

STRATEGI DAN PERENCANAAN KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DALAM PEMBENTUKAN KELOMPOK SADAR WISATA DI KABUPATEN BANGGAI

Cherly Mangundap, Adrian Kede

Email: adriankede1382@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dan perencanaan komunikasi Dinas Pariwisata dalam pembentukan kelompok sadar wisata di Kabupaten Banggai. Untuk mengumpulkan data digunakan Observasi, yaitu melakukan pengamatan lapangan terhadap obyek penelitian, angket /kuesionare yaitu pengumpulan data melalui daftar pernyataan yang disiapkan untuk masing-masing responden. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa strategi dan perencanaan komunikasi Dinas Pariwisata dalam pembentukan Kelompok Sadar Wisata di Kabupaten Banggai berjalan dengan baik dengan prosentase jawaban 79,30% dan ini menunjukkan bahwa yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam melakukan perencanaan komunikasi sudah baik dilakukan guna pembentukan Kelompok Sadar Wisata di Kabupaten Banggai

Kata Kunci: Strategi, Perencanaan Komunikasi, Pariwisata, Kelompok Sadar Wisata

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan ataupun informasi dari seseorang kepada orang lain. Pada perkembangannya pihak penyampai pesan, atau dalam istilah komunikasi di sebut komunikator, dapat berupa sebuah kelompok, atau pun perorangan. Begitu pula dengan penerima, yang dalam istilah komunikasi di sebut sebagai komunikan, dapat berupa perorangan atau pun kelompok. Secara harfiahnya komunikasi merupakan jalinan yang terjadi dalam sistem sosial dengan berbagai pendukungnya seperti adanya media-media komunikasi yang berkembang saat ini. Dalam dunia korporat, strategi menggambarkan bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan panduan untuk mengalokasikan sumber daya dan upaya organisasi. (Jain, 1990 dalam (Tjiptono 2008).

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi andalan beberapa daerah di Indonesia khususnya Kabupaten Banggai untuk menjadikan sektor pariwisata yang mampu menambah pendapatan daerah. Hal ini dikarenakan industri pariwisata di Kabupaten Banggai berpotensi menghasilkan keuntungan yang selanjutnya meningkatkan pendapatan daerah. (Cutlip, Scott M 2016) menyatakan bahwa untuk kemudahan pembuatan dan saat mempraktikkan strategi komunikasi, manajer harus mengetahui langkah-langkah taktisnya strategi komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. langkah-langkah ini adalah untuk meringkaskan pesan, semantik, simbol, hambatan dan stereotip, memasukkan semuanya ke dalam kampanye, menyebarkan pesan dan memikirkan kembali prosesnya.

Kabupaten Banggai memiliki banyak potensi wisata alam nan indah. Dari banyaknya potensi wisata yang ada, hanya sebagian kecil yang menjadi ikon pariwisata Kabupaten Banggai yang baru mekar ini, seperti Pantai Kilometer lima, Laumarang, Salodik, Pulau dua, dan Bukit Teletubis. Masih terdapat banyak potensi wisata yang belum dikembangkan yang berada di desa yang memiliki keindahan obyek wisata air panas di wilayah Kecamatan Pagimana yang tak terkira. Selain itu juga hutan pinus salodik yang belum terkelola dengan baik padahal hutan tersebut memiliki keindahan yang sangat eksotis bagi orang yang suka untuk traveling. Selain hutan yang asri namun damai jauh dari kunjungan wisatawan, hutan ini bak surga tersembunyi di Kabupaten Banggai. Pengunjung yang tiba di sana melihat daerah pegunungan tempat rumput dan pepohonan tumbuh. Kabupaten Banggai telah memutuskan dalam visinya untuk menjadikan Kabupaten Banggai sebagai tujuan wisata global.

