah dahulu dikuasai oleh Kolonial Inggris. Namun dengan Traktat London tanggal 17 Maret 1824, Inggris menyerahkan Sumatera kepada Belanda, dan sebagai imbalannya Belanda memberikan Semenanjung Melayu. Pada saat itulah Inggris menyerahkan Barus dan Singkil kepada Belanda. Selanjutnya Belanda memasukkan Teluk Tapian Nauli dalam Wilayah Residen Sumatera Barat yang beribukota di Padang.

Pada tahun 1859 daerah jajahan Belanda meluas ke daerah Silindung, dan meluas lagi ke daerah Toba pada tahun 1883. Oleh karena adanya perluasan wilayah tersebut, pemerintah Belanda mengeluarkan *Staadblad* No.193 tahun 1884 yang menentukan teritorial baru di Keresidenan Tapanuli untuk lebih memperkokoh strategi pembagian dan perluasan wilayah.

Keresidenan Tapanuli pada saat itu dibagi atas empat afdeling. Salah satu diantaranya ialah Afdeling Sibolga yang meliputi empat onder afdeling, yaitu:

1. Sibolga dan daerah sekitarnya
2. Distrik Batang Toru
3. Barus dan Pakkat
4. Singkil

Sejak keluarnya *Staadblad* No. 496 tahun 1906 status Tapanuli yang tadinya bagian dari Sumatera Barat beralih menjadi di bawah Gubernur Sumatera yang berkedudukan di Medan. Selanjutnya wilayah Keresidenan Tapanuli dibagi dalam 5 (lima) afdeling, yaitu:

1. Afdeling Natal dan Batang Natal
2. Afdeling Sibolga dan Batang Toru
3. Afdeling Padang Sidempuan
4. Afdeling Nias
5. Afdeling Tanah Batak

Pada zaman Jepang khususnya sistem pemerintahan Keresidenan Tapanuli lebih dititikberatkan pada strategi pertahanan misalnya Heiho, Gyugun, Kaygon Heiho dan badan-badan lainnya. Setelah Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia, maka pada tanggal 15 Oktober 1945 oleh Gubernur Sumatera Mr. T. Mohd. Hasan menyerahkan urusan pembentukan daerah otonom bawahan dan penyusunan pemerintahan daerah kepada masing-masing residen. Bahkan telah dipertegas lagi dengan PP No.8 tahun 1947 yang menetapkan bahwa kabupaten yang dibentuk oleh residen sekaligus menjadi daerah otonom. Pada permulaan kemerdekaan, Residen Tapanuli Dr. F.L Tobing yang berkedudukan di Tarutung, dengan dasar telegram Gubernur Sumatera tanggal 12 Oktober 1945 tentang pembentukan kepala-kepala Luha (Bupati) Sibolga.

Selanjutnya pada bulan Juni 1946 melalui sidang Komite Nasional Daerah Keresidenan Tapanuli dibentuk Kabupaten Tanah Batak. Khususnya untuk Kota Sibolga, dengan Surat Keputusan Gubernur pada tanggal 17 Mei 1946, Kota Sibolga dijadikan kota administratif yang dipimpin oleh seorang walikota yang pada saat itu dirangkap oleh Bupati Kabupaten Sibolga, maka pada tanggal 17 Nopember 1947 dibentuk sebuah Dewan Kota.

Pada tahun 1946 di Kabupaten Tapanuli Tengah mulai dibentuk kecamatan-kecamatan untuk menggantikan Sistem Pemerintahan Onder Distrik Afdeling pada masa pemerintahan Belanda. Kecamatan pertama sekali dibentuk ialah Kecamatan Sibolga, kemudian Lumut dan Barus. Sedangkan Kecamatan Sorkam ditetapkan kemudian berdasarkan perintah Residen Tapanuli pada tahun 1947. Kecamatan Sorkam dipisah dari Barus didasarkan kepada ketentuan yang menyatakan bahwa setiap kabupaten harus minimal mempunyai dua kewedanaan sedang satu kewedanaan minimal mempunyai dua kecamatan. Demikianlah sejarahnya maka Tapanuli Tengah mempunyai empat kecamatan ketika itu. Saat ini Kabupaten Tapanuli Tengah telah memiliki 20 kecamatan, yakni : Kecamatan Pinangsori, Kecamatan Badiri, Kecamatan Sibabangun, Kecamatan Lumut, Kecamatan Sukabangun, Kecamatan Pandan, Kecamatan Tukka, Kecamatan Sarudik, Kecamatan Tapan Nauli, Kecamatan Sitahuis, Kecamatan Kolang, Kecamatan Sorkam, Kecamatan Sorkam Barat, Kecamatan Pasaribu Tobing, Kecamatan Barus, Kecamatan Sosor Gadong, Kecamatan Andam Dewi, Kecamatan Barus Utara, Kecamatan Manduamas, dan Kecamatan Sirandorung.

Pada masa Undang-Undang Dasar 1945, Konstitusi RIS dan Undang-Undang Sementara 1950, sistem pemerintahan yang ada tidak mengadakan perubahan atas bentuk dan batas-batas wilayah Tapanuli Tengah yang ada sebelumnya. Dengan Undang-Undang Darurat No. 7 Tahun 1956, Sumatera Utara dibentuk Daerah Otonom Kabupaten, kecuali Kabupaten Dairi (yang dibentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No.4 Tahun 1964). Salah satu kabupaten yang disebutkan dalam Undang-Undang darurat tersebut

ialah Tapanuli Tengah yang pada saat itu masih meliputi Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Sibolga sekarang ini. Tetapi dengan Undang-Undang Darurat No. 8 Tahun 1956 tentang pembentukan daerah otonom kota-kota besar terbentuklah Kotapraja Sibolga yang pada saat ini dikenal sebagai Kotamadya Sibolga. Bupati Kepala Daerah Tingkat II yang pernah bertugas di Kabupaten Tapanuli Tengah adalah sebagai berikut (BPS Kabupaten Tapanuli Tengah) :

1. Z.A. Gir St.Komala Pontas 24-08-1945 s.d. 31-01-1946
2. Prof. Mr.Dr. M. Hazairin 01-02-1946 s.d. 13-04-1946
3. A.M. Djalaluddin 13-04-1946 s.d. 10-12-1947
4. Mangaraja Sorimuda 10-12-1947 s.d. 11-08-1952
5. Ibnu Sa'adan 11-08-1952 s.d. 20-01-1954
6. Raja Djunjungan 20-01-1954 s.d. 31-07-1958
7. Matseh Gir. St. Kajasangan 01-08-1958 s.d. 23-07-1959
8. M.Samin Pakpahan 14-07-1959 s.d. 09-10-1965
9. Sutan Singengu Paruhuman 15-10-1965 s.d. 28-08-1967
10. Ridwan Hutagalung 28-08-1967 s.d. 05-09-1975 Letkol CHB. Nrp. 13482
11. Bangun Siregar 05-09-1975 s.d. 05-09-1980 Letkol Inf.Nrp.12206
12. Lundu Panjaitan, SH 05-09-1980 s.d. 05-09-1985
13. Abd. Wahab Dalimunthe, SH 05-09-1985 s.d. 05-09-1990
14. Drs. Amrun Daulay 05-09-1990 s.d. 05-09-1995
15. Drs. Panusunan Pasaribu 05-09-1995 s.d. 05-04-2001
16. Drs. Tuani Lumbantobing 05-04-2001 s.d.12-06-2011
17. Raja Bonaran Situmeang, SH,M.Hum 29-08-2011 s.d. 2014

18. H. Sukran Jamilan Tanjung, SE 2014

19. Bakhtiar Ahmad Sibarani sejak 22 Mei 2017

Kabupaten Tapanuli Tengah terletak di pesisir Pantai Barat Pulau Sumatera Utara, dan ibukota Pandan. Beberapa daerah terdapat dataran tinggi sebagai perpaduan unik antara atmosfer pesisir dengan pegunungan. Kabupaten Tapanuli Tengah terletak diantara Kabupaten Tapanuli Utara dengan Tapanuli Selatan. Letak wilayah yang strategis, keanekaragaman potensi sumber daya alam yang besar menyebabkan Tapanuli Tengah sebagai destinasi pariwisata yang mengagumkan dengan sentuhan percepatan pembangunan dan meningkatkan investasi.



Gambar 3.2.

Peta Kabupaten Tapanuli Tengah

Daerah Tapanuli Tengah adalah bagian dari wilayah pengembangan pembangunan I (Pantai Barat) memiliki daerah yang memanjang pada kaki pegunungan Bukit Barisan, dengan luas seluruh wilayahnya 6.194,98 kilometer persegi (km^2), darat 2.194,98 km^2 dan laut 4.000 km^2 . Secara geografis

kabupaten Tapanuli Tengah terletak pada koordinat 1 o 11'00"-2 o 22'0" Lintang Utara dan 98o 07' - 98 o 12 Bujur Timur, dengan luas wilayah 2.194,98 km dan terletak di atas permukaan laut antara 0-1266 m.

