

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Objek Wisata Danau Ranau

Menurut pemangku adat Ranau dan lima suku di Oku Selatan ini, dipercaya secara turun temurun bahwasannya asal usul Danau Ranau berasal dari pohon ara raksasa. Konon, tepat di tengah-tengah danau saat ini tumbuhlah pohon ara raksasa berwarna hitam. Pohon tersebut merupakan tempat sepasang burung raksasa yang mana burung tersebut meresahkan masyarakat karena memakani ternak mereka, singkat cerita pohon tersebut di robohkan oleh masyarakat namun tidak dapat roboh, dan pada saat yang bersamaan datanglah seorang sakti yang berasal dari Sekala Berak Lampung yang bernama Puyang Singajuru yang berhasil melumpuhkan burung dan pohon ara tersebut.

Setelah pohon ara tumbang muncul lah air dari bawah pohon itu, namun air tak kunjung berhenti mengalir sehingga menggenangi desa-desa penduduk dan menjadilah sebuah Danau. Sementara itu, secara ilmiah awal terbentuknya Danau Ranau adalah disebabkan oleh letusan gunung berapi yang menyebabkan gempa besar letusan vulkanik, dari gunung berapi itu kemudian membentuk cekungan besar dan diterbentuklah sebuah danau.

Nama Danau Ranau sendiri menurut pemangku adat ranau yang bernama A. Bahori bin cik usin dengan gelar Suntan Takdirsyah berasal dari tumbuhan Rana, yang mana tumbuhan tersebut tumbuh di sekitar tepian Danau Ranau. Tumbuhan itu menyerupai tumbuhan alang-alang namun dari segi bunganya berbeda, jika tumbuhan alang-alang berwarna kuning tumbuhan Rana memiliki bunga berwarna putih. Buah dari tumbuhan Rana bisa di manfaatkan oleh hewan.



Gambar.3.1 Tumbuhan Rana
(Sumber: Data Penulis)

2. Sarana dan Prasarana Objek Wisata Danau Ranau

Fasilitas-fasilitas yang tersedia di objek wisata Danau Ranau

a. Papan Petunjuk Jalan Objek wisata Danau Ranau



Gambar.4.1 Papan Petunjuk Jalan Objek Wisata Danau Ranau
(Sumber: Data Penulis)

b. Gapura Objek Wisata Danau Ranau



Gambar.5.1 Gapura Pintu Masuk Objek Wisata Danau Ranau
(Sumber: Data Penulis)

Gapura pintu masuk dan loket ini adalah fasilitas dari objek wisata Danau Ranau, gapura pintu masuk ini memang terlihat tidak layak untuk digunakan lagi namun pada tahun ini rencananya pihak dinas ingin merenovasi pintu masuk tersebut. Agar objek wisata ini terlihat indah dan bagus untuk dikunjungi oleh pengunjung.

c. Retribusi Masuk Objek Wisata Danau Ranau



Gambar. 6.1 Retribusi Masuk Objek Wisata Pantai Bidadari Danau Ranau
(Sumber: Data Penulis)

Retribusi menurut UU no.28 tahun 2009 adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan pribadi atau badan.¹ Retribusi masuk objek wisata ini adalah fasilitas yang

¹<http://www.definisi-pengertian-retribusisubjek.html>

digunakan objek wisata Danau Ranau sebagai bentuk tanda masuk pengunjung ke dalam objek wisata tersebut.

d. Icon Danau Ranau



Gambar 7.1 Icon Danau Ranau

(Sumber: Data Penulis)

e. Tempat Parkir Objek Wisata Danau Ranau



Gambar. 8.1 Tempat Parkir Mobil

(Sumber: Data Penulis)

f. Kantor UPTD Pengelolaan Objek Wisata Danau Ranau



Gambar. 9.1 Kantor UPTD Pengelola dan Pusat Kuliner

(Sumber: Data Penulis)

Kantor UPT Pengelola Objek Wisata Danau Ranau ini digunakan untuk memberikan informasi seputar objek-objek wisata apa saja yang terdapat di seputaran Danau Ranau.

g. Kapal Ketek Objek Wisata Danau Ranau



Gambar. 10.1 Perahu Ketek Alat Transportasi Air
(Sumber: Data Penulis)

Kapal ketek ini adalah fasilitas yang berada di objek wisata Danau Ranau. perahu ini disewakan gunanya untuk mengelilingi dan melihat keindahan alam yang ada di objek wisata Danau Ranau

h. Suasana Pagi dan Sore hari di Objek Wisata Danau Ranau



Gambar. 11.1 Suasana Pagi Dan Sore
(Sumber: Data Penulis)

Daya tarik objek wisata Danau Ranau ini adalah suasana pagi dan sore hari. Terlihat dari gambar diatas, suasana yang indah membuat hati menjadi damai ketika melihat pemandangan yang indah dan sejuk ini.

i. Wahana Objek Wisata Danau Ranau



Gambar. 12.1 Wahana Objek Wisata Danau Ranau
(Sumber: Data Penulis)

Wahana objek wisata Danau Ranau adalah Fasilitas yang diberikan oleh DISPARBUD Oku Selatan untuk kenyamanan para pengunjung objek wisata tersebut. Dengan adanya wahana para pengunjung nyaman untuk berkunjung di objek wisata ini. Akan lebih baik jika wahana tersebut diperbanyak agar saat pengunjung ingin menggunakan nya tidak lama menunggu antrean.