Salah satu yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Banggai dalam mensosialisasikan pariwisata dengan pembentukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) yang diawali dengan proses dialog oleh kalangan muda yang mempunyai kesamaan visi dalam mengembangkan potensi wisata alam yang ada pada desanya yang pada akhirnya berhasil membawa kelompok lain secara partisipatif berperan dalam mengelola kawasan wisata tersebut. Menurut (Bungin 2015), komunikasi pemasaran, brand destinasi, manajemen komunikasi pariwisata, komunikasi transportasi pariwisata, komunikasi visual pariwisata, komunikasi kelompok pariwisata, komunikasi online pariwisata, Public Relations (PR) dan MICE, serta riset komunikasi pariwisata.

Demikian pula dengan strategi komunikasi yang dilakukan anggota Pokdarwis mempunyai peran yang sama dalam wujud kepedulian dan keinginan untuk maju dan berkembang dengan memanfaatkan potensi lokal yang ada sehingga dapat menjadi faktor kemajuan daerah wisata ini. Hal ini memberikan konsekuensi bagi dinas pariwisata terkait untuk mengarahkan program pembangunan dan membuat kebijakan dalam mengembangkan berbagai potensi pariwisata termasuk pariwisata berbasis kearifan lokal.

Pariwisata cukup potensial untuk menjadi tulang punggungnya ekonomi masa depan. Pemasaran terencana internal tanpa keterlibatan terencana penyedia pariwisata (Sembiring 2016). Wisatawan mancanegara dari negara lain lebih tertarik menikmati destinasi wisata yang kondisinya masih alami, seperti pantai, gunung, atau desa liburan. Perkembangan wisata alam dengan mengedepankan budaya dan kearifan lokal saat ini mulai banyak menarik perhatian wisatawan mancanegara maupun lokal khususnya di Kabupaten Banggai. Oleh

karena itu, permasalahan di atas harus diselesaikan dengan merencanakan strategi komunikasi yang tepat untuk menciptakan lingkungan masyarakat yang ramah, sadar perjalanan. Terbentuknya Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) bagi masyarakat sadar wisata sejalan dengan prinsip pembangunan sosial dimana partisipasi masyarakat merupakan hal terpenting yang memberdayakannya. (FIRDAUS 2016).

Pariwisata yang berbasis kearifan lokal diutamakan karena kearifan lokal mengajarkan nilai-nilai etika dan moral, seperti mewariskan budaya berarti mewariskan budaya kepada nenek moyang secara turun-temurun tanpa mengubah nilai-nilai budaya itu sedikitpun. Transformasi, sebaliknya, berarti memajukan kebudayaan dengan cara menyesuaikan kebudayaan dengan zaman, mempertahankan yang baik dan mengubah yang tidak kekinian, dengan memperhatikan nilai-nilai budaya tersebut. Jika dimaknai sebagai bentuk nasionalisme sejati yang merasuki setiap orang di Kabupaten Banggai.

Etika dan nilai-nilai moral dalam kearifan lokal tidak berarti berlaku secara lokal pada budaya atau suku bangsa tertentu, tetapi bersifat transkultural atau etnik sehingga menjadi budaya nasional. Seperti yang bisa kita lihat hampir di seluruh wilayah Indonesia dikenal dengan budaya Gotong Royongnya begitu juga dengan seluruh masyarakat Indonesia yang dikenal ramah tamah. Karena begitu banyaknya potensi wisata yang dapat dikembangkan melalui pendekatan kearifan lokal tersebut, maka Dinas Pariwisata Kabupaten Banggai membutuhkan peran yang optimal dalam menyusun strategi komunikasi dan rencana komunikasi pemerintah untuk membina kelompok sadar wisata untuk semua jenis sumber daya dan peluang wisata yang ada di Kabupaten Banggai.

Pariwisata merupakan salah satu aspek pembangunan yang dewasa ini mendapatkan perhatian lebih, baik dari pemerintah pusat maupun daerah. Berbagai upaya pengembangan potensi wisata terus dilakukan pemerintah daerah Kabupaten Banggai, hal ini dikarenakan pariwisata memiliki peranan yang sangat potensial dan strategis dalam pembangunan daerah dan turut menunjang pembangunan nasional sekaligus merupakan salah satu faktor yang sangat strategis untuk meningkatkan pendapatan perekonomian daerah. Sektor pariwisata yang baru-baru ini sedang digencarkan oleh Kementerian Pariwisata yaitu dibangunnya desa wisata di berbagai wilayah Indonesia.