Secara administratif, wilayah Kabupaten Tapanuli Tengah berbatasan dengan:

1. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Tapanuli Utara
2. Sebelah Barat berbatasan dengan Samudera Indonesia
3. Sebelah Utara berbatasan dengan Provinsi Aceh
4. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Tapanuli Selatan.

Secara administratif Kabupaten Tapanuli Tengah terdiri atas 20 kecamatan, 30 kelurahan 147 desa, yaitu meliputi Kecamatan Manduamas, Sirandorong, Andam Dewi, Barus, Barus Utara, Sosorgadong, Sorkam Barat, Sorkam, Pasaribu Tobing, Kolang, Tapian Nauli, Sitahuis, Pandan, Tukka, Badiri, Pinangsori, Lumut, Sibabangun, dan Suka Bangun. Pada bulan Desember 2007 jumlah kecamatan di Kabupaten Tapanuli Tengah bertambah satu lagi yaitu Kecamatan Sarudik sehingga jumlah kecamatan seluruhnya 20 kecamatan.

Keadaan penduduk secara langsung akan mempengaruhi berbagai aspek seperti : sosial, politik, ekonomi. Dalam hubungannya dengan ekonomi, keadaan penduduk merupakan salah satu faktor utama atas kemajuan dan kemunduran tingkat hidup masyarakat itu sendiri, sebab penduduk adalah faktor produksi yang sangat dominan baik sebagai tenaga kerja ahli ataupun labour.

Penduduk Tapanuli Tengah tahun 2006 berjumlah 297.846 jiwa dengan kepadatan penduduk 136 jiwa per km². Laju pertumbuhan penduduk periode

tahun 2000-2005 sebesar 1,86% per tahun. Komposisi penduduk di Tapanuli Tengah yaitu 50,20% laki-laki dan 49,80% perempuan. Pada tahun 2009, berjumlah 323.563 jiwa dengan kepadatan penduduk 147 jiwa per km². Laju pertumbuhan penduduk periode tahun 2004 – 2008 sebesar 2,79 % per tahun. Komposisi penduduk di Tapanuli Tengah yaitu 50,30% laki – laki dan 49, 70% perempuan. Pada tahun 2011 sebanyak 314,142 jiwa terdiri atas 157.881 laki-laki dan 156.261 perempuan. Penduduk Kabupaten Tapanuli Tengah sebagian besar berada di daratan Pulau Sumatera, sebagian kecil di pulau – pulau kecil dan sebagian masih dalam kategori daerah tertinggal. Pembangunan yang saat ini dilaksanakan mendorong peningkatan taraf hidup masyarakat yuntuk maju, sejahtera dan bermartabat sehingga dapat keluar dari kondisi daerah tertinggal.

Penduduk Tapanuli Tengah terdiri atas multi etnik yaitu suku Batak, Minang, Jawa-Madura, Bugis, Cina, Aceh, Melayu, Sunda, dan lain-lain, dengan mayoritas suku Batak. Kerukunan, keamanan, ketertiban dan toleransi dalam semangat gotong-royong yang terjalin dan terbina selama ini membuat Tapanuli Tengah semakin kondusif dan tangguh secara sosial kemasyarakatan dalam menyikapi globalisasi dengan berbagai perubahan yang begitu cepat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Setelah dilakukan penelitian dari hasil pengamatan langsung yang di lakukan penulis ke lokasi penelitian di Tapanuli Tengah, tepatnya di Jln. Junjungan lubis No 18 Pasar Baru Kota Tapanuli Tengah Provinsi Sumatera Utara. Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini di lakukan untuk menjawab tujuan penelitian yang ada, antara lain untuk mengetahui model promosi wisata dinas parawisata kabupaten tapanuli tengah dalam mengembangkan pulau mursala sebagai tujuan wisata. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu dengan metode wawancara secara mendalam terhadap informan. Maka penelitian harus memaparkan dan menggambarkan data-data yang di peroleh melalui wawancara tersebut. Dalam penelitian ini, penulis memerlukan informan atau narasumber untuk di wawancarai yang telah dipilih berdasarkan kriteria yang telah di tentukan oleh peneliti guna mengumpulkan data yang akurat dan sesuai dengan yang peneliti butuhkan dalam penelitian ini. Pada saat wawancara dilakukan peneliti menggunakan alat perekam agar proses wawancara dapat dilakukan dengan cepat dan seluruh jawaban yang di sampaikan oleh informasi dapat tersimpan dengan baik.

4.1.1. Sejarah Pulau Mursala

Pulau Mursala merupakan pulau yang berada di Kabupaten Tapanuli Tengah, nama Mursala tidak lahir begitu saja, ada serangkaian cerita bergulir dibelakangnya. Pada abad VII, banyak bangsa Arab datang ke Pantai Barus untuk singgah dan melakukan pertukaran komoditi. Pintu masuk bangsa Arab ke pantai Barus melalui pelabuhan niaga samudera, Barus ada yang memperkirakan hingga ada sejak 3.000 tahun sebelum Masehi. Bahkan, ada yang memperkirakan hingga 5.000 tahun sebelum Masehi. Perkiraan ini didasarkan pada temuan bahan pengawet dari berbagai Mummy Fir'aun Mesir kuno salah satu pengawetnya menggunakan kamper atau kapur barus. Getah kayu yang paling baik kualitasnya, saat itu hanya ditemukan di sekitar Barus. Sejarawan era kemerdekaan Prof. Mr. Mhd. Yamin, S.H memperkirakan perdagangan rempah-rempah di antaranya kamper, sudah dilakukan pedagang Nusantara sejak 6.000 tahun lalu ke berbagai penjuru dunia. Lebih kedepan dari perkiraan itu, berdasarkan arsip-arsip tua berasal dari kitab suci, misalnya di Injil perjanjian lama, menceritakan Raja Sulaiman, memerintahkan rakyatnya melakukan perdagangan dan membeli rempah-rempah hingga Ophir.

Objek patutu diduga sebagai Barus/Lobu Tua. Perkiraan itu mempunyai jejak spritual berbentuk kepercayaan Monotheisme. Misalnya Ugomo Parmalim yang menjadi agama asli etnis Batak, meyakini Tuhan Yang Maha Esa dengan sebutan Ompu Mulajadi Na Bolon. Peradaban lain sempat menyentuh emporium Barus, adalah Yunani yang diperkirakan para pedagangnya mengunjungi Barus di awal-awal Masehi. Seorang pengembara Yunani Claudius Ptolomeus mencatat

perjalanannya hingga ke Barousai sekitar tahun 70 M. Pencatat sejarah Yunani itu menyebutkan bahwa selain pedagang Yunani, Pedagang Venesia, India, Arab dan Tiongkok juga lalu lalang ke Barus untuk mendapatkan rempah-rempah. Lalu pada arsip tua India “Kathasaritsagara” sekitar tahun 600 M, mencatat perjalanan seorang Brahmana mencari anaknya hingga ke Barus. Brahmana itu mengunjungi Keladvipa (pulau kelapa diduga Sumatera) dengan rute Ketaha (Kedah) , menyusuri pantai Barat hingga ke Karpuradvipa (Barus).



Gambar 4.1.
Pulau Mursala

Bangsa Tiongkok sejak lama mengenal Barus sebagai Po Law Che. Misalnya, dari catatan Hsuan Tsang dari era Dinasti Tang tahun 645 M dan pengembara I Tcing, tahun 685 M. Selain itu, sekelompok penyebar ajaran Kristen Sekte Nestorian dari Konstantinopel, pusat Kerajaan Byzantium Timur, menjejakkan kakinya di Barus. Kelompok itu diperkirakan datang sekira tahun 600 M dan mendirikan gereja pertama di Desa Pancuran, Barus. Lalu di tahun itu juga, pedagang Arab memasuki Barus sekira 627-643 M atau sekira tahun 1

Hijriah, dan menyebarkan agama Islam di daerah itu. Diantaranya Wahab bin Qabishah mendarat di Pulau Mursala pada 627 M. Ada juga utusan Khulafaur Rasyidin, bernama Syekh Ismail akan ke Samudera Pasai dan singgah di Barus, sekira tahun 634 M. Sebelum memasuki Barus, mereka kerap melakukan ibadah di ujung sebuah pulau besar. Kebiasaan ini berlangsung lama, sehingga nelayan menamai pulau tersebut dengan rangkaian dari kata Mur dan Shalat, yaitu "Mursala". Mur merupakan sebutan lain untuk orang Arab. Sejak itu, tercatat bangsa Arab (Islam) mendirikan koloni di Barus. Bangsa Arab menamakan Barus dengan sebutan Fansur atau Fansuri, misalnya oleh penulis Sulaiman pada 851 M dalam bukunya "Silsilatus Tawarikh".