3. Data Pengunjung Objek Wisata Danau Ranau

Data pengunjung Objek Wisata Danau Ranau ini didapatkan dari UPT Pariwisata Kecamatan Banding Agung. Berikut ini adalah data pengunjung objek wisata Danau Ranau empat tahun terakhir antara lain.

Tabel 3.1
Jumlah Pengunjung Danau Ranau

NO	Tahun	Pengunjung
----	-------	------------

1	2018	26. 288 Pengunjung
2	2019	37. 963 Pengunjung
3	2020	16. 253 Pengunjung
4	2021	18. 321 Pengunjung
Jumlah		98. 825 Pengunjung

Sumber : UPTD Pengelolaan Objek Wisata Danau Ranau 2021

Objek wisata Danau Ranau, pada tahun 2018 hingga 2021 pengunjungnya berjumlah 98.825 orang.² Data ini menjelaskan bahwa objek wisata Danau Ranau setiap tahunnya mengalami ketidak stabilan jumlah pengunjung. Pada tahun 2018 pengunjung objek wisata Danau Ranau hanya sedikit, hal ini disebabkan karena akses menuju objek wisata Danau Ranau masih jelek, dan belum dikenal oleh wisatawan.

Pada tahun 2019 pengunjung mulai berdatangan, dalam peningkatan ini dikarenakan para pengunjung mulai mengenal dan nyaman berada di objek wisata Danau Ranau, selain itu disebabkan oleh adanya event tahunan, kegiatan-kegiatan yang bersifat mempromosikan objek wisata yang diadakan oleh pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan dengan adanya event dan kegiatan-kegiatan ini telah mendongkrak pengunjung objek wisata Danau Ranau.

Pada tahun 2020 dan 2021 terjadinya penurunan pengunjung objek wisata Danau Ranau yang diakibatkan oleh adanya wabah virus Covid19 yang menutup akses wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Danau Ranau, meskipun beberapa bulan sempat adanya penutupan total karena masyarakat

²Nadirsah UPT Pengelola Objek Wisata Danau Ranau, wawancara 26 April 2021

sekitaran objek wisata Danau Ranau terkena Covid namun tidak menutup kemungkinan adanya wisatawan yang masih nekat berkunjung ke objek wisata ini. Penurunan ini juga dikarenakan tidak ada event yang diadakan serta kurangnya promosi-promosi dan pemasaran untuk memasarkan objek wisata tersebut dan kurangnya fasilitas yang nyaman untuk pengunjung di objek wisata Danau Ranau.

Berdasarkan data yang diperoleh dari UPTD Pengelola objek wisata Danau Ranau, maka diketahui bahwa data pengunjung mengalami ketidak stabilan disetiap tahunnya. Walaupun mengalami ketidak stabilan data pengunjung disetiap tahunnya, maka dari pihak DISPARBUD Oku Selatan, UPTD Pengelola objek wisata Danau Ranau tidak putus asa untuk mempertahankan perkembangan objek wisata Danau Ranau di Kabupaten Oku Selatan.

B. Sajian Data

Setelah penulis melakukan penelitian selama kurang lebih tiga bulan melalui observasi secara langsung, wawancara dengan beberapa informan serta melakukan studi pustaka dari beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran, maka penulis berhasil memperoleh data yang berhubungan dengan masalah yang di teliti mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dalam meningkatkan jumlah pengunjung Danau Ranau.

Dalam RPJPD Provinsi Sumatera Selatan tahun 2005-2025, Ibu Kota dari Kabupaten Oku Selatan yakni Muaradua menjadi salah satu kota yang menjadi Pusat Kegiatan Lokal (PKL) berfungsi sebagai kota pemerintahan, jasa, dan perdagangan. Dalam RPJPD Provinsi Sumatera Selatan juga menyebutkan salah

satu daya tarik wisata yang terdapat di kabupaten Oku Selatan yakni Danau Ranau dan Gunung Seminung sebagai objek wisata yang di andalkan.³

Berdasarkan ilmiah, asal usul Danau Ranau terbentuk akibat gempa besar berasal dari letusan vulkanik gunung berapi yang kemudian membentuk cengkungan besar. Dimana, sebelumnya terdapat sungai besar mengalir dikaki gunung berapi mengisi cengkungan tersebut. Setelah bertahun-tahun lamanya, lubang besar yang berisi genangan air itu membentuk sebuah danau. Dan istilah nama ranau berasal dari tumbuhan liar yang tumbuh di sekiling danau yang biasa di sebut oleh masyarakat setempat yaitu tumbuhan Rana.