Keberhasilan pariwisata di daerah tergantung pada kegiatan dinas pariwisata melalui kegiatan kelompok sadar wisata kepada masyarakat banyak ditentukan oleh strategi dan perencanaan komunikasi yang diterapkan. Di lain pihak jika tidak ada strategi dan perencanaan komunikasi yang baik, efek dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan

menimbulkan pengaruh negatif. Strategi dan perencanaan komunikasi yang baik dalam suatu organisasi akan menentukan tingkat keberhasilan dari organisasi tersebut dalam mencapai target dan sasaran.

Strategi dan perencanaan komunikasi akan mengarahkan cara dan pola komunikasi kepada orang-orang yang berada di dalam kelompok organisasi (internal) dan orang-orang yang memungkinkan akan terlibat dalam aktivitas organisasi (eksternal). Arah pengembangan kawasan wisata di Kabupaten Banggai diarahkan kepada komitmen yang kuat dari aktor-aktor atau agen-agen yang terlibat, kelompok sadar wisata, masyarakat, perguruan tinggi dan sektor swasta termasuk individu untuk bersatu padu saling terkoordinasi dalam sistem baku menjadikan desa di kawasan ini sebagai kawasan wisata sejarah-budaya, desa wisata industri kerajinan, desa wisata perairan dan desa wisata kuliner khas Kabupaten Banggai.

Strategi dan perencanaan Komunikasi dinas pariwisata dalam pembentukan kelompok sadar wisata di Kabupaten Banggai untuk menganalisis perencanaan (*planning*), bentuk pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), metode pengawasan dan evaluasi (*evaluating*) berikut digambarkan dalam bagan kerangka pemikiran. Dari uraian latar belakang di atas maka penulis mengangkat permasalahan bagaimana Strategi dan Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Pembentukan Kelompok Sadar Wisata di Kabupaten Banggai.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Banggai. Pengumpulan data digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Observasi (*observation*)

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang sedang diteliti secara sadar dan sistematis sesuai dengan prosedur yang tepat. Observasi menurut (Suharsimi Arikunto 2010a) yaitu cara pengumpulan data dengan melakukan kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indera. Observasi dilaksanakan untuk mengetahui keadaan di lapangan yang sebenar-benarnya yang berhubungan dengan obyek penelitian.

b. Kuesioner (*questioner*)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiono 2004) kuisisioner ini akan dibagikan kepada pegawai Dinas Pariwisata dan kelompok pariwisata yang ada di Kabupaten Banggai.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang dilakukan oleh peneliti untuk menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan dan catatan harian yang memiliki hubungan dengan masalah yang diteliti. (Suharsimi Arikunto 2010b)

Analisis data dalam penelitian ini adalah berupa analisis deskriptif, yaitu suatu teknik untuk mengungkapkan dan memaparkan pendapat dari responden berdasarkan jawaban dari instrumen penelitian yang telah diajukan oleh peneliti. Dari data yang telah terkumpul kemudian dilakukan analisis data secara deskriptif yaitu dengan cara memaparkan secara objektif dan sistematis situasi yang ada dilapangan.

Data hasil penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan analisis kuantitatif. Untuk menganalisis data-data kuantitatif maka digunakan metode analisis yang akan dilakukan berdasarkan statistik deskriptif dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dalam bentuk tabulasi. Hasil analisis kuantitatif kemudian akan dianalisis secara kualitatif dengan cara mendiskripsikannya menjadi kalimat-kalimat pernyataan berdasarkan kajian teoritis yang relevan.

Selanjutnya data yang bersifat kuantitatif, yaitu yang berwujud angka-angka hasil perhitungan olahan angket akan diproses melalui teknik deskriptif kualitatif dengan menggunakan distribusi frekuensi relatif. Menurut (Sudijono Anas 2009) distribusi frekuensi relatif adalah: “....frekuensi yang disajikan disini bukanlah frekuensi sebenarnya, melainkan frekuensi yang dituangkan dalam bentuk angka persenan.”