Berikutnya Dinasti Syailendra dari Champa (Muang Thai) menaklukkan emporium Barus sekira 850 M dan menamakan koloni itu sebagai Kalasapura. Setelah penaklukan itu, di pelabuhan itu berdiri koloni terdiri dari berbagai bangsa terpisah dengan masyarakat asli. Tercatat, tahun 1088 ada perkumpulan dagang Tamil (India) di koloni itu. Namun sekali lagi, koloni Barus di bumi hanguskan sekira tahun 1127 M oleh Kerajaan Marina dari Madagaskar, Afrika.

Seabad setelah itu, Bangsa Eropa menemukan koloni Barus baru. Penjelajah terkenal bangsa Italia Marcopolo menjejakkan kakinya di bandar perniagaan itu pada 1292 M. Sedangkan sejarawan muslim ternama Ibnu Bathuthah mengunjungi Barus pada 1345 M. Berikutnya pelaut Portugis berdagang di Barus pada 1469 M. Sedangkan pedagang dari berbagai belahan

dunia lain menyinggahi Barus, tercatat dari Ceylon (Sri Lanka), Yaman, Persia, Inggris dan Spanyol.

Pulau Mursala sejak lama dijadikan sebagai persinggahan para nelayan mencari ikan untuk beristirahat. Namun belakangan, pulau ini tidak saja sebagai tempat persinggahan, tapi sebagai tempat tinggal tidak diketahui persis, mulai kapan pulau tersebut mulai dijadikan sebagai tempat tinggal.

Tahun 2007, pemerintah kabupaten Tapanuli Tengah melakukan kunjungann untuk melakukan pendataan jumlah penduduk di pulau tersebut. Pendataan bertujuan apakah pulau ini sudah dapat dijadikan desa atau tidak. Dari hasil pendataan tersebut, pulau ini telah dihuni 120 kepala keluarga berasal dari perantauan pulau Nias korban Tsunami tahun 2005. Tahun 2008, pemerintah kabupaten Tapanuli Tengah menetapkan pulau ini menjadi desa Mursala kecamatan Tapan Nauli. Sejak lama pulau ini dijadikan sebuah desa, fasilitas yang tersedia masih memprihatinkan.

Mata pencaharian penduduk di pulau Mursala diantara bertani menanam sayur, nelayan, mencari tripang untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Dalam berkomunikasi sehari-hari penduduk menggunakan bahasa Nias sementara untuk berbahasa Indonesia jarang sekali terdengar, ini karena penduduk disana tidak akti berbahasa Indonesia, kalau pun ada, hanya pasif.

Pulau Mursala yang sering disebut Mansalaar Island, merupakan pulau terbesar di Wilayah Kabupaten Tapanuli Tengah. Secara administratif pulau ini termasuk wilayah Kecamatan Tapan Nauli, Kabupaten Tapanuli Tengah, Provinsi Sumatera Utara yang terletak disebelah Barat Daya Kota Sibolga dan berjarak

22,5 Km dari Pandan, Tapanuli Tengah terletak pada koordinat $01^{\circ}38'6,09''$ Lintang Utara dan $98^{\circ}35'7,22''$ Bujur Timur.

4.1.2. Profil Informan

Tabel 4.1 Profil Informan

No	Nama Informan	Umur	Pekerjaan
1	Diego Maradona Sitanggung	50 Tahun	Kepala Bidang Kebudayaan
2	Rahmah Suryanio Damanik	28 Tahun	Kepala Bidang Pengembangan Objek Wisata
3	Nurhayati	30 Tahun	Kepala Bidang Pemasaran

4.1.3. Model Promosi Wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah Dalam Mengembangkan Pulau Mursala Sebagai Tujuan Wisata

Dari hasil wawancara dengan para informan peneliti mendapatkan hasil penelitian bahwa Model Promosi Wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah Dalam Mengembangkan Pulau Mursala Sebagai Tujuan Wisata mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke pulau Mursala. Berikut ini peneliti menjabarkan hasil wawancara dengan 3 orang yang merupakan kepala bidang kesenian dan kebudayaan, kepala bidang pengembangan objek pariwisata dan kepala bidang pemasaran.

INFORMAN PERTAMA

1. Apakah telah dilakukan perbaikan akses, infrastruktur dan penambahan fasilitas sebagai model promosi wisata pada pulau Mursala?

“Menurut Diego Maradona Sitanggung Sudah dilakukan”

2. Jika sudah dibentuk perbaikan akses infrastruktur dan penambahan fasilitas apa yang dilakukan?

“Menurut Diego Maradona Sitanggung Hal utama dari salah satu bentuk akses menuju Pulau Mursala yang telah kami perbaiki atau kembangkan adalah sarana transportasi. Sarana transportasi sangat dibutuhkan dalam menuju suatu objek dan daya tarik wisata, seperti penyediaan sarana angkutan umum yang baik dan murah dan dengan jumlah armada yang cukup”

3. Apakah bentuk wisata yang disajikan dalam menunjang perkembangan pulau Mursala sebagai objek wisata?

“Menurut Diego Maradono Sitanggung sebagai Kepala Bidang Kesenian dan Kebudayaan : Jika menempuh perjalanan darat wisatawan dapat melihat panorama alam Kabupaten Tapanuli, dengan panorama alam Kabupaten Tapanuli Tengah yang hijau dan beberapa objek serta daya tarik wisata dapat terlihat dalam perjalanan menuju Kabupaten Tapanuli Tengah, seperti Batu Lobang dan Bukit Anugerah juga beberapa objek dan daya tarik lainnya”

4. Apakah dalam mempromosikan pulau Mursala digunakan duta wisata dan di manfaatkan teknologi terkini seperti internet?

“Menurut Diego Maradona Sitanggung sebagai Kepala Bidang Kesenian dan Kebudayaan Dinas Parawisata dan Kebudayaan Tapanuli Tengah : Kami juga mengangkat beberapa Duta Wisata sebagai salah satu penarik bagi wisatawan, karena dengan adanya Duta Wisata akan sangat mudah

dalam menarik wisatawan. Selain tampilan fisik mereka yang tentu ‘menjual’ dan lebih memiliki daya tarik diatas rata-rata fisik usia seusia mereka. Selain itu Duta Wisata tentu memiliki tanggungjawab dalam memberikan wacana terbaik didaerahnya kepada semua pihak diluar daerah”.

INFORMAN KEDUA

1. Apakah telah dilakukan perbaikan akses, infrastruktur dan penambahan fasilitas sebagai model promosi wisata pada pulau Mursala?

“Menurut Rahmah Suryanio Damanik kami sudah melakukan perbaikan akses, infrastruktur dan penambahan fasilitas walaupun masih ada beberapa hal yang belum dapat dipenuhi”.

2. Jika sudah bentuk perbaikan akses, infrastruktur dan penambahan fasilitas apa yang telah dilakukan?

“Menurut Rahmah Suryanio Damanik Akses menuju pulau Mursala sudah tersedia dan cukup baik. Untuk menuju pulau Mursala sudah tersedia jalur laut dapat menggunakan kapal biasa atau kapal cepat (*speed board*) dengan jarak tempuh yang memerlukan waktu sekitar satu jam perjalanan jika mengendarai kapal cepat (*speed board*). Sedangkan jika mengendarai kapal biasa, jarak tempuh dapat memakan waktu hingga 3 jam dari dermaga yang terletak di pesisir kota Pandan. Selain melalui akses darat dan laut, untuk mencapai Kabupaten Tapanuli Tengah, pemerintah juga telah menyediakan penerbangan komersial dari Medan, dengan waktu tempuh dari Bandara Internasional Kuala Namu ke Bandara FL Tobing

