



Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik  
dan Ilmu Hukum

P-ISSN : 2987-1492  
E-ISSN : 2986-8262

Prosiding  
**Senaskah**  
Seminar Nasional Komunikasi Administrasi Negara & Hukum

## Strategi Komunikasi Pemasaran Kelompok Sadar Wisata Pantai Bagedur Dalam Meningkatkan Pengunjung Wisatawan

Mutiara Salmah

Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik, dan Ilmu Hukum Universitas Serang Raya, Banten, Indonesia

Email Korespondensi: mutiarasalmah346@gmail.com

### ABSTRACT

*Communication is the interaction between the two parties to obtain the desired information, while the communicators rely on the mass media with modern telematics technology so that they can disseminate information, the information received will be fast in front of the public. Meanwhile, Marketing Communication is an inter-social interaction of individuals in terms of benefiting various parties. Marketing in the 5.0 era has increased rapidly, many people have influenced the times. This study discusses how tourism awareness groups increase tourist visitors, the role they play in giving awareness to the public that there are opportunities in tourism. This study uses descriptive qualitative methods with data collection techniques, namely: interviews, observation and documentation. The theory used is AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) which is a theory of the purchasing decision-making process or selection that is chosen by potential consumers, the success of a promotion is the presence of potential buyers in choosing products or services, such as promoting Bagedur beach by tourism awareness groups to potential visitors. The results of this study are that the role of tourism awareness groups in improving and promoting Bagedur Beach to the wider community, especially on social media, is the main target in the modern era.*

**Keywords:** *Marketing Communication, Promotion, Pokdarwis, Visitors and Tourists*

### PENDAHULUAN

Peran Kelompok Sadar Wisata atau di singkat Pokdarwis merupakan kelompok swadaya dan swakarya yang tumbuh di kalangan masyarakat, tujuan adanya pokdarwis adalah meningkatkan kesadaran masyarakat luas dan mensukseskan pembangunan wisata lokal di berbagai daerah. Wisata lokal lebak salah satunya pantai bagedur berada di wilayah selatan pulau jawa, memiliki nilai keindahan dan alami mampu mengikat pesona alam. Pantai bagedur terletak di provinsi banten tepatnya di kabupaten lebak, salah satunya wisata terkenal di malingping sebagai tempat unik bagi kalangan masyarakat luas. Istilah "Bagedur" di ambil dari kata "Mbah Gedur", masyarakat sekitar meyakini bahwa dahulu ada seorang kakek tua yang tinggal di pantai ini, sehingga masyarakat menyebut pantai ini bagedur sebagai lokasi wisata di kemudian hari.

Lokasi pantai ini berada di desa sukamanah, kecamatan malingping, kabupaten lebak. Pembangunan yang sudah lebih baik di pantai ini menjadi daya minat masyarakat luas.

Pengunjung wisatawan ke pantai bagedur merupakan tugas seorang kelompok sadar wisata dalam meningkatkan pengunjung setiap tahunnya. Dengan berbagai pemasaran yang dipromosikan baik secara media sosial maupun ketika adanya acara tertentu program dari masyarakat kepada pokdarwis. Komunikasi yang terbentuk merupakan landasan penting dalam terciptanya suatu rencana yang baik. Interaksi dua orang atau lebih dalam menyampaikan gagasan maupun ide kepada orang lain. Pada umumnya komunikasi dilakukan secara verbal maupun lisan yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak, apabila komunikasi secara verbal maupun lisan tidak dapat dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersangkutan. Secara sederhana komunikasi sebagai penyampaian suatu bentuk ide, gagasan, pemikiran maupun pendapat kepada pihak yang terikat.