Kebijakan terkait pariwisata dalam RTRW Kabupaten Oku Selatan tahun 2012 pasal 7 ayat (4) huruf c yakni, mengembakan kawasan pariwisata budaya, alam, buatan diarahkan untuk peningkatan kenyamanan hidup masyarakat sekaligus menjadi bagian pengembangan ekonomi produktif wilayah yang dapat menstimulasi kegiatan ekonomi produktif didalam kawasan wisata maupun wilayah yang lebih luas dalam wilayah kabupaten. Objek wisata alam, objek wisata buatan dan objek wisata budaya yang terdapat di kecamatan Banding Agung ialah:

- 1) Kawasan Wisata Alam, wisata alam yang sudah di kelola tapi belum maksimal antara lain, Danau Ranau, Air Panas , Air terjun, Pulau Marisa.
- 2) Kawasan Wisata Budaya,Situs Batu Tapal, Batu Lesung, Candi Batu Kebayan, Batu Kursi, Lamban Tuha.
- 3) Kawasan Wisata Buatan, Waterboom, Villa Pusri, Pantai Pelangi, Pantai Bidadari, Puncak Bersemi.

³Dokumen Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan

Objek wisata ini, daya tariknya adalah pemandangan alam dan suasananya. Pemandangan alam dan suasana tersebut membuat para pengunjung nyaman aman dan betah untuk berkunjung di objek wisata Danau Ranau.

Objek wisata daerah, tidak dapat diketahui keberadaannya oleh masyarakat luar apabila tidak diadakan suatu komunikasi pemasaran pariwisata oleh pihak pengelola ataupun dinas. Strategi komunikasi pemasaran sangat dibutuhkan untuk menarik pengunjung di objek wisata, karena strategi komunikasi pemasaran bisa mempertahankan dan meningkatkan pengunjung. Objek wisata Danau Ranau telah dikenal oleh masyarakat sekitar dan menjadi tempat wisata yang umumnya sebagai tempat menikmati keindahan alam di wilayah Kabupaten Oku Selatan.

“Bapak Devi mengatakan dalam objek wisata harus memiliki strategi komunikasi pemasaran, karena dengan adanya strategi komunikasi pemasaran objek wisata danau ranau bisa menarik pengunjung dan juga bisa meningkatkan pengunjung. Suatu objek wisata dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran adalah senjata utama yang di pergunakan untuk memperkenalkan objek pariwisata. Tujuan dari strategi komunikasi pemasaran ini sebagai bentuk dan cara untuk memperoleh target pengunjung lebih banyak lagi di luar kota. Strategi komunikasi ini penting di gunakan disebuah objek wisata dan lembaga”⁴

Peneliti sudah mengamati dan mengunjungi beberapa kali objek wisata danau ranau, terlihat dari jumlah kunjungannya bahwa objek tersebut memiliki cukup banyak pengunjung. Apalagi pada saat hari libur, pengunjung mengalami peningkatan. Peningkatan pengunjung dikarenakan terdapat berbagai macam *event* dan kegiatan yang diselenggarakan di Danau Ranau tersebut, seperti Festival Danau Ranau, Gran Fondo, Jass. Tidak hanya festival dan kegiatan saja yang berada di objek tersebut melainkan juga terdapat *event* yaitu musik

⁴Devianto saputro Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata, Wawancara tanggal 20 April 2021, Pukul 09.30 wib.

(dangdut), konser band yang diselenggarakan tiap tahunnya. Namun berhubung dua tahun terakhir adanya virus Covid19 maka *event* nya tidak di laksanakan.

Disparbud Oku Selatan sudah melakukan berbagai macam upaya dan startegi untuk meningkatkan pengunjung dan memajukan objek wisata Danau Ranau. Danau tersebut setelah di jadikan objek wisata oleh Disparbud maka pihak Disparbud harus memikirkan bagaimana cara untuk mendapatkan pengunjung yang banyak dengan hanya menjual sebuah pemandangan alam dan objek wisata perairan saja.

Kemudian setelah menjadi objek wisata, maka bagian seksi promosi dan pemaasaran pariwisata di Disparbud Oku Selatan harus melakukan pemasaran untuk memperkenalkan objek wisata tersebut agar tempat wisata itu banyak di kunjungi oleh pengunjung.

“Menurut bapak Afri pihak Disparbud Oku Selatan dalam melakukan suatu promosi dengan membuat akun media sosial seperti *instagram*, *facebook* dan lainnya yang di gunakan sebagai alat untuk bahan promosi objek wisata. Yang mana dalam promosi tersebut objek wisata Danau Ranau juga di promosikan secara bersama-sama dengan objek wisata lainnya. Dalam bentuk Foto ataupun Video agar masyarakat luar kota bisa melihat promosi objek wisata di Kabupaten Oku Selatan. Kita juga mengaksis vidio itu lewat *youtube*, agar para calon pengunjung bisa melihat dengan mudah promosi yang kita buat lewat media sosial. Tidak hanya itu saja dari seksi promosi juga sudah membuat papan petunjuk arah yang gunanya sebagai petunjuk arah menuju objek wisata Danau Ranau. papan petunjuk arah ini di pasang di Kabupaten Oku Selatan dan sepanjang jalan menuju objek wisata Danau Ranau.”⁵

Disparbud Oku Selatan memiliki seksi pemasaran yang gunanya untuk memasarkan objek wisata. Dengan adanya bidang tersebut objek wisata Danau Ranau bisa meningkat pengunjungnya.