Pinangsori, Kabupaten Tapanuli Tengah hanya sekitar 45 menit. Namun untuk saat ini hanya tersedia Garuda Indonesia dan Wings Air saja. Kalau dari Medan, untuk jalur darat menuju Kabupaten Tapanuli Tengah dapat menggunakan bus umum seperti Bus Makmur, Bus Bintang Utara, Bus Berlian dan beberapa bus lainnya dari Terminal Bus Amplas ataupun Taksi Travel dari loket masing-masing dengan jarak tempuh dari medan ke Kabupaten Tapanuli Tengah sekitar 10 jam. Terdapat beberapa hal yang belum terpenuhi dalam pelaksanaan perbaikan infrastruktur dan fasilitas objek wisata Pulau Mursala, yang diantaranya adalah :

a. Fasilitas dan Infrastruktur Masih Kurang

Fasilitas dan Infrastruktur parawisata yang ada di beberapa objek wisata di Kabupaten Tapanauli Tengah kurang optimal, ini dikarenakan pengembangan parawisata masih dua hingga tiga tahun ini. Seperti yang ditemukan di lapngan akses menuju objek wisata di Pulau Mursala jalan berbatu dan berlubang, bila di musim hujan jalan menjadi berlumpur. Kondisi jalan setelah melewati jalan umum menuju Pulau Mursala jalan yang tadi nya beraspal berubah menjadi jalan bertanah dan berbatu serta penuh lubang. Selain itu fasilitas seperti tong sampah juga kurang diperhatikan, walaupun pemerintah telah menyadari fasilitas tong sampah namun para pengunjung atau wisatawan banyak yang tidak bertanggungjawab, sehingga akhirnya banyak ditemukan sampah yang beserakan di sekitar objek wisata

b. Dana Yang Sangat Terbatas

Terbatasnya dana yang telah dianggarkan Pemerintah Kabupaten Tapanauli Tengah merupakan suatu kendala yang cukup besar dalam pemasaran parawisata maupun pengembangan parawisata. Saat ini pemerintah hanya menyiapkan dana sekitar Rp. 1.000.000.000,- untuk program pemasaran parawisata.

c. Lokasi Objek Wisata Yang Cukup Jauh

Luas Kabupaten Tapanauli Tengah 2.158Km. Menyebabkan lokasi objek wisata berjauhan terutama antara Pulau Mursala dan beberapa objek wisata lainnya. Sehingga mendorong pemerintah daerah untuk membangun jalan menuju objek wisata.

d. Biaya Cenderung Mahal

Pengelolaan wisata di Pulau Mursala belum terintegrasi antara pelaku wisata dengan pemerintah daerah. Sehingga setiap pelaku wisata cenderung mematok harganya sendiri. Hal ini jelas sangat dirasakan oleh wisatawan, karena harga cukup mahal untuk berwisata. Dinas Kebudayaan dan Parawisata menyadari keluhan yang datang, karena pengembangan parawisata di Kabupaten Tapanauli Tengah. Baru beberapa tahun ini saja. Dinas Kebudayaan dan Parawisata telah berupaya untuk menjaga stabilitas harga yang dipatok oleh pelaku-pelaku wisata untuk menjaga minat wisatawan yang akan datang ke Pulau Mursala.

e. Kualitas Sumber Daya Manusia Yang Masih Kurang

Dalam mempersiapkan potensi Pulau Mursala menjadi sebuah objek wisata, pemerintah melakukan sejumlah pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia di daerah tersebut. Pelatihan-pelatihan yang telah dilakukan seperti pelatihan Bahasa Inggris bagi tukang becak, pelatihan pemandu wisata, pengelolaan *home stay* atau rumah singgah dan kuliner. Dengan begitu diharapkan mampu meningkatkan ekonomi masyarakat setempat dengan ekonomo kreatif

f. Kesadaran Wisata Masih Berkurang

Hambatan yang timbul dari wisatawan yang masyarakat sekitar objek wisata adalah masih kurangnya kesadaran para wisatawan dan masyarakat sekitar objek wisata untuk menjaga kebersihan lingkungan. Masih banyak ditemukan sampah disekitar objek wisata. Hal ini menjadi tanggung jawab bersama untuk menjaga kebersihan objek wisata. Tidak diperuntukkan oleh wisatawan saja tetapi semua yang ada. Seperti terjadi tanggal 12 Juni 2013. Komunitas mahasiswa yang kuliah di luar daerah melakukan kerja bakti membersihkan kawasan pantai pulau Santen dan sekitarnya. Ironisnya saat para mahasiswa memungut sampah yang bertebaran di pasir pantai pulau Mursala, sejumlah warga sekitar yang berada di lokasi hanya berpangku tangan melihat para mahasiswa sedang membersihkan daerah tersebut.

3. Apakah ada investor yang membantu dalam perbaikan akses, infrastruktur dan penambahan fasilitas pulau Mursala?

“Menurut Rahmah Suryani Damanik telah dilakukan upaya dalam peningkatan fasilitas dan Infrastruktur di Kabupaten Tapanauli untuk mendukung perkembangan objek wisata Pulau Mursala. Pada tahun 2014 saja, Pemerintah telah mengalokasikan sekitar Rp.8000.000.000-, untuk perbaikan jalan menuju Pulau Mursala. Kemudian di Tahun 2013, Pemerintah kembali menurunkan dana sekitar Rp.2000.000.000-, yang berasal dari APBN, APBD II yang digunakan untuk memperbaiki jalan menuju Pulau Mursala dan membangun fasilitas serta Infrastruktur lainnya, sehingga wisatawan merasa nyaman berkunjung ke Pulau Mursala. Dengan dana tersebut kami berusaha melakukan perbaikan yang signifikan terhadap fasilitas dan Infrastruktur di Pulau Mursala, walaupun tidak sepenuhnya dapat terpenuhi. Investasi di sektor pariwisata semakin diminati investor asing maupun domestik. Berdasarkan data yang pernah kami lihat dari salah satu situs berita Investasi di sektor pariwisata rata-rata mengalami pertumbuhan hingga 20% per tahun, dan pada 2017 tercatat mencapai 31% atau Rp 1,7 miliar USD sebagaimana data BKPM. Tingginya minat investor dalam berinvestasi di sektor pariwisata itu merupakan salah satu peluang bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tapanauli dalam mengembangkan objek wisata di Kabupaten Tapanauli Tengah yang khususnya Pulau Mursala. Antara lain dari Amerika Serikat, Jepang, Singapura, Taiwan, Australia, dan Rusia. Dengan demikian

Kepada Bidang Pemasaran dalam mendukung hal tersebut, berupaya mengembangkan investasi parawisata di Pulau Mursala dengan menerapkan sejumlah strategi diantaranya memberikan insentif, kemudahan, serta melakukan promosi investasi. Strategi tersebut dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan, serta mampu meningkatkan pendapatan nasional, daerah dan masyarakat”.

4. Apakah bentuk wisata yang disajikan dalam menunjang perkembangan pulau Mursala sebagai objek wisata?

“Menurut Rahmah Suryani Damanik sejumlah Strategi pengembangan destinasi parawisata di Pulau Mursala harus terus diimplementasikan diantaranya pengembangan perwilayahan, atraksi wisata, aksesibilitas, amentias, masyarakat dan investasi. Dalam pengembangan perwilayahan, pembangunan destinasi parawisata difokuskan pada sejumlah wilayah diantaranya adalah Pulau Mursala sendiri. Sebagai penarik wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Mursala, pengembangan atraksi wisata yang dilakukan meliputi daya tarik wisata alam, budaya, serta buatan. Sementara itu untuk mempermudah pergerakan wisatawan menuju destinasi parawisata dilakukan peningkatan aksesibilitas berupa prasarana transportasi, sarana transportasi dan sistem transportasi”.

5. Apakah dalam mempromosikan pulau Mursala digunakan duta wisata dan dimanfaatkan teknologi terkini seperti internet?

“Menurut Rahmah Suryani Damanik sebagian Duta Wisata di Tapanuli Tengah menjalankan fungsinya dengan baik, walaupun masih ada juga beberapa Duta Wisata yang hanya sekedar menjadi Duta Wisata namun tidak pernah peduli akan gelar yang disandangnya. Hal tersebut saya simpulkan berdasarkan isi akun media sosial mereka, yang tidak semua Duta Wisata Tapanuli Tengah bangga menunjukkan keindahan seni, budaya dan potensi wisata daerah mereka. Sebagian bangga dengan kunjungan luar negeri yang mereka jajaki, sebagian lagi memenuhi akun media sosialnya dengan wajah-wajah tampan/cantik yang dikemas dalam ragam ekspresi dan foto-foto aktivitas *hedonist, party to party*. Hal ini sungguh sangat miris”.

6. Apakah dalam mempromosikan Pulau Mursala sebagai Objek Wisata dibuat Aplikasi Khusus?

“Menurut Rahma Suryani Damanik Dinas Kebudayaan dan Parawisata ingin menggunakan sebuah situs dan aplikasi resmi yang akan digunakan sebagai Model Promosi Wisata Kabupaten Tapanuli Tengah khususnya Pulau Mursala yang akan di akses di suatu alamat/url tertentu dan aplikasinya dapat diunduh di Playstore. Sebagai bentuk media online, aplikasi mobile ini dalam mengenalkan objek parawisata di Tapanuli Tengah diharapkan benar-benar mampu menjangkau wisatawan yang aktif dalam dunia maya. Rencananya aplikasi tersebut akan berisi peta Objek Wisata dan berbagai akomodasi wisata di Kabupaten Tapanuli

Tengah dan tak lupa sejak sejarah Kabupaten Tapanuli Tengah yang menjadi bagian dari parawisata Kabupaten Tapanuli Tengah”.