Strategi dalam meningkatkan pengunjung wisatawan tidak terlepas dari komunikasi pemasaran peran kelompok sadar wisata ini. Pemasaran yang digunakan dalam mempromosikan produk maupun jasa kepada publik. Tujuan dalam komunikasi pemasaran adalah untuk meningkatkan keuntungan bagi individu. Objek wisata ini semakin terkenal terutama di masyarakat luas sehingga secara keseluruhan peningkatan promosinya tersebar di platform media sosial. Sedangkan definisi dari pariwisata adalah perjalanan dari tempat ke tempat yang bersifat sementara bisa dilakukan secara berkelompok ataupun perorangan. Tujuan dalam pariwisata adalah untuk kebutuhan rekreasi atau memberikan ketenangan yang bisa bermanfaat bagi tubuh dan pikiran. Penelitian ini mengenai bagaimana strategi komunikasi pemasaran dalam kelompok sadar wisata untuk tetap berperan dalam mengelola dan meningkatkan pengunjung wisatawan. Dengan demikian, potensi wilayah dekat dengan pantai bisa dikembangkan di kemudian hari dan kesadaran masyarakat akan peluang yang baik. Peningkatan wisata pantai bagedur di tahun 2023 kedepannya tidak terlepas dari banyaknya gagasan, ide dan pendapat dari peran kelompok sadar wisata (Pokdarwis), peran serta tanggung jawab untuk masyarakat mampu untuk mengenalkan pantai bagedur ini dikemudian hari.

## **METODE PENELITIAN**

Metode Penelitian yang digunakan adalah kualitatif, penelitian ini Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang memusatkan pada prinsip-prinsip umum yang mendasar sehingga gejala-gejala yang ada di kehidupan sosial manusia. Penelitian kualitatif adalah yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Sehingga dalam penelitian ini sebagai pemecahan masalah yang ada di kehidupan sosial (Bogdan dan Taylor).

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus adalah suatu pendekatan yang mempelajari, menerangkan, atau menginterpretasi suatu kasus dalam konteksnya secara natural tanpa adanya intervensi dari pihak luar. Studi kasus yang digunakan adalah deskriptif, alasan digunakannya jenis penelitian ini karena yang dimana peneliti memulai penelitian dengan jelas dalam peneliti secara berlangsung. Kecenderungan sifat yang biasa memperhatikan permasalahan mengenai suatu kebijakan dan bagaimana pelaksana melaksanakannya.

Paradigma yang digunakan adalah positivisme bisa di artikan sebagai suatu cara menyelesaikan permasalahan yang di hadapi oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Jika mengamati dari judul yang di ambil yaitu “**Strategi Komunikasi Pemasaran Kelompok Sadar Wisata Pantai Bagedur Dalam Meningkatkan Pengunjung Wisatawan**” (Studi Kasus Pantai Bagedur Kecamatan Malingping)”. Sedangkan untuk Teknik pengambilan datanya adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi adalah interaksi antar kedua belah pihak untuk mendapatkan informasi yang diinginkan, sedangkan komunikator pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi telematika modern sehingga dapat menyebarkan informasi, maka informasi yang diterima akan cepat dihadapan publik. Sedangkan, Wisatawan merupakan setiap pengunjung yang mengunjungi beberapa daerah atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan dari tempat yang dikunjungi. Wisatawan yang berkunjung ke pantai bagedur menurut ketua peran kelompok sadar wisata (pokdarwis) mencapai 15.000 pengunjung. Berikut data yang diambil dari tahun 2019-2022 ini.

TAHUN	WISATAWAN
2019	104.059
2020	10.598
2021	32.692
2020	96.831

Tabel 1 Data Pengunjung Wisatawan Pantai Bagedur: [sidaku.lebakkab.go.id](http://sidaku.lebakkab.go.id)

Data-data yang digunakan membuktikan peran kelompok sadar wisata dalam meningkatkan wisatawan ke pantai bagedur, target yang dilakukan sebagaimana proses untuk memberikan peluang-peluang bagi masyarakat akan kesadaran tentang wisata yang perlu untuk dikelola. Adapun data pengunjung tahun 2019 mencapai 104.059 dan di tahun 2022 mencapai 96.831 mulai peningkatan dari minatnya pengunjung ke pantai bagedur. Peran Kelompok Sadar Wisata atau di singkat Pokdarwis merupakan kelompok swadaya dan swakarya yang tumbuh di kalangan masyarakat, Tujuan adanya pokdarwis adalah meningkatkan kesadaran masyarakat luas dan mensukseskan pembangunan wisata lokal di berbagai daerah. Terbentuknya Pokdarwis ini atas dorongan penguatan aspek sumber daya manusia (SDM), yang dikelola oleh keadaran masyarakat akan pentingnya wisata alam. Peran yang diberikan oleh pokdarwis kepada masyarakat tentunya memiliki startegis dalam mengembangkan dan mengelola potensi kekayaan alam dan budaya yang dimiliki suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata, hal ini memberikan dampak baik bagi masyarakat, daerah yang terkenal hingga luar kota mampu mendorong kebutuhan dari segi ekonomi, budaya dan sosial. Sedangkan arti dari Pariwisata berasal dari kata turisme yang artinya berpergian, bertamasya atau piknik. Parawisata merupakan perjalanan dari suatu tempat ke tempat yang lain yang bersifat sementara dilakukan perorangan atau kelompok. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang dimaksud pariwisata adalah berbagai macam-

macam kegiatan yang didukung fasilitas serta layanan yang disediakan oleh asyarakat pengelola wisata. Terdapat beberapa komponen dasar pariwisata diantaranya sebagai berikut:

1. Atraksi dan kegiatan-kegiatan wisata seperti yang berhubungan dengan lingkungan alam, kebudayaan atau keunikan daerah.
2. Akomodasi berbagai fasilitas ada di pantai bagedur dari tempat menginap, tempat makan dan tempat foto-foto.
3. Insfratuktur lain dari penyediaan air bersih, toilet dan lain-lainnya.

## **SIMPULAN**

Komunikasi Pemasaran merupakan interaksi antar sosial dari individu dalam segi menguntungkan berbagai pihak. Pemasaran di era 5.0 sudah semakin pesat banyaknya masyarakat dalam memberikan pengaruh dalam perkembangan zaman. Penelitian ini membahas tentang bagaimana kelompok sadar wisata dalam meningkatkan pengunjung wisatawan, peran yang diberikan dalam memberikan kesadaran kepada masyarakat bahwa peluang dalam wisata. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif Deskriptif dengan teknik pengambilan data yaitu : Wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan arti Peran Kelompok Sadar Wisata atau di singkat Pokdarwis merupakan kelompok swadaya dan swakarya yang tumbuh di kalangan masyarakat, tujuan adanya pokdarwis adalah meningkatkan kesadaran masyarakat luas dan mensukseskan pembangunan wisata lokal di berbagai daerah. Terbukti dengan Data-data yang digunakan membuktikan peran kelompok sadar wisata dalam meningkatkan wisatawan ke pantai bagedur, target yang dilakukan sebagaimana proses untuk memberikan peluang-peluang bagi masyarakat akan kesadaran tentang wisata yang perlu untuk dikelola. Keberhasilan suatu rencana dengan adanya komunikasi yang baik, Komunikasi yang terbentuk merupakan landasan penting dalam terciptanya suatu rencana yang baik. Interaksi dua orang atau lebih dalam menyampaikan gagasan maupun ide kepada orang lain. Pada umumnya komunikasi dilakukan secara verbal maupun lisan yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak, apabila komunikasi secara verbal maupun lisan tidak dapat dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersangkutan. Secara sederhana komunikasi sebagai penyampaian suatu bentuk ide, gagasan, pemikiran maupun pendapat kepada pihak yang terikat. Hal ini di dasarkan penelitian ini diharapkan dapat berjalan serta memberikan manfaat yang baik kepada pembaca dikemudian hari.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Jurnal:**

- Ikke Febriandhika, Teguh Kurniawan (2020). Pengembangan Pariwisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat di Lihat Dari Persepektif Implementasi Kebijakan, Jurnal Ilmu Pariwisata Vol. 5 No. 1.
- Faturachman Aputra Sudirman, Wa Ode Dina Sarna, Fera Tri Susilawaty (2020). Promosi Wisata Melalui Digital Diplomacy : Upaya Internasionalisasi Pemerintah Daerah. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 5 No. 3
- Kristin Tri Lestari (2020). Pola Komunikasi Kelompok Sadar Wisata Dalam Mengembangkan Wisata Pantai Kelapa Panyuran Tuban Sebagai Destinasi Berbasis Kearifan Lokal. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 4 No. 2
-

Fanny Maharani Suaka, Agung Sri Sulistyawati, Ni Putu Ratna sari (2017). Pengembangan “Leisure And Recreation For Later Lite” (Wisarawan Lanjut Usia) Di Kawasan Wisata Sanur-Bali. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 17 No. 2

Asya Hanif, Anriani Kusumawati, M. Kholid Mawardi (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 38 No. 1

**Buku:**

Prof. Deddy Mulyana, M.PA (2011). *Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung.

Prof. Dr.H.M. Burhan Bungin, S.Sos., M.Si. (2006). *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta.

Rambat Lupiyoadi, M.E. (2011). *Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa*. Jakarta.