“Hasil wawancara dari bapak Yudi objek wisata Danau Ranau ini memang memiliki pemasaran yang kurang, namun disisi lain pihak pemasaran berupaya untuk memasarkannya lewat media sosial, seperti *Instagram:disparbud_okuselatan*, *potret_ranau*, *wisata_danau_ranau*,

⁵Devi Afriansyah seksi Promosi, Wawancara tanggal 20 April 2021, Pukul 13.30 wib.

Youtube:disparbudOkuSelatan,Website:<https://disbupdar.okuselatankab.go.id/>. Semua bentuk pemasaran, digunakan untuk memasarkan dan menginformasikan seluruh lingkungan objek wisata Danau Ranau. Pemasaran yang paling efektif yaitu lewat media sosial ialah *instagram*.⁶

Disparbud Oku Selatan memberikan informasi pariwisata melalui media sosial seperti *instagram* kepada masyarakat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengunjung di objek wisata Danau Ranau. Karena *instagram* adalah salah satu informasi yang sangat diminati oleh seluruh kalangan masyarakat. Dengan adanya media sosial, masyarakat semakin banyak mengetahui keberadaan objek wisata Danau Ranau. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Oku Selatan telah melakukan kegiatan pemasaran untuk memajukan objek wisata di Kabupaten Oku Selatan.

Tidak hanya komunitas yang membuat *event* untuk mempromosikan objek wisata, akan tetapi DISPARBUD Oku Selatan juga mengadakan *event* untuk mempromosikan objek wisata Kabupaten Oku Selatan seperti: Festival Danau Ranau 2019, Jelajah Alam Serasan Seandanan (JASS) dari tahun 2018-hingga saat ini, Sriwijaya Ranau Gran Fondo. Berbagai kegiatan ini merupakan salah satu bentuk strategi promosi dan pemasaran yang dilakukan Disparbud Oku Selatan untuk memperkenalkan wisata yang berada di Kabupaten Oku Selatan, khususnya untuk memperkenalkan objek wisata Danau Ranau.⁷

Disparbud Oku Selatan dalam bidang pemasaran dan promosi, mereka melakukan berbagai bentuk strategi komunikasi pemasaran, yaitu bauran promosi untuk objek wisata Danau Ranau, antara lain:

⁶Yudi Putra Bagian Strategi Pemasaran, Wawancara tanggal 21 April 2021, Pukul 09.30 wib.

⁷<https://disbupdar.okuselatankab.go.id/>, diakses pada 24 juni 2021, pukul 15.17 wib.

1. Periklanan

Disparbud Oku Selatan, dalam bidang pemasaran dan promosi objekwisata sudah menerapkan suatu periklanan untuk melakukan pemasaran diobjek wisata tersebut. Kegiatan periklanan tersebut dalam mempromosikanobjek wisata Danau Ranau, antara lain:

1) Media Luar Ruang

Disparbud Oku Selatan menggunakan media luar ruang sebagai strategi komunikasi pemasaran, untuk mempromosikan dan memasarkan objek wisata Danau Ranau. Media promosi tersebut berupa papan petunjuk arah yang memiliki tempat dimana papan tersebut bisa dilihat oleh masyarakat yang berlintas di daerah Kabupaten Oku Selatan.

2) Media Dalam Bentuk Berita *Online*

Objek wisata Danau Ranau adalah wisata yang berada di daerah Kabupaten Oku Selatan. Objek wisata ini mengadakan suatu *event* ataupun kegiatan yang gunanya untuk mempromosikan dan memasarkan objek wisata Danau Ranau dengan cara pemberitaan lewat berita *online*, yaitu Festival Danau Ranau, Festival ini diadakan setiap dua tahun sekali di Kecamatan Banding Agung, Oku Selatan. Penyelenggara festival Danau Ranau ini adalah Pemerintahan Daerah Oku Selatan dengan jumlah peserta dari Kabupaten/Kota Se-Sumatera Selatan, Provinsi tetangga dan Kecamatan se-kabupaten Oku Selatan.

Dilansir dari berita Warta Republika, rabu 3 juli 2019, Bupati Oku Selatan, Popo Ali M.B, Commerce mengajak seluruh lapisan masyarakat untuk turut mensukseskan perhelatan budaya yang dimiliki Kabupaten Oku Selatan melalui ajang FDR, dirinya berharap Seni dan Budaya yang

ada di Bumi Serasan Seandanan akan bisa unggul khususnya disektor pariwisata sehingga danau ranau akan menjadi tujuan wisata baik dari dalam Negeri hingga mancanegara.

Apa lagi mengingat Danau Ranau yang menjadi kebanggaan masyarakat Oku Selatan ini adalah Danau terbesar ke dua di pulau Sumatera sehingga menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung, saya berharap melalui ajang FDR di tahun ini dapat berjalan dengan lancar sehingga dapat memberikan dampak positif dan meningkatkan kunjungan wisatawan yang mana tentunya melalui momen FDR ini akan bisa meningkatkan perekonomian bagi Masyarakat Oku Selatan khususnya di Kecamatan Banding Agung ini.⁸

2. Hubungan Masyarakat

DISPARBUD Oku Selatan memiliki UPTD pengelola objek wisata. UPTD Pengelola Objek Wisata ini berfungsi sebagai pengelola seluruh objek wisata Danau Ranau. Objek wisata Danau Ranau melalui UPTD pengelola objek wisata telah melakukan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengunjung, membina hubungan baik dengan pengunjung dan warga sekitar. Dalam hubungan masyarakat dilakukan dengan cara bertahap, agar mereka mau menerima kegiatan dan hubungan yang dijalin oleh UPTD pengelola objek wisata untuk waktu yang lama. DISPARBUD Oku Selatan bidang UPTD pengelola objek wisata mengelolanya dengan cara merapikan warung-warung di tempat tersebut agar terlihat lebih indah.