INFORMAN TIGA

1. Apakah telah dilakukan perbaikan akses, infrastruktur dan penambahan fasilitas sebagai model promosi wisata pada pulau Mursala?

“Menurut Nurhayati sudah”

2. Jika sudah dibentuk perbaikan akses infrastruktur dan penambahan fasilitas apa yang dilakukan?

“Menurut Nurhayati dalam perjalanan menuju pulau Mursala, wisatawan dapat melihat keindahan laut dengan air yang biru, pasir putih dan pulau-pulau yang tersebar di perairan laut Tapanuli Tengah. Hal ini menjadikan perjalanan menuju pulau Mursala sangat menyenangkan dan jelas akan mampu menarik wisatawan.

3. Apakah bentuk wisata yang disajikan dalam menunjang perkembangan pulau Mursala sebagai objek wisata?

“Menurut Nurhayati pengembangan destinasi pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah khususnya Pulau Mursala haruslah bertujuan *costumer-centric strategy* yang mencakup tiga hal, yaitu (1) *costumer satisfaction* dimana wisatawan puas dengan destinasi wisata yang ditawarkan. (2) *costumer retention/loyalty* dimana wisatawan berkunjung kembali dan loyal dengan destinasi wisata Indonesia. (3) *costumer advocac* dimana wisatawan merekomendasikan destinasi wisata Indonesia kepada wisatawan lain. Untuk menyukkseskan pembangunan kepariwisataan

Kabupaten Tapanuli Tengah tersebut ada beberapa hal yang harus terus dibangun seperti pembangunan daya tarik wisata/atraksi, pembangunan prasarana, penyediaan fasilitas umum, pembangunan fasilitas pariwisata dan pemberdayaan masyarakat.

4. Apakah dalam mempromosikan pulau Mursala digunakan duta wisata dan dimanfaatkan teknologi terkini seperti internet?

“Menurut Nurhayati Tidak ada yang salah dengan foto pribadi, karena itu hak personal mereka selaku pemilik akun, tetapi tentu porsinya jangan mengalahkan foto-foto objek wisata daerah dimana mereka berasal. Karena sudah jadi tugas utama mereka memperkenalkan potensi seni, budaya dan pariwisata daerah Tapanuli Tengah. Selain itu, duta wisata kini dihadapkan dengan ragam tanggung jawab yang cukup kompleks, yang diantaranya adalah keharusan untuk terus belajar, mengasah kemampuan komunikasi karena duta wisata tentulah sosok yang luwes dalam berkomunikasi, membekali diri dengan banyak kemampuan yang berhubungan dengan tugas duta wisata dan keperluan personal sebagai pribadi remaja yang unggul. Saya sangat mengapresiasi sosok-sosok duta wisata daerah Tapanuli Tengah yang berkenan terjun langsung ke lapangan memandu wisatawan. Karena kesediaan dan kemampuan terjun langsung ke lapangan mendampingi wisatawan adalah kemampuan yang tidak semua personl memilikinya, meski duta wisata perkotaan/ibukotaa sekalipun. Media dalam pemasaran pariwisata sangat memiliki peran penting dalam penyampaian pesannya kepada sasaran, walaupun untuk

memilih media yang akan digunakan sebagai bahan promosi tampak sebagai pekerjaan sederhana dan mudah, namun sebenarnya tidak demikian karena harus ada beberapa perhitungan yang tepat agar promosi yang dilakukan tepat sasaran. Karena dalam pemilihan media sangat tergantung pada sifat dan karakteristik masing-masing media tersebut. Untuk pemanfaatan media internet sendiri memiliki karakteristik yang menggabungkan antara gambar, suara dan teks. Hal tersebut kelebihan yang tidak dimiliki jenis media lain. Media internet dapat menjangkau secara luas dan bukan hanya dalam Negeri saja, namun juga Mancanegara tanpa batas waktu atau bisa diakses kapan saja. Perencanaan media harus mempertimbangkan secara cermat karakteristik dari masing-masing media tersebut, begitu pula berbagai faktor lainnya. Proses pemilihan media akan semakin kompleks jika dalam perencanaannya dapat memilih sejumlah media yang sejenis. Perencanaan media merupakan kegiatan yang sangat penting dalam pemasaran pariwisata. Sering kali pemasaran pariwisata menjadi kegiatan pengeluaran dana yang besar, namun tidak memberikan hasil yang diharapkan. Sebab dari itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menggunakan berbagai media dalam memasarkan pariwisata pulau Mursala, yang salah satunya adalah dengan media internet yang terbukti terbukti telah mampu mengundang banyak wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata pulau Mursala.

4.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini dan wawancara dengan beberapa informan, maka diketahui bahwa model promosi yang digunakan dalam memperkenalkan pulau Mursala sebagai objek wisata kepada para wisatawan ialah dengan memilih duta wisata dan memanfaatkan peran media seperti media internet, cetak dan lain sebagainya. Sedangkan untuk promosi menggunakan aplikasi *mobile official* kota belum dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tapanuli Tengah, namun telah dilakukan perencanaan untuk segera merilis aplikasi *mobile official* kota dan bukan hanya pulau Mursala saja tetapi juga mencakup seluruh objek wisata yang berada di Tapanuli Tengah.

Akses merupakan salah satu prasarana pariwisata yang harus dimiliki suatu objek dan daya tarik wisata agar dapat dikatakan sebagai objek dan daya tarik wisata. Seperti dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa hal utama dari salah satu bentuk akses menuju pulau Mursala yang telah diperbaiki atau dikembangkan adalah sarana transportasi. Sarana transportasi sangat dibutuhkan dalam menuju objek dan daya tarik wisata, seperti penyediaan sarana angkutan umum yang baik dan murah dengan jumlah armada yang cukup.

Selain perbaikan atau pengembangan akses, telah dilakukan upaya dalam meningkatkan fasilitas dan infrastruktur di Kabupaten Tapanuli Tengah untuk mendukung perkembangan objek wisata pulau Mursala. Pada tahun 2013 pemerintah mengalokasikan dana kurang lebih sekitar 2.000.000.000. Kemudian pada tahun 2014 pemerintah kembali mengalokasikan dana kurang lebih sekitar Rp. 8.000.000.000 yang berasal dari APBN, APBD II, digunakan untuk

memperbaiki jalan menuju pulau Mursala dan membangun fasilitas serta infrastruktur lainnya sehingga wisatawan merasa nyaman berkunjung ke Pulau Mursala. Dengan dana tersebut berusaha dapat melakukan perbaikan yang signifikan terhadap fasilitas dan infrastruktur di pulau Mursala walaupun tidak semuanya dapat terpenuhi.

Investor merupakan suatu pihak atau perorangan ataupun lembaga yang berasal dari dalam negeri yang melakukan suatu kegiatan investasi yang bersifat jangka panjang ataupun jangka pendek. Seperti dari hasil wawancara bahwa investasi di sektor pariwisata semakin diminati investor asing maupun domestik. Berdasarkan data dari salah satu situs berita investasi di sektor pariwisata rata-rata mengalami pertumbuhan hingga 20% pertahun dan pada tahun 2017 tercatat mencapai 31% atau Rp. 1,7 miliar USD sebagaimana data BKPM.

Tingginya minat investor dalam berinvestasi di sektor pariwisata itu merupakan salah satu peluang bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dalam mengembangkan objek wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah yang khususnya di pulau Mursala. Saat ini sudah banyak investor asing yang mulai tertarik menanamkan modalnya di sektor pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah yang khususnya pula Mursala antara lain Amerika Serikat, Jepang, Singapura, Taiwan, Australia dan Rusia. Dengan demikian kepala bidang pemasaran dalam mendukung hal tersebut, berupaya mengembangkan investasi pariwisata pulau Mursala dengan menerapkan sejumlah strategi diantaranya memberikan insentif, kemudahan serta melakukan promosi investasi. Strategi tersebut dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata

di Kabupaten Tapanuli Tengah agar dapat tercipta destinasi yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan serta mampu meningkatkan pendapat nasional, daerah dan masyarakat.