Dengan rumus sebagai berikut:

$$p = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

f : frekuensi yang sedang dicari persentasenya.

N : *Number of Cases* (jumlah frekuensi / banyaknya individu).

p : Angka persentase.

Pengukuran variabelnya menggunakan skala normal sebagaimana dikemukakan oleh Suharsimi (S Arikunto 2019) yaitu bahwa Kadang-kadang pencarian presentase dimaksudkan untuk mengetahui status sesuatu yang dipersentasekan dan disajikan tetap berupa persentase. Tetapi kadang-kadang sesudah sampai pada persentase lalu ditafsirkan dengan kalimat yang

bersifat kualitatif.¹ Berpedoman pada pendapat di atas, maka penulis menetapkan standar atau kriteria untuk mengukur indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Table 1
Kategori jawaban responden

No	Kategori Jawaban	Prosentase Jawaban
5	Sangat Baik	86-100
4	Baik	85-70
3	Cukup Baik	69-40
2	Tidak Baik	39-20
1	Sangat Tidak Baik	19-0

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi yang di bangun sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru berkaitan dengan pembentukan kelompok sadar wisata yang ada di wilayah Kabupaten Banggai. Berikut hasil penelitian yang dilakukan yang dijabarkan dalam table sebagai berikut:

Table 2
Hasil penelitian

Indikator	No Item	Bobot Skor										Jumlah		Skorn %
		5		4		3		2		1		F	X	
		F	X	F	X	F	X	F	X	F	X			
Strategi dan perencanaan komunikasi Dinas Pariwisata dalam pembentukan kelompok sadar wisata di Kabupaten Banggai	1	17	85	21	84	7	21	6	12	3	3	54	205	75,95
	2	19	95	25	100	5	15	3	6	2	2	54	218	80,74
	3	16	80	27	108	6	18	3	6	2	2	54	214	79,25
	4	15	75	26	104	7	21	4	8	2	2	54	210	77,77
	5	17	85	28	112	4	12	3	6	2	2	54	217	80,37
	6	14	70	27	108	6	18	4	8	3	3	54	207	76,66
	7	18	80	27	108	3	9	4	8	2	2	54	217	80,37
	8	16	80	28	112	4	12	4	8	2	2	54	214	79,25
	9	16	80	28	112	5	15	3	6	2	2	54	215	79,62
	10	17	85	27	108	5	15	3	6	2	2	54	216	80,00
	11	18	90	24	96	6	18	4	8	2	2	54	214	79,25
	12	18	90	25	100	5	15	4	8	2	2	54	215	79,62
	13	16	80	29	116	5	15	3	6	1	1	54	218	80,74
	14	18	90	28	112	3	9	4	8	1	1	54	220	81,48
	15	15	75	28	112	5	15	4	8	2	2	54	212	78,51
Jumlah		1189,55 : 15 = 79,30%												

Keterangan:

F = Frekwensi responden yang menjawab sesuai dengan kategori jawaban

X = Frekwensi dikalikan dengan bobot nilai kategori jawaban

Dari hasil di atas menunjukkan bahwa strategi dan perencanaan komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam pembentukan Kelompok Sadar Wisata di Kabupaten Banggai berjalan dengan baik dilakukan guna pembentukan Kelompok Sadar Wisata di Kabupaten Banggai.

Hasil penelitian merupakan data yang dikumpulkan oleh penulis selama penelitian berdasarkan pernyataan penelitian, hasil penelitian menggambarkan jawaban informan dan informasi yang diperoleh dari hasil penelitian, yang nantinya dapat dievaluasi secara ilmiah untuk tujuan penelitian. Pada bagian ini penulis memaparkan dan membahas hasil observasi dan survei lapangan langsung terhadap strategi pelayanan pariwisata dan perencanaan komunikasi dalam pembentukan kelompok sadar wisata di Kabupaten Banggai.

Selain sektor migas yang memiliki potensi besar dan berperan besar dalam perkembangan perekonomian saat ini, pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang pertumbuhannya masih sangat lambat. Pembangunan kepariwisataan yang dilaksanakan dengan baik mampu menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara untuk membelanjakan uangnya dalam kegiatan kepariwisataan. Menunjukkan keseriusan pemerintah, pihaknya mengalokasikan anggaran yang besar untuk pengembangan tempat wisata di Kabupaten Banggai. Strategi komunikasi yang diterapkan tentunya membutuhkan pembawa pesan untuk menyampaikan pesan guna membangkitkan minat pengunjung di destinasi wisata Kabupaten Banggai. Dalam hal ini kelompok sadar wisata menjadi penting karena mereka melaksanakan sosialisasi kepariwisataan dan memberikan dampak yang besar bagi kepariwisataan.

Ketika berhadapan dengan masalah komunikasi, perencana komunikasi, dalam hal ini pemerintah melalui dinas pariwisata, menghadapi banyak masalah, terutama ketika harus menggunakan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan dan strategi komunikasi yang dapat dicapai. Memilih strategi merupakan langkah penting yang memerlukan penanganan yang cermat dalam perencanaan komunikasi, karena salah memilih strategi dapat berakibat fatal terutama kerugian waktu, materi dan tenaga. Oleh karena itu, strategi komunikasi harus masuk dalam rencana komunikasi Kelompok Sadar Wisata Kabupaten Banggai.

Proses komunikasi yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata tidak luput dari berbagai hambatan atau hambatan. Oleh karena itu strategi komunikasi bertujuan untuk mengatasi kendala yang ada untuk mencapai efektifitas komunikasi, sedangkan dalam kaitannya dengan pengoperasian dan pemanfaatan strategi komunikasi perlu dilaksanakan

program-program wisata melalui pemasaran, penyebaran gagasan, kerjasama. atau pengembangan infrastruktur wisata.

Strategi komunikasi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi harus dapat menunjukkan apa taktik operasionalnya. Sama halnya dengan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Kelompok Sadar Wisata, yaitu perpaduan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana keinginan masyarakat lokal maupun asing untuk datang ke Kabupaten Banggai.

Keberhasilan kegiatan komunikasi sangat tergantung pada definisi strategi komunikasi. Sebaliknya, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik, maka tidak menutup kemungkinan bahwa efek dari proses komunikasi tersebut akan berdampak negatif. Pada saat yang sama, evaluasi proses komunikasi dapat diperiksa melalui model komunikasi. Dalam proses peningkatan kesadaran pariwisata, kegiatan komunikasi kelompok sedang berlangsung atau proses telah selesai untuk mengevaluasi keberhasilan proses komunikasi, terutama efek dari proses komunikasi yang digunakan oleh sejumlah besar wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Banggai. Dengan merencanakan strategi komunikasi yang matang, diharapkan kelompok sadar wisata yang dibentuk oleh asosiasi pariwisata memiliki pemahaman yang sama, sehingga hubungan baik antara biro pariwisata dan lingkaran sadar wisata dapat terjaga dengan baik. Saling pengertian ini menimbulkan rasa saling percaya, sehingga motivasi kerja kelompok sadar wisata meningkat.

Jadi dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Dalam melaksanakan strategi komunikator salah satu yang menjadi acuan adalah kredibilitas komunikator. Kredibilitas merupakan sebuah kondisi dimana komunikator dianggap memiliki kemampuan yang mumpuni dan pengetahuan, keahlian atau pengalaman yang relevan tentang objek wisata yang ada di Kabupaten Banggai, sehingga khalayak menjadi percaya bahwa apa yang disampaikan terkait pariwisata adalah sebuah kebenaran. Dengan demikian seseorang yang tergabung sebagai pengurus kelompok sadar wisata dikatakan memiliki kredibilitas manakala ia ahli atau terampil dalam suatu bidang tertentu

dan ia dipercaya sebagai orang yang jujur, memiliki integritas atau memiliki reputasi bisa dipercaya dalam menyampaikan kepariwisataan yang ada di Kabupaten Banggai.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka di dapatkan hasil 79,30% strategi dan perencanaan komunikasi yang dilakukan dinas pariwisata Kabupaten Banggai dalam pembentukan kelompok sadar wisata. Ini patut di banggakan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan selama ini sudah berjalan dengan baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil peneliatan dan pembahasan tentang strategi komunikasi Dinas Pariwisata dalam pembentukan kelompok sadar wisata untuk menarik minat pengunjung objek wisata di Kabupaten Banggai, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata, Kabupaten Banggai dalam dalam pembentukan kelompok sadar wisata kepada kepada masyarakat berjalan dengan baik. Strategi pesan yang disampaikan Dinas Pariwisata dalam menarik minat pengunjung objek wisata melalui kelompok sadar wisata adalah dengan melakukan penekanan inti pesan, dan pengorganisasian pesan dilakukan dengan cara pengelompokan pesan terkait keunikan pariwisata dan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah. Dinas Pariwisata Kabupaten Banggai harus meningkatkan komunikasinya secara profesional untuk meningkatkan kepariwisataan di Kabupaten Banggai serta lebih memaksimalkan perencanaan komunikasi melalui media sosial. Hal ini dikarenakan kebanyakan tanggapan dan respon positif didapatkan melalui media soaial.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2019. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010a. "Prosedur Penelitian, Jakarta." *Rineka Cipta*.
- . 2010b. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anwar Arifin, 1984, *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*, (Bandung: Armico)
- Allison dan Kaye (2004) *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi*. Nirlaba, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta
- A. Yoeti Oka, 2008: 84 *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Penerbit. Kompas. Jakarta
- Bungin, Burhan. 2015. "Komunikasi Pariwisata: Pemasaran Dan Brand Destinasi." *Jakarta: Kencana*, 85–87.
- Cutlip, Scott M, Allen H. Center dan Glen M.Broom. 2016. *Effective Public. Relations*. Jakarta: Kencana.
- FIRDAUS, MOKHAMAD. 2016. "PENGARUH SUASANA TOKO TERHADAP PERILAKU KONSUMEN Di STARCROSS Clothing Store." Universitas Gadjah Mada.
- Cangara, 1998, *Pengantar Ilmu komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- . 2015. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada
- Effendy (1981) *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: PT. Rosdakarya

- Fajar, Marhaeni, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek* Edisi Pertama, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2009)
- Humaidi, *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*, (Malang: UMM Press)
- Hovland, Janis & Kelley *Communication and persuasion. New Haven: Yale University Press*
- Idris Abdurachman (1998) dalam Hadiwijoyo (2012: 41) *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lasswell (1960) *The Structure and Function of Communication in Society*, dalam *Mass Communications, a Book of Readings Selected and Edited by the Director of the Institute for Communication Research at Stanford University*. Editor: Wilbur Schramm. Urbana: University of Illinois Press
- Muljadi, (2012) *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Masri. S (2003) *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, PT. Pustaka LP3ES, Jakarta
- Bakarrudin (2008) dalam Wiseza (2017: 96) *Jurnal: Faktor-Faktor yang Mendukung Pengembangan Obyek Wisata Bukit Khayangan di Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi*. Nur El-Islam, Volume 4, Nomor 1. [diakses pada 20 April 2019 pukul 15.00 WITA]
- Host dan Guest (1989) dalam Kusumaningrum (2009: 3) Tesis: *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata di Kota Palembang*. Universitas Gadjah Mada. [diakses pada 20 April 2019 pukul 14.30 WITA]
- Sembiring, Junaidi Pranata. 2016. "Strategic Komunikasic Pemasaranc Objekc Wisatac CGundaling Danc Pemandianc Airc Panasc Semangate Gunung." *Jurnal Simbolika* 2 (1).
- Sudijono Anas. 2009. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo. Persada.
- Sugiono. 2004. *Metodologi Penelitian Administrasi. Edisi Kedua*. Bandung: CV Alfa. Beta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. "Strategi Pemasaran Edisi 3." *Yogyakarta: Andi*.
- Suyoto, 1985: 327) dikutip dari Fitria Hani Aprina, 2014 *Analisis Pola Komunikasi Kelompok Dalam Penguasaan Teknik Gerak Tari Tradisional Pada Anak (Studi Pada Sanggar Tari Sasana Budaya Bandar Lampung)*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Unila