⁸Popo Ali Bupati Oku Selatan , Warta Republika 03 juli 2019.

“Bapak Nadirsyah mengatakan bahwa rencananya warung-warung tersebut akan kita rapikan dan kita tata kembali dilingkupannya agar terlihat lebih indah. Kemudian warung-warung tersebut akan kami tarikin retribusi agar mereka mau mematuhi peraturan pemerintah untuk kenyamanan di objek wisata tersebut. Lalu, lingkungan wisata itu akan kami perluas dan diberikan wahana-wahana ataupun *spot* foto untuk mempercantik dan menarik banyak pengunjung di objek wisata Danau Ranau.”⁹

Dengan adanya rencana dari UPT pengelola objek wisata Danau Ranau, maka pihak dinas dengan instansi lainnya mampu mempererat hubungan masyarakat dan karyawan untuk memajukan ataupun meningkatkan kerjasama dalam menarik para pengunjung ke objek wisata Danau Ranau.

Dalam pemasaran DISPARBUD Oku Selatan harus memiliki kerjasama untuk menjalin hubungan masyarakat yang baik dengan pers atau publikasi. Kerjasama ini harus dilakukan dengan baik untuk mempublikasikan hal yang positif di objek wisata Danau Ranau. Pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh DISPARBUD Oku Selatan untuk objek wisata Danau Ranau dalam hubungan dengan media harus berjalan dengan sebaik mungkin.

“Hasil wawancara dari bapak Amri pihak DISPARBUD bekerjasama dengan media, seperti mengundang wartawan untuk mencari berita mengenai kegiatan ataupun *event* di objek wisata Kabupaten Oku Selatan. Tidak hanya itu, kita sering bekerjasama dengan *even organizer* untuk membuat *event* di objek wisata Danau Ranau. Objek wisata Kabupaten Oku Selatan tersebut tidak akan berjalan dengan baik tanpa kehadiran *pers*. Jadi *pers* itu berfungsi sebagai peran penting untuk berkomunikasi dan pengawasan rakyat dalam kehidupan masyarakat, bangsa dan negara.”¹⁰

⁹Nadirsyah Kepala UPT Pengelola Objek Wisata Danau Ranau, Wawancara tanggal 4 mei 2021, Pukul 10.00 wib.

¹⁰Amri Nurman Zen Seksi Hubungan Kerjasama Kepariwisataaan, Wawancara tanggal 20 April 2021, Pukul 14.30 wib.

3. Penjualan Pribadi

Penjualan pribadi ini dilakukan oleh DISPARBUD Oku Selatan. Kegiatan yang dilakukan oleh komunitas atau instansi lain harus melalui perizinan secara pribadi kepada pihak DISPARBUD Oku Selatan, karena perizinan tersebut sebagai tanda bukti untuk kelancaran kegiatan yang sedang dilakukan di objek wisata Danau Ranau.

“Bapak Devi menyebutkan bahwa *event* dan kegiatan yang berhubungan dengan memasarkan objek wisata tersebut harus meminta izin dulu kepada DISPARBUD Oku Selatan. Karena suatu kegiatan itu, memiliki tanggung jawab yang besar untuk kemajuan instansi dan objek wisata tersebut. Suatu instansi atau komunitas yang ingin mengadakan kegiatan atau *event* di objek wisata Danau Ranau harus memiliki surat izin resmi dari pihak dinas. Jadi ya, instansi atau komunitas datang ke dinas untuk meminta izin. Kadang ia meminta ide juga kepada saya, agar kegiatan tersebut berjalan dengan lancar”¹¹

Bidang pemasaran DISPARBUD Oku Selatan juga memiliki kegiatan untuk memperkenalkan objek wisata.

“Dari bidang pemasaran Ibu Anita mengadakan suatu kunjungan kepada pihak sekolah untuk mengajak siswa dan siswinya studi banding ke objek wisata Kabupaten Oku Selatan. Kegiatan ini sebagai fungsi memperkenalkan siswa dan siswi sekolah luar kota bahwasannya Oku Selatan mempunyai banyak objek wisata. Bidang pemasaran memperkenalkan objek wisata kepada siswa dan siswi sekolah tersebut, dengan cara melakukan kunjungan keliling ke objek wisata Danau Ranau dan beberapa objek wisata lainnya di Kabupaten Oku Selatan. Tidak hanya kunjungan saja yang dilakukan oleh bidang pemasaran, namun ia juga mengadakan kegiatan yang berupa lomba dialog untuk anak sekolah tersebut. Agar mereka belajar sambil bermain di objek wisata tersebut.”¹²

4. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung adalah kegiatan yang penting dalam komunikasi pemasaran di bidang jasa, memiliki suatu proses komunikasi secara langsung

¹¹Devianto saputro Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata, Wawancara tanggal 20 April 2021, Pukul 09.30 wib.