Media adalah pokok utama yang memiliki peran peting untuk menyampaikan pesan dengan jangkauan luas kepada sasaran namun harus mempertimbangkan bagaimana karakteristik media itu sendiri. Seperti hasil dari wawancara bahwa perkembangan media harus mempertimbangkan secara cermat karakteristik dari masing-masing media tersebut, begitu pula berbagai faktor lainnya. Proses pemilihan media akan semakin kompleks jika dalam perencanaannya dapat memilih sejumlah media yang sejenis. Perencanaan media merupakan kegiatan yang sangat penting dalam pemasaran pariwisata. Seringkali pemasaran pariwisata menjadi kegiatan pengeluaran dana yang besar, namun tidak memberikan hasil yang diharapkan. Sebab dari itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menggunakan berbagai media dalam memasarkan pariwisata pulau Mursala yang salah satunya adalah dengan media internet yang terbukti telah mampu mengundang banyak wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata pulau Mursala.

Untuk menjangkau wisatawan potensial Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga ingin memanfaatkan aplikasi *mobile* sebagai salah satu bentuk promosi objek wisata pulau Mursala dan sekitarnya. Karena dengan aplikasi *mobile* wisatawan atau calon pengunjung akan lebih mudah untuk melihat destinasi wisata yang terdapat di Kabupaten Tapanuli Tengah khususnya pulau Mursala.

Manfaat pengembangan pulau Mursala sebagai tujuan wisata yang tentunya akan langsung memberikan dampak positif bagi warga tentu saja adalah dampak positif bagi tingkat kehidupan warga dalam hal ini seperti mampu memunculkan lapangan kerja baru hingga meningkatkan kualitas hidup masyarakat pedesaan melalui fasilitas desa yang diperbaiki agar layak dikunjungi.

Selain itu manfaat pengembangan pulau Mursala sebagai tujuan wisata lainnya adalah dapat menghidupkan budaya, tradisi atau lingkungan adat sebagai salah satu komoditas wisata budaya lokal yang juga menjaga agar tetap lestari. Karena umumnya, budaya atau tradisi ini sulit untuk dilestarikan karena mulai hilangnya ketertarikan pada budaya tersebut.

Potensi pariwisata yang dimiliki Kabupaten Tapanuli Tengah sangat bervariasi dan tidak akan dimiliki daerah lain di Indonesia bahkan dunia. Tapanuli Tengah memiliki 30 buah pulau eksotik yang sangat indah, 24 air terjun yang tersebar di seluruh daerah. Salah satu potensi pariwisata yang paling istimewa dan hanya satu-satunya di dunia yakni air terjun pulau Mursala, air terjun yang berada ditengah-tengah laut.

Tapanuli Tengah memiliki objek panorama hutan tropis yang memiliki flora dan fauna langka, termasuk ratusan bunga anggrek yang sangat cantik. Selain potensi wisata alam Tapanuli Tengah juga memiliki potensi wisata religi yang layak untuk dikunjungi.

Konsep pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan perencanaan strategi seperti yang telah dirumuskan oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata RI yaitu dengan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan

membuka kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan serta pemerataan pembangunan di bidang pariwisata. Mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkesinambungan sehingga memberikan manfaat sosial-budaya, sosial ekonomi bagi masyarakat dan daerah serta terpeliharanya mutu lingkungan hidup. Menciptakan iklim yang kondusif bagi pengembangan pariwisata Indonesia sebagai berdayaguna, produktif, transparan dan bebas KKN untuk melaksanakan fungsi pelayanan kepada masyarakat dalam institusi yang merupakan amanah yang dipertanggung jawabkan.

Faktor pendorong dalam pengembangan pariwisata dengan berkurangnya peranan minyak bumi sebagai sumber devisa negara jika dibandingkan dengan waktu lalu. Merosotnya nilai ekspor dalam sektor nonmigas. Adanya kecenderungan peningkatan pariwisata secara konsisten. Besarnya potensi yang dimiliki bangsa Indonesia bagi pengembangan pariwisata.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat diuraikan simpulan sebagai berikut:

1. Model promosi yang digunakan dalam memperkenalkan Pulau Mursala sebagai objek wisata kepada para wisatawan ialah dengan memilih Duta Wisata, dan memanfaatkan peran media seperti media internet, cetak dan lain sebagainya. Sedangkan untuk promosi menggunakan aplikasi mobile official kota belum dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tapanuli Tengah, namun telah dilakukan perencanaan untuk segera merilis aplikasi mobile official kota, dan bukan hanya Pulau Mursala saja namun juga mencakup seluruh objek wisata yang berada di Tapanuli Tengah.

Model promosi yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dalam mengembangkan Pulau Mursala sebagai tujuan wisata sudah sangat efektif. Dimana dengan model promosi seperti dengan mengangkat Duta Wisata dan promosi melalui media internet serta beberapa media lainnya mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pulau Mursala.

2. Manfaat yang diperoleh dari pengembangan Pulau Mursala sebagai tujuan wisata, yaitu (1) Manfaat Bagi Kehidupan Masyarakat dan Budaya Setempat, (2) Manfaat Bagi Perekonomian Masyarakat Setempat, (3)

Meningkatkan Keberadaan Industri Kecil Menengah di Kawasan Pulau Mursala, dan (4) Mengenalkan Produk Lokal.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait yang bersangkutan dengan hasil penelitian ini antara lain:

1. Dengan tingkat efektivitas model promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah yang sudah sangat baik, diharapkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah tetap terus dapat mengembangkan model-model promosi lainnya, sehingga wisatawan terus meningkat setiap tahunnya.
2. Diharapkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dapat membuat atau segera merilis aplikasi mobile official kota sebagai salah satu model promosi objek wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah terutama Pulau Mursala.
3. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah juga harus mampu membantu masyarakat sekitar objek wisata Pulau Mursala dalam membangun tempat-tempat atau lokasi agar masyarakat dapat mencari nafkah dengan cara menjual hasil Bumi Mursala, dan kreatifitas kerajinan khas daerah mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, P. K. dan G. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Bangun, N. C. 2008. *Strategi Pengembangan Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif di Desa Barusjahe Kabupaten Karo Sumatera Utara*. Universitas Sumatera Utara. repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/26804/4/Chapter II.pdf.
- Effendy, O. U. 2010. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Formasi Berita. 2018. *Definisi Pengembangan Pariwisata - Bagian 1 / Formasi Berita*. <http://formasiberita.blogspot.com/2018/01/definisi-pengembangan-pariwisata-bagian.html>.
- Kasali, R. 2011. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Keller, P. K. dan K. L. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, D. 2014. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Soemanagara, J. K. & D. 2012. *Marketing Communication-Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Subagyo, A. 2012. Antisipasi Masalah Rawan Pangan di Kabupaten Tuban sebagai Prioritas Kedua Daerah Rawan Pangan di Provinsi Jawa Timur 2012. *E Journal*, Vol. 6(No. 7).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahab, S. 2013. *Pengertian Pemasaran Wisata Menurut Para Ahli*. Jakarta: PT. Pradya Paramitha.
- Wahid, A. 2015. *Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat Menuju Destinasi Utama Wisata Islami*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Waluyo, A. 2007. *Manajemen Publik. Konsep, Aplikasi & Implementasinya Dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah*. Bandung: Mandar Maju.
- Widjaja, A. 2010. *Dasar-Dasar Customer Relationship*. Jakarta: Harvarin.

Lampiran
HASIL WAWANCARA

1. Apakah telah dilakukan perbaikan akses, infrastruktur dan penambahan fasilitas sebagai model promosi wisata pada pulau Mursala?
 - a. Diego Maradona Sitanggung sebagai Kepala Bidang Kesenian dan Kebudayaan: Sudah dilakukan.
 - b. Rahmah Suryanio Damanik sebagai Kepala Bidang Pengembangan Objek Pariwisata: Kami sudah melakukan perbaikan akses, infrastruktur dan penambahan fasilitas walaupun masih ada beberapa hal yang belum dapat terpenuhi.
 - c. Nurhayati sebagai Kepala Bidang Pemasaran: Sudah.
2. Jika sudah, bentuk perbaikan akses, infrastruktur dan penambahan fasilitas apa yang telah dilakukan?
 - a. Diego Maradonna Sitanggung sebagai Kepala Bidang Kesenian dan Kebudayaan: Hal utama dari salah satu bentuk akses menuju Pulau Mursala yang telah kami perbaiki atau kembangkan adalah sarana transportasi. Sarana transportasi sangat dibutuhkan dalam menuju suatu objek dan daya tarik wisata, seperti penyediaan sarana angkutan umum yang baik dan murah dan dengan jumlah armada yang cukup.
 - b. Rahmah Suryani Damanik sebagai Kepala Bidang Pengembangan objek Pariwisata: Akses menuju Pulau Mursala sudah tersedia dan cukup baik. Untuk menuju Pulau Mursala melalui jalur laut dapat menggunakan kapal biasa atau kapal cepat (*speed boat*), dengan jarak tempuh yang memerlukan waktu sekitar satu jam perjalanan jika mengendarai kapal cepat (*speed boat*). Sedangkan jika mengendarai kapal biasa, jarak tempuh dapat memakan waktu hingga 3 jam dari dermaga yang terletak di pesisir Kota Pandan.
 - c. Nurhayati Kepala Bidang Pemasaran: Dalam perjalanan menuju Pulau Mursala, wisatawan dapat melihat keindahan laut dengan air yang biru, pasir putih dan pulau-pulau yang tersebar di perairan laut Tapanuli

Tengah, hal ini menjadikan perjalanan menuju pulau Mursala sangat menyenangkan dan jelas akan mampu menarik wisatawan.