¹²Anita Yulianti Seksi Pemasaran Pariwisata, Wawancara tanggal 21 April 2021, Pukul 11.30 wib.

antara pengunjung dengan individu penjual jasa. Pihak pengelola objek wisata Danau Ranau melibatkan petugasnya untuk mempromosikan fasilitas yang berada di objek wisata itu dengan cara menyewakan perahu untuk mengelilingi objek wisata Danau Ranau.

Komunikasi yang dilakukan oleh pengelola dengan para pengunjung dalam pemasaran langsung dengan cara menginformasikan kepada pengunjung untuk membayar retribusi dan jasa perusahaan atau lembaga. Berdasarkan data-data yang diperoleh peneliti dalam penelitian dapat disimpulkan bahwa penjualan pribadi objek wisata Danau Ranau adalah dilakukan dengan cara petugas melayani pembayaran retribusi masuk dan parkir kendaraan di objek wisata tersebut.

Peneliti mengamati, bahwa objek wisata tersebut terdapat kantor yang mengurus lingkungan Objek Wisata Danau Ranau. Kantor tersebut memiliki koordinator yang bertugas untuk mengelola seluruh lingkungan Danau Ranau. Akan tetapi, disisi lain ia juga bisa memberikan informasi mengenai objek wisata Danau Ranau.

Objek wisata Danau Ranau memiliki halaman yang luas untuk disewakan kepada komunitas atau instansi lain untuk kegiatan dan *event* yang diselenggarakan di lingkungan area pinggir Danau Ranau. Suatu pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh DISPARBUD Oku Selatan untuk objek wisata Danau Ranau juga bisa di bantu oleh para pengunjung. Para pengunjung memasarkan dan mempromosikan objek tersebut dengan cara menginformasikan dari mulut ke mulut tentang objek wisata Danau Ranau kepada teman dan tetangga-tetangga, agar para calon pengunjung tertarik dan datang ke objek

tersebut. Dampak ketertarikan dan kedatangan mereka di objek wisata Danau Ranau adalah peningkatan pengunjung.

5. Pemasaran Interaktif

Pada zaman modern, masyarakat banyak menggunakan internet sebagai alat komunikasi. Saat ini internet menjadi media iklan yang paling menarik bagi masyarakat. Internet salah satunya sebagai media promosi yang gunanya untuk strategi komunikasi pemasaran dalam perusahaan dan lembaga. Dikarena ia bersifat interaktif dan efektif untuk berkomunikasi dengan konsumennya.

DISPARBUD Oku Selatan melakukan sebuah pemasaran objek wisata Danau Ranau dengan cara komunikasi secara interaktif melalui media sosial. Dalam pemasaran yang dilakukan oleh Ibu Anita Yulianti selaku Seksi Pemasaran Pariwisata, menurutnya bahwa internet dalam media sosial merupakan pemasaran paling efektif yang digunakan untuk suatu objek wisata.

“Menurut Ibu Anita memasarkan objek wisata Danau Ranau dengan menggunakan media sosial, seperti *Instagram*: *disparbud_okuselatan* dan *potret_ranau*, *wisata_danau_ranau*, *Website*: <https://disbupdar.okuselatankab.go.id/> dan *Youtube*: *disparbud OKU Selatan*. Semua bentuk pemasaran ini digunakan untuk menginformasikan seluruh lingkungan objek wisata Danau Ranau dan pemasaran yang paling efektif, yaitu lewat media sosial ialah *instagram*. Pemasaran interaktif dapat menjangkau calon pengunjung luar kota untuk menarik dan datang berkunjung ke objek wisata Danau Ranau dengan cara calon pengunjung melihat dan membaca lewat media sosial.”¹³

C. Analisis Data dan Pembahasan

Dibawah ini merupakan hasil penelitian yang penulis lakukan, baik hasil observasi, wawancara, maupun dokumentasi yang telah dilakukan secara

¹³Anita Yulianti Seksi Pemasaran Pariwisata, Wawancara tanggal 21 April 2021, Pukul 11.30 wib

langsung maupun secara *daring* kepada informan. Maka penulis akan melakukan analisa sesuai dengan teknik analisa yang digunakan serta teori yang telah penulis tetapkan agar tercapainya hasil penelitian sesuai dengan apa yang diharapkan. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa penulis menggunakan teknik analisa deskriptif kualitatif, yaitu pemaparan data mengenai *Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan*.

Pihak DISPARBUD Oku Selatan mengelola objek wisata Danau Ranau dengan melakukan beberapa strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan pengunjung objek wisata Danau Ranau. Adapun kegiatan strategi komunikasi pemasaran tersebut meliputi:

1. Periklanan

Periklanan dipakai untuk mencapai beragam tujuan, termasuk mengubah perilaku konsumen, membangun *image* dan mencapai penjualan yang diinginkan. Tujuan utama dalam periklanan adalah bahwa iklan harus menggugah perhatian konsumen terhadap produk atau jasa dari suatu perusahaan dan lembaga.

Promosi dalam DISPARBUD Oku Selatan telah mengelola objek wisata Danau Ranau dengan menggunakan beberapa media dalam mempromosikan objek wisata Danau Ranau, antara lain:

1) Media Luar Ruang

Pihak DISPARBUD Oku Selatan menggunakan media luar ruang dalam mempromosikan objek wisata Danau Ranau. Media ini digunakan karena memberikan keuntungan dan terjangkaunya pasar sasaran dengan baik. Promosi yang dilakukan melalui media luar ruang berupa papan

petunjukarah yang menuju objek wisata Danau Ranau, papan ini diletakkan dititik-titik tertentu dalam daerah Kabupaten Oku Selatan.

Selama ini pemasangan papan petunjuk arah yang di lakukan olehpihak promosi untuk objek wisata Danau Ranau cukup efektif. Karenapenggunaan media lebih untuk memperkenalkan dan menunjukkan lokasiobjek wisata Danau Ranau kepada masyarakat.

Dalam pemasangan papan petunjuk arah ini, diletakkan di tempat-tempatyang cukup strategis. Agar masyarakat bisa melihat papan petunjukarah tersebut dengan jelas. Papan petunjuk arah diletakkan di jalan rayadaerah Kabupaten Oku Selatan untuk menuju lokasi objek wisata Danau Ranau.

2) Media Dalam Bentuk Berita Online

Menurut pengamatan peneliti, media dalam bentuk berita *online* sangat membantu dalam mempromosikan objek wisata Danau Ranau. Objek wisata ini memiliki suatu *event* dan kegiatan yang diberitakan lewat berita *online*, yaitu Festival Festival Danau Ranau, Jelajah Alam Serasan Seandanan, Gran Fondo. Dalam *event* ini bertujuan untuk memajukan dan mempromosikan objek wisata tersebut, agar objek wisata ini ramai dan dikenal oleh seluruh masyarakat.

Dalam hal ini, terbukti bahwa kegiatan dan *event* yang di selenggarakan di objek wisata tersebut telah membuat pengunjung Danau Ranau semakin meningkat. Maka dari itu, periklanan dalam bentuk berita *online* sangat membantu DISPARBUD Oku Selatan untuk mempromosikan objek wisata Danau Ranau.

2. Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat (*public relations*) merupakan komunikasi personal yang ditujukan untuk mengubah opini atau mencapai liputan *audiens* seluas-luasnya.. Untuk menjalin kerjasama dengan lingkungan masyarakat agar mempunyai citra positif untuk perusahaan, maka dinas tersebut harus membentuk kegiatan nyata dari *public relations* yaitu dengan hubungan karyawan, kepentingan publik, penanganan krisis, hubungan komunikasi dan pengembangan internet.

Kegiatan yang dilakukan DISPARBUD Oku Selatan untuk mempromosikan objek wisata Danau Ranau sudah cukup bagus. Dinas ini memiliki UPT untuk pengelola objek wisata. UPT ini berfungsi sebagai pengelola seluruh objek wisata Danau Ranau. UPT Pengelola ini telah melakukan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan data pengunjung, membina hubungan baik dengan pengunjung dan warga sekitar.

Dalam hubungan ini, dilakukan dengan cara bertahap, agar mereka mau menerima kegiatan dan hubungan yang dijalin oleh UPT Pengelola objek wisata Danau Ranau untuk waktu yang lama. Rencana yang dilakukan oleh UPT untuk objek wisata Danau Ranau dapat mempererat hubungan masyarakat dan karyawannya untuk memajukan dan meningkatkan kerjasama dalam menarik para pengunjung ke objek wisata tersebut.

Pemasaran DISPARBUD Oku Selatan memiliki kerjasama untuk menjalin hubungan dengan pers atau publikasi. Kerjasama ini harus dilakukan dengan baik untuk mempublikasikan hal yang positif di objek wisata Danau Ranau. Pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh DISPARBUD Oku Selatan untuk objek wisata Danau Ranau dalam hubungan dengan media sudah berjalan dengan sebaik mungkin. Karena dengan adanya media, dengan mudah

mempromosikan dan menarik para pengunjung untuk berkunjung di objek wisata Danau Ranau.

3. Penjualan Pribadi

Penjualan pribadi (*personal selling*) merupakan komunikasi langsung tatap muka antara petugas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan kepada pengunjung. Hal ini bertujuan untuk membentuk pemahaman yang baik terkait objek wisata yang ditawarkan.

Menurut pengamatan peneliti, kegiatan penjualan pribadi yang dilakukan oleh DISPARBUD Oku Selatan sudah cukup baik. Karena suatu instansi atau komunitas yang ingin mengadakan kegiatan atau *event* di objek wisata Danau Ranau tersebut harus memiliki surat ijin resmi dari pihak dinas. Dengan adanya surat ijin resmi dari pihak dinas bisa membuat melancarkan dan memberi tanggung jawab kepada pihak yang menyelenggarakan kegiatan atau *event* tersebut.