- d. Rahmah Suryani Damanik sebagai Kepala Bidang Pengembangan objek Pariwisata mengatakan: Selain melalui akses darat dan laut, untuk mencapai Kabupaten Tapanuli Tengah, pemerintah juga telah menyediakan penerbangan komersial dari Medan, dengan waktu tempuh dari Bandara Internasional Kuala Namu ke Bandara FL Tobing Pinangsori, Kabupaten Tapanuli hanya sekitar 45 menit. Namun untuk saat ini hanya tersedia penerbangan dengan menggunakan maskapai Garuda Indonesia dan Wings Air saja. Kalau dari Medan, untuk jalur darat menuju kabupaten Tapanuli Tengah dapat menggunakan bus umum seperti Bus Makmur, Bus Bintang Utara, Bus Berlian, dan beberapa Bus lainnya dari Terminal Bus Amplas ataupun Taksi Travel dari loket masing-masing dengan waktu jarak tempuh dari Medan ke Kabupaten Tapanuli Tengah sekitar 10 jam.
- e. Rahmah Suryani Damanik sebagai Kepala Bidang Pengembangan objek Pariwisata: Terdapat beberapa hal yang belum terpenuhi dalam pelaksanaan perbaikan infrastruktur dan fasilitas objek wisata Pulau Mursala, yang diantaranya adalah:
 - 1) Fasilitas dan Infrastruktur Masih Kurang

Fasilitas dan infrastruktur pariwisata yang ada di beberapa objek wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah kurang optimal, ini dikarenakan pengembangan pariwisata masih dua hingga tiga tahun ini. Seperti yang ditemukan di lapangan, akses menuju objek wisata di Pulau Mursala jalan berbatu dan berlubang, bila di musim hujan, jalan menjadi berlumpur. Kondisi jalan setelah melewati jalan umum menuju ke Pulau Mursala, jalan yang tadinya beraspal berubah menjadi jalan bertanah dan berbatu serta penuh lubang. Selain itu fasilitas seperti tong sampah juga kurang diperhatikan, walaupun pemerintah telah menyediakan fasilitas tong sampah namun para pengunjung atau wisatawan banyak yang tidak bertanggungjawa,

sehingga akhirnya banyak ditemukan sampah yang berserakan di sekitar objek wisata.

2) Dana yang Sangat Terbatas

Terbatasnya dana yang telah dianggarkan pemerintah Kabupaten Tapanuli Tengah merupakan suatu kendala yang cukup besar dalam pemasaran pariwisata maupun pengembangan pariwisata. Saat ini pemerintah hanya menyiapkan dana sekitar Rp. 1.000.000.000,- untuk program pemasaran pariwisata.

3) Lokasi Objek Wisata yang Cukup Jauh

Luas Kabupaten Tapanuli Tengah 2.158 km² menyebabkan lokasi objek wisata berjauhan terutama antara Pulau Mursala dan beberapa objek wisata lainnya. Sehingga mendorong pemerintah daerah untuk membangun jalan menuju objek wisata.

4) Biaya Cenderung Mahal

Pengelolaan wisata di Pulau Mursala belum terintegrasi antara pelaku wisata dengan pemerintah daerah. Sehingga setiap pelaku wisata cenderung mematok harganya sendiri. Hal ini jelas sangat dirasakan oleh wisatawan, karena harga cukup mahal untuk berwisata. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menyadari keluhan yang datang, karena pengembangan pariwisata di Kabupaten Tapanuli Tengah. baru beberapa tahun ini saja. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata telah berupaya untuk menjaga stabilitas harga yang dipatok oleh pelaku-pelaku wisata untuk menjaga minat wisatawan yang akan datang ke Pulau Mursala.

5) Kualitas Sumber Daya Manusia Yang Masih Kurang

Dalam mempersiapkan potensi Pulau Mursala menjadi sebuah objek wisata, pemerintah melakukan sejumlah pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia di daerah tersebut. Pelatihan-pelatihan yang telah dilakukan seperti pelatihan bahasa Inggris bagi tukang becak, pelatihan pemandu wisata, pelatihan pengelolaan *home stay* atau rumah singgah dan kuliner.

Dengan begitu diharapkan mampu meningkatkan ekonomi masyarakat setempat dengan ekonomi kreatif.

6) Kesadaran Wisata Masih Kurang

Hambatan yang timbul dari wisatawan dan masyarakat sekitar objek wisata adalah masih kurangnya kesadaran para wisatawan dan masyarakat sekitar objek wisata untuk menjaga kebersihan lingkungan. Masih banyak ditemukan sampah di sekitar objek wisata. Hal ini menjadi tanggung jawab bersama untuk menjaga kebersihan objek wisata. Tidak diperuntukkan oleh wisatawan saja tetapi semua yang ada. Seperti yang terjadi pada tanggal 12 Juni 2013. Komunitas mahasiswa yang kuliah di luar daerah melakukan kerja bakti membersihkan kawasan pantai Pulau Santen dan sekitarnya. Ironisnya saat para mahasiswa memungut sampah yang bertebaran di pasir pantai Pulau Mursala, sejumlah warga sekitar yang berada di lokasi hanya berpangku tangan melihat para mahasiswa sedang membersihkan daerah tersebut.

3. Apakah ada investor yang membantu dalam perbaikan akses, infrastruktur dan penambahan fasilitas pulau Mursala?
 - a. Rahmah Suryani Damanik sebagai Kepala Bidang Pengembangan objek Pariwisata: Telah dilakukan upaya dalam peningkatan fasilitas dan infrastruktur di Kabupaten Tapanuli Tengah untuk mendukung perkembangan objek wisata Pulau Mursala. Pada tahun 2014 saja, pemerintah telah menganggarkan sekitar Rp. 8.000.000.000,- untuk perbaikan jalan menuju Pulau Mursala. Kemudian di tahun 2013, pemerintah kembali menurunkan dana sekitar Rp. 2.000.000.000,- yang berasal dari APBN, APBD II, yang digunakan untuk memperbaiki jalan menuju Pulau Mursala, dan membangun fasilitas serta infrastruktur lainnya, sehingga wisatawan merasa nyaman berkunjung ke Pulau Mursala. Dengan dana tersebut kami berusaha melakukan perbaikan yang signifikan terhadap fasilitas dan infrastruktur di Pulau Mursala, walaupun tidak sepenuhnya dapat terpenuhi.

- b. Rahmah Suryani Damanik sebagai Kepala Bidang Pengembangan dan Kepala Bidang Pemasaran: Investasi di sektor pariwisata semakin diminati investor asing maupun domestik. Berdasarkan data yang pernah kami lihat dari salah satu situs berita Investasi di sektor pariwisata rata-rata mengalami pertumbuhan hingga 20% per tahun, dan pada 2017 tercatat mencapai 31% atau Rp. 1,7 miliar USD sebagaimana data BKPM.
 - c. Rahmah Suryani Damanik sebagai Kepala Bidang Pengembangan: Tingginya minat investor dalam berinvestasi di sektor pariwisata itu merupakan salah satu peluang bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dalam mengembangkan objek wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah yang khususnya Pulau Mursala. Saat ini saja sudah mulai banyak investor asing yang mulai tertarik menanamkan modalnya di sektor pariwisata Kabupaten Tapanuli tengah yang khususnya Pulau Mursala, antara lain dari Amerika Serikat, Jepang, Singapura, Taiwan, Australia, dan Rusia. Dengan demikian Kepala Bidang Pemasaran dalam mendukung hal tersebut, berupaya mengembangkan investasi pariwisata Pulau Mursala dengan menerapkan sejumlah strategi diantaranya memberikan insentif, kemudahan, serta melakukan promosi investasi. Strategi tersebut dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata di Kabupaten Tapanulis Tengah agar dapat tercipta destinasi yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan, serta mampu meningkatkan pendapatan nasional, daerah, dan masyarakat.
4. Apakah bentuk wisata yang disajikan dalam menunjang perkembangan pulau Mursala sebagai objek wisata?
- a. Diego Maradonna Sitanggang sebagai Kepala Bidang Kesenian dan Kebudayaan: Jika menempuh perjalanan darat wisatawan dapat melihat panorama keindahan alam Kabupaten Tapanuli Tengah. Dengan panorama alam Kabupaten Tapanuli Tengah yang hijau dan beberapa objek serta daya tarik wisata dapat terlihat dalam perjalanan menuju

Kabupaten Tapanuli Tengah, seperti Batu Lobang dan Bukit Anugerah juga beberapa objek dan daya tarik wisata lainnya.