Bidang pemasaran DISPARBUD Oku Selatan juga memiliki kegiatan untuk memperkenalkan objek wisatanya dengan cara mengadakan suatu kunjungan kepada pihak sekolah untuk mengajak siswa dan siswinya studi banding ke objek wisata Kabupaten Oku Selatan. Kegiatan ini, sebagai fungsi memperkenalkan siswa dan siswi sekolah luar kota bahwasannya Oku Selatan mempunyai banyak objek wisata.

Bidang pemasaran sudah cukup baik untuk memperkenalkan objek wisata kepada siswa dan siswi sekolah tersebut dengan cara ia melakukan kunjungan keliling ke objek wisata Danau Ranau dan beberapa objek wisata lainnya di Kabupaten Oku Selatan. Tidak hanya kunjungan saja yang dilakukan oleh bidang

pemasaran, namun ia juga mengadakan kegiatan yang berupa lomba dialog untuk anak sekolah tersebut. Agar mereka belajar sambil bermain di objek wisata tersebut.

4. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung (*direct marketing*) merupakan pendekatan pemasaran yang bersifat bebas dalam menggunakan saluran distribusi atau komunikasi pemasaran, yang memungkinkan pemasar memiliki strategi tersendiri dalam hubungannya dengan konsumen. Pemasaran langsung juga didefinisikan sebagai bentuk komunikasi antar individu dimana tenaga penjual menginformasikan kepada calon pengunjung untuk membeli tiket dan jasa perusahaan atau lembaga.

Berdasarkan data-data yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pemasaran langsung objek wisata Danau Ranau adalah dilakukan dengan cara petugas melayani pembayaran retribusi dan parkir kendaraan di objek tersebut.

Objek wisata Danau Ranau dalam melakukan pemasaran langsung dengan cara pelayanan secara langsung kepada para pengunjung maupun calon pengunjung. Seluruh bidang dalam DISPARBUD Oku Selatan bisa menjadi tenaga promosi yang memberikan informasi bagi calon pengunjung dan parapengunjung objek wisata Danau Ranau. Serta memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin.

Dalam kegiatan dan *event* objek wisata Danau ini tidak sepenuhnya tergantung pada pemasaran dan promosi DISPARBUD Oku Selatan saja. Namun para pengunjung juga bisa membantu dalam promosi tersebut dengan cara

menginformasikan atau mempromosikan objek wisata ini dari mulut ke mulut kepada teman dan tetangga-tetangga, agar objek wisata Danau Ranau tersebut kedatangan banyak pengunjung.

5. Pemasaran Interaktif

Pemasaran Interaktif merupakan kemajuan teknologi komunikasi yang mungkin dilakukan secara interaktif melalui media massa. Dalam hal ini yang paling digunakan adalah dengan menggunakan internet, khususnya dengan melalui fasilitas yang di kenal sebagai *world wide web (www)*.

Pada zaman modern saat ini banyak masyarakat yang menggunakan internet sebagai alat komunikasi. Saat ini internet menjadi media iklan yang paling menarik bagi masyarakat. Internet salah satunya sebagai media promosi yang gunannya untuk mempromosikan objek wisata Danau Ranau. Dalam hal ini sangat efektif untuk mempromosikan objek wisata tersebut kepada para calon pengunjung luar kota.

DISPARBUD Oku Selatan melakukan sebuah pemasaran objek wisata Danau Ranau dengan cara komunikasi secara interaktif melalui mediasosial. Objek wisata Danau Ranau ini, memasarkan wisata dengan caralewat media sosial, seperti *Instagram: Instagram: disparbud_okuselatan* dan *potret_ranau, wisata_danau_ranau, Website: <https://disbupdar.okuselatankab.go.id/>* dan *Youtube: disparbud OKU Selatan*. Semua bentuk pemasaran ini sudah cukup baik digunakan untuk menginformasikan seluruh lingkungan objek wisata Danau Ranau. Pemasaran yang paling efektif, yaitu lewat media sosial ialah *instragram*.

Instagram yang dibuat oleh DISPARBUD Oku Selatan untuk objek wisata Danau Ranau sudah cukup baik dan menarik. Karena dalam menampilkan

atau memposting *spot* foto pemandangan alam Danau Ranau itu bisa mengundang para calon pengunjung untuk tertarik datang dan berkunjung di objek wisata tersebut. Pemilihan foto-foto terbarunya dalam objek wisata ini sudah cukup bagus, sehingga mempunyai follower sekitar 301 untuk *disparbud_okuselatan* dan 16,6RB untuk *potret_ranau* dan 6.034 untuk *wisata_danau_ranau*.

DISPARBUD Oku Selatan memiliki *website* yang tujuannya sebagai alat untuk menginformasikan seluruh kegiatan, *event* dan gambaran mengenai seluruh objek wisata di Kabupaten Oku Selatan. Dalam hal ini dilakukan dengan cara memposting segala sesuatu yang baru mengenai kegiatan dan *event* di objek wisata Kabupaten Oku Selatan.

Tidak hanya itu saja, dalam pemasaran interaktif yang mereka lakukan, namun mereka juga memposting keindahan objek wisata daerah Kabupaten Oku Selatan melalui *youtube*. Sehingga para calon pengunjung luar kota bisa mengetahui keindahan objek wisata Kabupaten Oku Selatan.