- b. Nurhyati sebagai Kepala Bidang Pemasaran: Pengembangan destinasi pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah khususnya Pulau Mursala haruslah bertujuan *customer-centric strategy* yang mencakup tiga hal, yaitu (1) *customer satisfaction* di mana wisatawan puas dengan destinasi wisata yang ditawarkan. (2) *customer retention/loyalty* dimana wisatawan berkunjung kembali dan loyal dengan destinasi wisata Indonesia. Ketiga, *customer advocac* dimana wisatawan merekomendasikan destinasi wisata Indonesia kepada wisatawan lain. Untuk menyukseskan pembangunan kepariwisataan Kabupaten Tapanuli Tengah tersebut ada beberapa hal yang harus terus dibangun seperti pembangunan daya tarik wisata/atraksi, pembangunan prasarana, penyediaan fasilitas umum, pembangunan fasilitas pariwisata, dan pemberdayaan masyarakat.
 - c. Rahmah Suryani Damanik sebagai Kepala Bidang Pengembangan: Sejumlah strategi pengembangan destinasi pariwisata di Pulau Mursala harus terus diimplementasikan diantaranya pengembangan perwilayahan, atraksi wisata, aksesibilitas, amenitas, masyarakat, dan investasi. Dalam pengembangan perwilayahan, pembangunan destinasi pariwisata difokuskan pada sejumlah wilayah di antaranya adalah Pulau Mursala sendiri. Sebagai penarik wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Mursala, pengembangan atraksi wisata dilakukan meliputi daya tarik wisata alam, budaya, serta buatan. Sementara itu, untuk mempermudah pergerakan wisatawan menuju destinasi pariwisata dilakukan peningkatan aksesibilitas berupa prasarana transportasi, sarana transportasi, dan sistem transportasi.
5. Apakah dalam mempromosikan pulau mursala digunakan duata wisata dan di manfaatkan teknologi terkini seperti internet?
- a. Diego Maradonna Sitanggang sebagai Kepala Bidang Kesenian dan Kebudayaan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Tapanuli Tengah: Kami juga mengangkat beberapa Duta Wisata sebagai salah satu penarik bagi

wisatawan, karena dengan adanya Duta Wisata akan sangat mudah dalam menarik wisatawan. Selain tampilan fisik mereka yang tentu ‘menjual’ dan lebih memiliki daya tarik diatas rata rata fisik usia seusia mereka. Selain itu Duta Wisata tentu memiliki tanggungjawab dalam memberikan wacana terbaik daerahnya kepada semua pihak diluar daerah.

- b. Rahmah Suryani Damanik sebagai Kepala Bidang Pengembangan: Sebagian Duta Wisata di Tapanuli Tengah menjalankan fungsinya dengan baik, walaupun masih ada juga beberapa Duta Wisata yang hanya sekedar menjadi Duta Wisata namun tidak pernah peduli akan gelar yang disandangnya. Hal tersebut saya simpulkan berdasarkan isi akun media sosial mereka, yang tidak semua Duta Wisata Tapanuli Tengah bangga menunjukkan keindahan seni, budaya dan potensi wisata daerah mereka. Sebagian bangga dengan kunjungan luar negeri yang mereka jajaki, sebagian lagi memenuhi akun media sosialnya dengan wajah-wajah tampan/cantik yang dikemas dalam ragam ekspresi dan foto-foto aktivitas *hedonist, party to party*, hal ini sungguh sangat miris.
- c. Nurhayati sebagai Kepala Bidang Pemasaran tersebut di perjelas lagi oleh Kepala Bidang Pengembangan: Tidak ada yang salah dengan foto pribadi, karena itu hak personal mereka selaku pemilik akun, tetapi tentu porsinya jangan mengalahkan foto-foto objek wisata daerah dimana mereka berasal. Karena sudah jadi tugas utama mereka memperkenalkan potensi seni, budaya dan pariwisata daerah Tapanuli Tengah. Selain itu, Duta Wisata kini di hadapkan dengan ragam tanggungjawab yang cukup kompleks, yang diantaranya adalah keharusan untuk terus belajar, mengasah kemampuan komunikasi karena Duta Wisata tentulah sosok yang luwes dalam berkomunikasi, membekali diri dengan banyak kemampuan yang berhubungan dengan tugas Duta Wisata dan keperluan personal sebagai pribadi remaja yang unggul. Saya sangat mengapresiasi sosok-sosok Duta Wisata Daerah Tapanuli Tengah yang berkenan terjun langsung ke lapangan memandu wisatawan. Karena kesediaan dan kemampuan terjun langsung ke lapangan mendampingi wisatawan adalah

kemampuan yang tidak semua personal memilikinya, meski Duta Wisata perkotaan/ibukota sekalipun.

- d. Diego Maradona Sitanggung sebagai Kepala Bidang Kesenian dan Kebudayaan: Seorang duta wisata harus bisa memelopori atau mengajak masyarakat untuk mengerti dan memahami akan pentingnya pariwisata. Karena nantinya akan ada banyak hal yang mampu di peroleh masyarakat dari bidang pariwisata. Duta wisata memiliki peran cukup penting bagi kepariwisataan. Dengan cara mempromosikan objek-objek wisata lewat berbagai media, itu dinilai cukup efektif untuk menarik sejumlah wisatawan untuk datang ke daerahnya tersebut. Duta Wisata memang memiliki tugas yang sangatlah besar, hal tersebut dikarenakan kemanapun ia berpergian, ia pun berkewajiban untuk tetap mempromosikan dan mensosialisasikan potensi-potensi yang ada di daerahnya. Sehingga dengan fungsinya sebagai media tersebut, Duta Wisata harus menguasai benar atas apa saja yang ada didaerahnya tersebut.
- e. Nurhayati sebagai Kepala Bidang Pemasaran: Media dalam pemasaran pariwisata sangat memiliki peran penting dalam penyampaian pesannya kepada sasaran, walaupun untuk memilih media yang akan digunakan sebagai bahan promosi tampak sebagai pekerjaan sederhana dan mudah, namun sebenarnya tidak demikian karena harus ada beberapa perhitungan yang tepat agar promosi yang dilakukan tepat sasaran.
- f. Nurhayati sebagai Kepala Bidang Pemasaran: Karena dalam pemilihan media sangat bergantung pada sifat dan karakteristik masing-masing media tersebut. Untuk pemanfaatan media internet sendiri memiliki karakteristik yang menggabungkan antara gambar, suara dan teks, hal tersebut kelebihan yang tidak dimiliki jenis media lain. Media internet dapat menjangkau secara luas dan bukan hanya dalam Negeri saja, namun juga Mancanegara tanpa batas waktu atau bisa di akses kapan saja.

g. Nurhayati sebagai Kepala Bidang Pemasaran: Perencanaan media harus mempertimbangkan secara cermat karakteristik dari masing-masing media tersebut, begitu pula berbagai faktor lainnya. Proses pemilihan media akan semakin kompleks jika dalam perencanaannya dapat memilih sejumlah media yang sejenis. Perencanaan media merupakan kegiatan yang sangat penting dalam pemasaran pariwisata. Sering kali pemasaran pariwisata menjadi kegiatan pengeluaran dana yang besar, namun tidak memberikan hasil yang diharapkan. Sebab dari itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menggunakan berbagai media dalam memasarkan pariwisata Pulau Mursala, yang salah satunya adalah dengan media internet yang terbukti telah mampu mengundang banyak wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Pulau Mursala.

6. Apakah dalam mempromosikan pulau Mursala sebagai objek wisata dibuat Aplikasi khusus?

Rahmah Suryani Damanik sebagai Kepala Bidang Pengembangan dan Nurhayati sebagai Kepala Bidang Pemasaran: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata ingin menggunakan sebuah situs dan aplikasi resmi yang akan digunakan sebagai model promosi wisata Kabupaten Tapanuli Tengah khususnya Pulau Mursala yang akan dapat diakses di suatu alamat/url tertentu dan aplikasinya dapat di unduh di Playstore. Sebagai bentuk media online, aplikasi mobile ini dalam mengenalkan mengenalkan objek pariwisata di Tapanuli Tengah diharapkan benar-benar mampu menjangkau wisatawan yang aktif dalam dunia maya. Rencananya aplikasi tersebut akan berisi peta objek wisata, dan berbagai akomodasi wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah dan tak lupa aspek sejarah Kabupaten Tapanuli Tengah yang menjadi bagian dari pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah.