

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA LOMBOK  
TENGAH DALAM MEMPROMOSIKAN DESA SADE**



**OLEH**  
**Putra Iza Mahendra**  
**NIM 170301114**

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATRAM  
MATARAM  
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA LOMBOK  
TENGAH DALAM MEMPROMOSIKAN DESA SADE**

**Skripsi**  
**diajukan kepada universitas agama islam negeri mataram**  
**untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar**  
**Sarjana Sosial**



**OLEH**  
**Putra Iza Mahendra**  
**NIM 170301114**

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATRAM**  
**MATARAM**  
**2024**

## HALAMAN LOGO



Perpustakaan UIN Mataram

## PERSETUJUAN BIMBINGAN

Skripsi oleh Putra Iza Mahendra, NIM: 170301114 dengan judul "Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah Dalam Mempromosikan Desa Sade" telah memenuhi syarat dan disetujui untuk di uji.

Disetujui pada tanggal: 29 Januari 2024

Pembimbing:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Najamudin, M. Si  
NIP: 198212312009121004



Sahri Halim, M.I.Kom  
NIDN: 2023078201

Perpustakaan UIN Mataram

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 21 Januari 2021

Hal: **Ujian Skripsi  
Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
di Mataram**

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,*

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwas kripsi:

Nama Mahasiswa : Putra Iza Mahendra  
NIM : 170301114  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata  
Lombok Tengah Dalam Mempromosikan  
Desa Sade

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munagasyah* skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munagasyah*-kan.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Perpustakaan UIN Mataram

Pembimbing I,



Dr. Nurahudin, M. Si

NIP: 198212312009121004

Pembimbing II,



Sahril Halim, M.I.Kom

NIDN: 2023078201

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Putra Iza Mahendra  
NIM : 170301114  
Program studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah Dalam Mempromosikan Desa Sade" secara keseluruhan adalah hasil penelitian /karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika saya terbukti melakukan plagiat tulisan/karya orang lain, siap menerima sanksi yang telah ditentukan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MATARAM Mataram, 17 Januari 2024

Perpustakaan UIN Mataram



Putra Iza Mahendra

## PENGESAHAN

Skripsi oleh: Putra Iza Mahendra, NIM: 170301114 dengan judul "Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah Dalam Mempromosikan Desa Sade" Telah dipertahankan di depan dewan penguji jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Mataram pada tanggal.

### Dewan Penguji

Dr. Najamudin, M. Si  
(Ketua Sidang/Pembimbing I)



Sahril Halim, M. I. Kom  
(Sekretaris Sidang/ Pembimbing II)



Andri Kurniawan, M. Sos  
(Penguji I)



Gemuh Surya Wahyudi, M. A.  
(Penguji II)



Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Saleh Ending, MA  
NIP.197209121998031001

## MOTTO

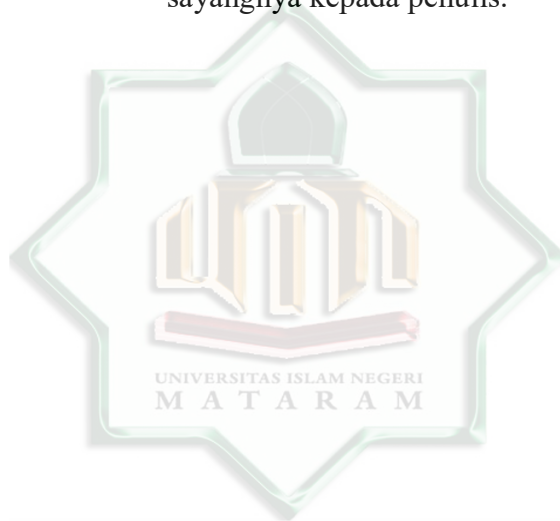
لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا  
اَكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ  
عَلَيْنَا إِصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا  
مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۗ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا  
فَاَنْصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dar ikebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa): “Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami tersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang taksanggup kami memikulnya. Beri maafilah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah Penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir” (QS: Al-Baqarah/1: 286).*



## PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini untuk orang tuaku tercinta Ibu Nursi beserta saudaraku Rabiatul Adawiah dan Busyairi Majidi dan kepada seseorang yang sudah, sedang, dan akan mencurahkan segenap perhatian dan kasih sayangnya kepada penulis.”



Perpustakaan UIN Mataram

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji hanya bagi Allah, Tuhan semesta alam dan shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad, juga kepada keluarga sahabat, dan semua pengikutnya. Amin.

Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian proposal ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut.

1. Bapak Dr. Najamudin, M. Si sebagai Pembimbing I dan Bapak Sahril Halim, M.I.Kom. sebagai Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan koreksi mendetail, terus-menerus dan tanpa bosan di tengah kesibukannya, dalam suasana keakraban menjadikan proposal ini lebih matang dan cepat selesai;
2. Najamuddin, M.Si. Sebagai Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Hj. Athik Hidayatul Ummah, M.Pd., M.Si Sebagai Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang tanpa bosan memberikan motivasi dan bimbingan
3. Dr. Muhammad Saleh, MA.. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan fasilitas untuk kelancaran kuliah penulis.
4. Bapak Prof. Dr. H. Masnun Tahir, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Mataram yang telah memberikan tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu;
5. Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram yang telah membimbing dan melayani penulis selama masa perkuliahan.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah Swt. Serta semoga proposal ini bermanfaat dan mudah dipahami oleh pembaca. Apabila ada kekurangan dari penulisan, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya dan sekiranya

pembaca dapat memberikan kritikan serta saran yang membangun demi perbaikan dimasa depan.

Mataram, 17 Januari 2024

Penulis,



Putra Iza Mahendra

NIM: 170301114



**Perpustakaan UIN Mataram**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN LOGO</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>vi</b>
<b>PENGESAHAN DEWAN PENGUJI</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	2
C. Tujuan Dan Manfaat .....	2
D. Telaah Pustaka .....	3
E. Kerang Kateori .....	5
F. Metode Penelitian .....	13
G. Sistematika Pembahasan.....	22
<b>BAB II STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA LOMBOK TENGAH DALAM MEMPROMOSIKAN DESA SADE</b> .....	<b>22</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	22
1. Profil Wilayah Lombok Tengah .....	22
2. Profil Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Lombok Tengah .....	23
3. Profil Desa Sade .....	26
B. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah Dalam mempromosikan Desa Sade.....	34

<b>BAB III HAMBATAN DINAS PARIWISATA LOMBOK TENGAH DALAM MEMPROMOSIKAN DESA SADE.....</b>	<b>46</b>
A. Hambatan Dinas Pariwisata Lombok Tengah Dalam Mempromosikan Desa Sade .....	46
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>50</b>
A. Kesimpulan .....	50
B. Saran.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>52</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>56</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



Perpustakaan UIN Mataram

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Target dan capaian jumlah pengunjung wisata Desa Sade tahun 2016 sampai 2022, 45



Perpustakaan UIN Mataram

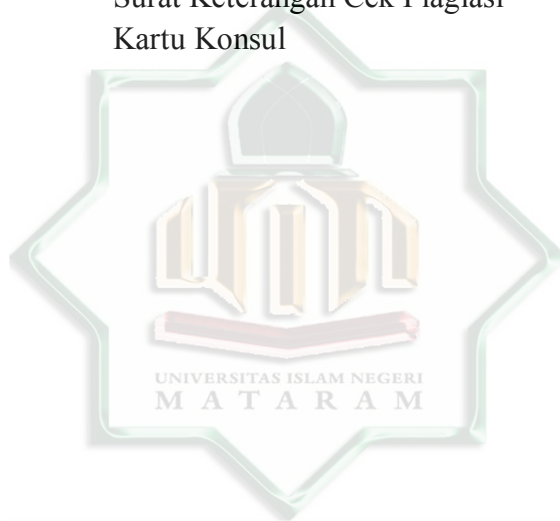
## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah, 25
- Gambar 2.2 Rumah DeSa Sade Yang dilumri dengan Kotoran Hewan, 30
- Gambar 2.3 Rumah Masyarakat Desa Sade, 31
- Gambar 2.4 Kain Tenun khas Desa Sade, 33
- Gambar 2.5 Tampilan Website Dinas Pariwisata Lombok Tengah, 39
- Gambar 2.6 Tampilan Facebook Dinas Pariwisata Lombok Tengah, 41
- Gambar 2.7 Tampilan Instagram Dinas Pariwisata Lombok Tengah, 43
- Gambar 2.8 Tampilan Youtube Dinas Pariwisata Lombok Tengah, 45

Perpustakaan UIN Mataram

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Dokumentasi Pelaksanaan Penelitian
Lampiran 2	Dokumentasi Suasana Desa Sade
Lampiran 3	Tampilan Media Sosial Yang Digunakan Dinas Pariwisata Lombok Tengah Dalam Mempromosikan Desa Sade
Lampiran 4	Surat Keterangan Bebas Pinjam Perpustakaan UIN Mataram
Lampiran 5	Surat Keterangan Cek Plagiasi
Lampiran 6	Kartu Konsul



Perpustakaan UIN Mataram



# **STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA LOMOK TENGAH DALAM MEMPROMOSIKAN DESA SADE**

**Oleh:**

**Putra Iza Mahendra**

**NIM 170301114**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam Mempromosikan Desa Sade dan apa saja hambatan Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam Mempromosikan Desa Sade. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam Mempromosikan Desa Sade dan apa saja hambatan Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam Mempromosikan Desa Sade. Jenis Penelitian digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu dengan memaparkan data-data temuan dengan cara memaparkan, memberi gambaran yang kemudian di simpulkan. Adapun teknik yang digunakan peneliti untuk dapat mengumpulkan data-data yang dibutuhkan yaitu dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini dapat di tarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah yaitu websitedan media sosial seperti facebook, Instagram, dan Youtube, keempat strategi ini dikemas semenarik mungkin untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Desa Sade sehingga dapat disimpulkan saat ini sudah banyak wisatawan baik domestik dan mancanegara yang sudah berkunjung ke Desa Sade. Adapun yang menjadi hambatan Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade yaitu kurangnya kordinasi antar masyarakat Desa Sade dengan Dinas Pariwisata Lombok Tengah, terdapat beberapa promosi yang dilakukan kurang efektif serta Desa Sade mematokkan harga yang tinggi pada wisatawan.

**Kata Kunci :** Strategi Komunikasi, Dinas Pariwisata Lombok Tengah, Desa Sade

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan aktifitas manusia sehari-hari mulai dari sejak bangun tidur sampai tidur lagi, jadi komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, dimana yang dinyatakan itu iyalah pikiran, perasaan seseorang kepada orang lain, dengan menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi.<sup>1</sup> jadi komunikasi adalah sebagai suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk nprilaku orang-orang lainnya (khalayak). Bereslon dan Stainer berpendapat bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dll. Sedangkan lasswell beranggapan, bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa? Mengatakan apa? Dengan saluran apa? Kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa?<sup>2</sup> Lombok merupakan salah satu kepulauan, terbukti dari dalam setiap jajaran pulau-pulau terdapat beragam potensi wisata. Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh Lombok adalah potensi wilayahnya. Lombok dipenuhi dengan beragam budaya, sumber daya alam, adat istiadat, wisata kuliner, musik tradisional, objek wisata, dan sebagainya. Hal inilah yang menjadi daya tarik yang sangat kuat bagi pengunjung wisatawan, baik lokal maupun manca negara untuk berkunjung ke Lombok dengan bertaujuan ingin menikmati keindahan alam dan kekayaan wisatanya, dengan demikain parawisata dapat di andalkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan berkembangnya parawisata di Lombok ini

---

<sup>1</sup> Rosmawati, *Mengenal Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2010), hlm. 14

<sup>2</sup> Muhlis M. Hanafi, *Tafsir Alquran Tematik, Komunikasi Dan Informasi*, (Jogjakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran Badan Litbang Dan Diklat, 2013), hlm. 28

diharapkan mampu menjadi salah satu tujuan pariwisata di antara tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia.

Salah satu destinasi wisata di pulau Lombok yang tenar dan yang sudah mendunia adalah Desa Sade yang berada di Pujut Lombok tengah, hal ini tidak terlepas dari kerja sama Desa Sade dengan Dinas Pariwisata, baik Dinas Pariwisata tingkat nasional maupun tingkat lokal. Daya tarik tersendiri yang di lakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat lebih khususnya Dinas Pariwisata Lombok Tengah, karna Desa Sade ini adalah kesempatan mereka untuk mempromosikan keberadaan wisata rumah adat atau rumah tradisional yang masih asli dan kerajinan tenun di Lombok tengah. Di balik keindahan dari pariwisata Lombok tengah ada keuntungan atau pendapatan pemerintah daerah maupun masyarakat di Desa Sade. Desa Sade sangat strategis karena terletak di pinggir jalan yang merupakan jalur untuk mengunjungi tempat wisata-wisata lainnya yang ada di Lombok Tengah.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade?
2. Apa saja hambatan Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade?

## **C. Tujuan dan Manfaat**

1. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade.

2. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dalam rangka menambah pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi dan referensi ilmu komunikasi yang berkaitan dengan strategi komunikasi.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai referensi dalam menerapkan strategi komunikasi dalam mempromosikan desa wisata yang ada di Lombok Tengah dan bagi peneliti penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi komunikasi dinas pariwisata dalam mempromosikan Desa Sade.

#### D. Telaah Pustaka

Berdasarkan telaah pustaka yang penulis lakukan, penulis menemukan beberapa penelitian yang membahas mengenai strategi Dinas Pariwisata atau sejenisnya. Peneliti menemukan beberapa pendapat antaranya

1. Muhammad Haqqir Ridho, 2018, yang berjudul, “ strategi komunikasi duta wisata dalam mempromosikan pariwisata di kabupaten gresik” dalam skripsi ini membahas tentang Duta Wisata Gresik sebagai pelaksana orientasi dan kewajiban, Duta Wisata ingin mewujudkan apa yang telah di rencanakan sebelumnya agar Kabupaten Gresik dapat dikenal oleh masyarakat, baik orang Gresik sendiri maupun luar Gresik, kemudian Duta wisata sebagai *Tousizm Imformation Center*, dapat mempermudah wisatawan untuk memperoleh informasi tempat wisata, kuliner, oleh-oleh dan kebudayaan yang ada di Kabupaten Gresik, dan duta wisata itu sendiri adalah sebagai media penghubung kepada msyarakat diluar, baik berupa aksi kegiatan maupun melalui perantara sosial media seperti: Melalui Pameran ( *Tourism fair* ), media sosial, penyuluhan atau kegiatan sosial.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Muhammad Haqqir Ridho, “Strategi komunikasi duta wisata dalam mempromosikan pariwisata di kabupaten gresik”(Skripsi, Fakultas Dakwah, dan Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2018), hlm. 120

2. Yusniar Dwi Ratnasari, 2016, yang berjudul. “ strategi komunikasi pemasaran dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten jepara dalam meningkatkan jumlah pengunjung pantai tirta samudra “ dalam skripsi ini membahas tentang disarpbud jepara menggunakan strategi komunikasi dengan menetapkan alur pikiran rencana strategi komunikasi, kemudian menentukan langkah-langkah sebagai berikut; Analisis Situasi, Penentuan Tujuan Komunikasi, Menentukan Target Pengunjung, Pesan, Program Komunikasi, Pemilihan Media, Evaluasi. Kemudian dalam menentukan strategi komunikasi pemasarannya Dispabur djepara menggunakan konsep Holistic Marketing. Dan disarpbud jepara menggunakan peran media dalam uapaya meningkatkan jumlah pengunjung pantai tirta samudra antara lain; periklanan atau advertising, personal selling, dan publisitas (media sosial). Upaya yang gencar dilakukan adalah melalui publisitas lewat media sosial karena lebih mudah dimonitoring, dievaluasi dan lebih mudah dalam mempersuasi masyarakat.<sup>4</sup>

Dari skripsi yang dua ini peneliti dapat melihat perbedaannya, di skripsi yang pertama peneliti membahas tentang bagaimana mewujudkan apa yang sudah di rencanakan untuk memperkenalkan tempat wisatanya sedangkan di skripsi yang ke dua peneliti fokus pada bagaimana strategi pemasaran destinasi wisata agar lebih terkenal. Diantara keduanya peneliti akan meneliti hampir mirip dengan skripsi yang kenomer dua yaitu peneliti akan meneliti strategi komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade disini yang lebih menariknya peneliti akan membahas bagaimana keadaan Desa Sade yang berada di pujut lombok tengah.

---

<sup>4</sup>Yuniar Dwi Ratnasari , “Strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata dan KebudayaanKabupaten Jepara dalam meningkatkan jumlah pengunjungpantai tirta samudra”(Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponogoro, Semarang), hlm. 10

## E. Kerangka Teori

### 1. Strategi

#### a. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* berarti keahlian militer. Dalam lingkungan militer strategi menjelaskan manuver pasukan kesuatu posisi sebelum musuh berada di posisi ini. B.H. Liddell Hart, dalam bukunya, *Strategy*, menulis hasil penelitiannya tentang sejarah peperangan dan pertempuran sejak zaman Yunani kuno hingga perang Dunia ke dua. Dia menyimpulkan bahwa definisi strategi dari Clausewitz strategi merupakan seni tempur untuk mendapatkan objek dari peperangan.<sup>5</sup>

Menurut *Onong Uchjana Efendy*, mengatakan bahwa Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menjadi petunjuk arah melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.<sup>6</sup>

Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan bias berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. Keberhasilan kegiatan komunikasi banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat di telaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam

---

<sup>5</sup>Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Guna*, (Jakarta: Kecana, 2011), hlm. 241

<sup>6</sup> Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*,(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 33

proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

#### **b. Tujuan Strategi**

Strategi komunikasi berfungsi sebagai pematangan rencana agar komunikasi yang dilakukan menjadi efektif. Sedangkan tujuannya adalah:

- 1) Memberitahu (*Announcing*) Strategi bertujuan untuk memberitahukan informasi inti dari pesan yang ingin disampaikan guna menarik sasaran, yang nantinya akan memunculkan informasi pendukung lainnya ke permukaan.
- 2) Memotivasi (*Motivating*) Seseorang melakukan tindakan dimulai dari motivasi yang ia ciptakan, maka dari itu strategi bertujuan untuk memotivasi seseorang agar melakukan hal berkaitan dengan tujuan atau isi pesan yang hendak disampaikan.
- 3) Mendidik (*Educating*) Lebih dari sekedar memberitahu, strategi bertujuan untuk mendidik melalui pesan yang disampaikan sehingga masyarakat dapat menilai baik buruk atau perlu tidaknya menerima pesan yang kita sampaikan.
- 4) Menyebarkan informasi (*Informing*) Untuk mengefektifkan komunikasi, strategi bertujuan untuk menyebarkan informasi secara spesifik sesuai dengan sasaran atau target komunikasi yang telah ditentukan.
- 5) Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting decision making*) Strategi disini bertujuan untuk membuat seseorang berani mengambil keputusan. Dari Rangkaian Penyampaian informasi Yang didapatnya. Strategi komunikasi dianggap berhasil apabila terlaksana sesuai

dengan perencanaan dan tujuan yang diinginkan oleh komunikator telah tercapai.<sup>7</sup>

### c. Tahapan-tahapan Strategi

Menurut *Onong Uchjana Efendy*, mengatakan bahwa Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Manajemen merupakan serangkaian proses yang terdiri atas perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), pengawasan (controlling).

#### 1) Perencanaan (Planning)

Perencanaan adalah cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan dengan baik. Perencanaan menentukan tujuan organisasi, menentukan strategi, dan prosedur yang diharapkan. Mutiara dalam *Rasa Syukur* mengatakan bahwa Perencanaan diperlukan untuk membuat suatu tindakan untuk masa yang akan datang. Menurut *Almukaram* Perencanaan ditujukan untuk menjawab pertanyaan yang meliputi apa yang harus dikerjakan, mengapa harus dikerjakan, bagaimana dikerjakan, dimana harus dikerjakan, siapa yang harus mengerjakan, dan kapan harus dikerjakan. Perencanaan menjadi penting karena merupakan tugas seluruh anggota organisasi untuk menentukan apa yang harus dikerjakan dan bagaimana cara mencapainya. Menurut *Awaluddin dan Hendra (2018)*, kegiatan perencanaan meliputi:

- a) Memperjelas, memastikan, dan menetapkan tujuan yang ingin dicapai.
- b) Membuat rencana secara keseluruhan.
- c) Membuat kebijakan, prosedur, dan metode pelaksanaan kerja.

---

<sup>7</sup>Veni Fitra Meilisa, "*Strategi komunikasi dinas pariwisata.*", hlm. 4



## 2) Pengorganisasian (organizing)

Pengorganisasian merupakan keseluruhan proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, tanggung jawab dan wewenang yang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan dalam rangka pencapaian yang telah ditentukan. Tujuan dari organizing agar tercapai efisiensi dan efektivitas. Menurut akbar, tujuan pengorganisasian untuk menetapkan peran serta struktur dimana individu dapat mengetahui tugas dan tujuan Menurut Awaluddin dan Hendra (2018), kegiatan pengorganisasian meliputi:

- a) Menempatkan individu untuk pekerjaan yang sesuai
- b) Menyesuaikan tanggung jawab bagi setiap anggota
- c) Menyesuaikan organisasi dengan petunjuk.
- d) Menyediakan berbagai fasilitas untuk pegawai.

## 3) Pelaksanaan (Actuating)

Pelaksanaan merupakan sebuah tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota suka berusaha untuk mencapai sasaran agar sesuai dengan perencanaan dan usaha-usah organisasi. Agar pelaksanaan berjalan sesuai dengan. perencanaan maka sangat ditekankan pada bagaimana cara/strategi seorang pemimpin dalam menggerakkan pegawainya.<sup>8</sup>

Pelaksanaan memiliki fungsi yang sangat penting karena berhubungan dengan sumber daya manusia (Almukarrom, 2020). Pelaksanaan merupakan fungsi untuk menggerakkan individu agar dapat bekerja sesuai dengan tujuan yang ada. Menurut Awaluddin dan Hendra (2018), kegiatan pelaksanaan meliputi:

- a) Melakukan partisipasi terhadap keputusan dan tindakan

---

<sup>8</sup> Muchammad Satrio Wibowo, dkk, "Analisis Daya Tarik Wisata dan Pengelolaan Destinasi Pantai Indah Kemangi Kabupaten Kendal" Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata, Volume & Edisi 2, 2023, hlm. 613

- b) Memotivasi sesama anggota.
  - c) Berkomunikasi secara baik.
- 4) Pengawasan (Controlling)

Pengawasan merupakan aktivitas yang dilakukan untuk penilaian dan koreksi sehingga apa yang telah direncanakan dapat terlaksana dengan benar (Almukarrom. 2020). Pengawasan merupakan kegiatan mengevaluasi kesalahan-kesalahan dan diperbaiki agar tujuan dapat tercapai dengan baik (Mutiarra, 2022).<sup>9</sup>

Pengawasan memiliki fungsi yang sangat penting, karena tanpa adanya pengawasan maka fungsi-fungsi yang lainnya tidak akan berjalan efektif dan efisien. Pengawasan tidak hanya berlangsung pada saat pelaksanaan, tetapi juga pada saat perencanaan dan pengorganisasian. Pada dasarnya dalam fungsi pengawasan juga terdapat proses pengevaluasian untuk menjaga agar seluruh kegiatan tidak melenceng dari tujuan yang ingin dicapai.<sup>10</sup> Menurut Awaluddin dan Hendra (2018), kegiatan pengawasan meliputi:

- a) Membandingkan hasil kerja dengan rencana secara keseluruhan.
- b) Membuat saran dan tindakan perbaikan.
- c) Melaksanakan pengawasan sesuai petunjuk.<sup>11</sup>

## 2. Komunikasi

### a. Pengertian komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communicare* atau *communis* yang berarti sama, dalam bahasa Inggris *communication* artinya hubungan, komunikasi, .kalau kita berkomunikasi dengan orang lain, berarti ada usaha agar apa yang disampaikan kepada orang

---

<sup>9</sup> Rasa Syukur “Peran Kelompok Sadar Wisata Dalam Pengelolaan Air Terjun Way Kalam Di Kph Way Pisang” ( Skripsi, Universitas Lampung, 2023), hlm.10

<sup>10</sup> Ibid 614

<sup>11</sup> Rasa Syukur “Peran Kelompok Sadar Wisata Dalam Pengelolaan Air Terjun Way Kalam Di Kph Way Pisang” ( Skripsi, Universitas Lampung, 2023), hlm.10

lain menjadi miliknya. Jaid komunikasi dalam hal ini bisa juga sebagai proses berbagi dengan pihak-pihak yang melakukan komunikasi. Frank E.X. Dance mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses melalui mana seseorang menyampaikan stimulus dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang khalayak.<sup>12</sup>

Komunikasi menurut Carl I. Holvan, ilmu komunikasi merupakan upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap<sup>13</sup>

Sedangkan menurut John Fiske, komunikasi adalah bagian dari aktifitas manusia yang di ketahui oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan. Komunikasi memiliki banyak variasi definisi yang tidak terhingga seperti, saling berbicara satu sama lain, televisi, dan masih banyak yang lain lagi.<sup>14</sup>

b. Proses komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang di paparkan di atas, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan terjadinya proses komunikasi,

1) Proses komunikasi tatap muka

Dinamakan komunikasi tatap muka karena ketika komunikasi terjadi secara langsung, komunikator dan komunikan saling berhadapan dan saling lihat. Dalam kondisi komunikasi seperti ini komunikator dapat melihat diri si komunikan. Komunikasi tatap muka ini sering kali disebut komunikasi secara langsung.

2) Proses komunikasi bermedia

Komunikasi bermedia merupakan komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk menyampaikan pesan kepada komunikan yang jauh jaraknya atau

---

<sup>12</sup> Muchlis M. Hanafi, *Tafsir Al-Qur'an Tematik Komunikasi dan Informasi*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan, Mushaf Al-Qur'an, 2013), hlm. 29-30

<sup>13</sup> Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komunikasi*, hlm. 10

<sup>14</sup> John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Depok, PT Raja Grafindo, 2016), hlm. 1

banyak jumlahnya. Komunikasi ini bisa juga disebut komunikasi tidak langsung dan sebagai konsekuensinya arus balik tidak ada pada saat komunikasi dilancarkan.<sup>15</sup>

### 3) Pemasaran

Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsep yang telah ditetapkan sebelumnya, penentuan harga, promosi dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menghasilkan perubahan yang dapat memuaskan tujuan individu dan organisasi.<sup>16</sup>

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan dalam perekonomian yang dapat membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi sendiri itu menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi, pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.<sup>17</sup>

Adapun definisi pemasaran menurut American Marketing Association (AMA) seperti yang dikutip oleh Rhenald Kasali, pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan eksekusi, mulai dari tahap konsepsi, penetapan harga, promosi, hingga distribusi barang-barang, ide-ide dan jasa, untuk melakukan pertukaran yang memuaskan individu dan lembaga-lembaganya.<sup>18</sup>

Secara umum manajemen pemasaran dapat diartikan sebagai suatu seni dan ilmu untuk dapat memilih pasar sasaran, dan mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan,

---

<sup>15</sup>Onong Uchjana Efendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2014), hlm 6-10

<sup>16</sup>Widyono, *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global*, (Jakarta, Mitra Wacan Media, 2013), hlm. 125

<sup>17</sup>Hendry Hartono, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan pada perusahaan", *Jurnal Bisnis Business Review*, Vol, 3, No, 05, Desember, 2019, hlm. 883

<sup>18</sup>Praditia Budi Laksana, "Strategi Pemasaran Wisata Kota Surakarta Melalui City Branding", *Jurnal Administrasi*, Vol, 3, No, 05, Desember, 2019, hlm. 74

penyampaian, dan pengkomunikasian nilai yang unggul kepada pelanggan.

Menurut ini adalah definisi luas dan umum dari pemasaran terutama karena Kotler berkeyakinan bahwa prinsip-prinsip umum dalam pemasaran akan berlaku untuk produk, jasa, orang, dan tempat (destinasi wisata). Akan tetapi, walaupun secara umum definisi tersebut bisa diterima dalam rangka tujuan pemasaran wisata, ada beberapa area dimana perencanaan dan pengelolaan pemasaran pariwisata perlu mendapatkan nuansa dan penekanan khusus. Strategi pemasaran yang dapat dibuat meliputi pengembangan tempat dan aktivitas wisata, akomodasi, akses ke tujuan-tujuan wisata, sarana-sarana pendukung pariwisata, dan juga komunikasi pemasaran pariwisata yang efektif dan efisien.

c. Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu kegiatan dari suatu tempat tinggal menuju suatu tempat tertentu untuk mendapatkan pengalaman diluar aktivitas keseharian dalam waktu yang sementara. Dari pengertian mengenai perjalanan wisata tersebut terlihat beberapa komponen penting yang menjadikan proses tersebut terjadi. Komponen-komponen tersebut adalah tempat tinggal, perjalanan, pelaku perjalanan wisata, dan tempat tujuan wisata. Oleh sebab itu kegiatan wisata dilakukan buakn di rumah atau di kediaman si pelaku kegiatan melainkan disuatu tempat tujuan tertentu, sehingga kegiatan tesebut memerlukan proses perjalanan baik menggunakan transportasi darat, laut, dan udara maupun tidak. Karena itu terdapat keterkaitan kegiatan wisata dengan kegiatan perjalanan (*travel*).<sup>19</sup>

Pengertian pariwisata menurut Norval adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal, dan

---

<sup>19</sup>Nurdin Hidayah, *Pemasaran Destinasi Parwisata*, (Bandung: Alfabeta CV, 2019), hlm. 2

pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar suatu negara, kota, atau wilayah tertentu. Menurut definisi yang lebih luas yang diungkapkan oleh Kodhyat pariwisata adalah suatu perjalanan dari satu tempat ke tempat lain bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Sedangkan menurut Musanef mengartikan pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilaksanakan untuk sementara waktu, yang dilakukan dari satu tempat ke tempat yang lain untuk menikmati perjalanan bertamasya dan berekreasi.<sup>20</sup>

## **F. Metode penelitian**

### **1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang pada dasarnya adalah mengamati orang dalam hidupnya, berinteraksi dengan mereka dan berusaha untuk memahaminya. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat pospositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*.<sup>21</sup>

Penelitian menggunakan kualitatif ini lebih menekankan peneliti untuk menganalisis proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan memakai logika ilmiah. Hal ini berarti pendekatan kualitatif sama sekali tidak menggunakan dukungan data kuantitatif akan tetapi penekanannya tidak pada

---

<sup>20</sup>Syafira Ryialita Primadani, "Analisis strategi pengembangan daerah", *Jurnal Publik*, Vol, 1, No, 05, Desember, 2019, hlm. 137

<sup>21</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*, (Bandung: Alfabeta Cv, 2018), hlm. 8

pengujian hipotesis melainkan pada usaha menjawab pertanyaan penelitian berdasarkan cara-cara berfikir formal dan argumentatif.<sup>22</sup>

Adapun menurut Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan tujuan menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan mengikut sertakan berbagai metode yang ada. Artinya penelitian yang menggambarkan sesuatu yang sebagaimana adanya sesuai kenyataanyang terjadi, sehingga untuk mendapatkan kesimpulan yang objektif, peneliti mencoba untuk memahami gejala dengan menginterpretasikan terhadap berbagai permasalahan yang terjadi pada tiap-tiap situasi.<sup>23</sup>

Sedangkan menurut Creswell menyakatan penelitian kualitatif menjadi sebuah gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami.<sup>24</sup>

Penelitian ini merupakan studi diskriptif, maka untuk memperoleh data yang sebanyak-banyaknya peneliti melakukan berbagai cara yang disusun secara sistematis untuk mengumpulkan data hasil penelitian yang sempurna. Peneliti melakukan penelitian dengan studi diskriptif karena sesuai dengan sifat masalah serta tujuan yang ingin memperoleh dan bukan menguji hipotesis, dan penulis terjun langsung ke lapangan untuk mencari data, informasi dan juga berusaha untuk memperoleh gambaran nyata tentang “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Barat Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pasca Gempa”

---

5 <sup>22</sup> Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hlm.

<sup>23</sup> Veni Fitra Meilisa, “*Strategi komunikasi dinas pariwisata, kepemudaan dan olahraga, dan kebudayaan kabupaten Indragiri hilir dalam menarik minat pengunjung objek wisata pantai solop*”, *Jurnal Jom Pisip*, Vol, 5, No, 05, Desember, 2019, hlm. 7-8

<sup>24</sup> Juliyansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 33

## **2. Kehadiran peneliti**

Kehadiran peneliti dilokasi penelitian adalah sebagai bukti instrumen kunci. Pengertian instrumen disini sebagai alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian dengan cara pengukuran penelitian. Ada juga yang mengatakan bahwa instrument penelitian sebagai pedoman tertulis tentang wawancara, pengamatan, atau daftar pernyataan yang disiapkan oleh peneliti untuk mendapaktan informasi dan responden. Sedangkan menurut Sugiono mendefinisikan instrumen sebagai suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dengan melakukan pengukuran akan diperoleh data yang objektif yang diperlukan untuk menemukan kesimpulan penelitian yang objektif juga.<sup>25</sup>

Adapun data yang dibutuhkan oleh peneliti, yaitu tentang latar belakang berdirinya Dinas Pariwisata Lombok Tengah, dan untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode, yaitu observasi untuk mendapatkan data yang valid dalam penelitian, maka teknik observasi ini peneliti gunakan untuk mengamati objek yang sedang diteliti. Wawancara, yaitu percakapan dengan tujuan tertentu, percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancari, yang memberikan pertanyaan atas pertanyaan itu. Dan dokumentasi, catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman dan kepercayaan.

## **3. Lokasi penelitian**

Lokasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah Dinas Pariwisata Lombok Tengah, selain itu objek dalam penelitian ini adalah kepala Dinas Pariwisata Lombok Tengah dan masyarakat yang berada di Desa Sade.

---

<sup>25</sup>Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta, Pelajar Pustaka, 2012), hlm. 51



#### 4. Sumber tertulis

Sumber tertulis ini bisa melalui data yang dikumpulkan oleh peneliti, tentang bagaimana latar belakang Dinas Pariwisata Lombok Tengah. Terdapat dua sumber data yang akan dihasilkan dari proses pengumpulan data yang akan menentukan proses pengumpulan data yang akan dilakukan, yaitu data primer dan data sekunder.<sup>26</sup> Sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah sumber data primer berupa hasil wawancara serta observasi, sedangkan sumber data sekunder adalah data berupa dokumen.

#### 5. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan beberapa metode dalam mengumpulkan data. Adapun metode untuk mengumpulkan data di lapangan adalah metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

##### a. Metode Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan tehnik yang lain. Sutrisno Hadi mendefinisikan observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai prosesbiologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>27</sup>

Untuk memperoleh data yang valid dalam penelitian ini, maka teknik observasi ini peneliti gunakan untuk bisa mengamati objek yang sedang di teliti, dalam hal ini yang diamalti peneliti adalah:

---

<sup>26</sup> Dermawan Wibisono, *Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2020), Hlm. 37

<sup>27</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*, (Bandung: Alfabeta Cv, 2018), hlm. 145

- 1) Proses komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade
- 2) Intraksi sosial Dinas Pariwisata dalam mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada di Lombok

b. Metode Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara berhadapan langsung dengan orang yang diwawancarai tetapi juga dapat diberikan daftar pertanyaan terlebih dahulu untuk di jawab pada kesempatan yang lain.<sup>28</sup> Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang ingin diteliti, dan apabila juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit.

Wawancara bisa dilakukan dengan dua cara, yaitu secara terstruktur dan tidak terstruktur, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara yang tidak terstruktur, adapun sumber-sumber yang akan diwawancarai adalah:

1) Kepala Dinas Pariwisata Lombok Tengah

Yang ingin peneliti ketahui dalam sumber ini adalah:

- a) Perkembangan Desa Sade di Lombok Tengah
- b) Bagaimana caranya mempromosikan Desa Sade sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Desa Sade

---

<sup>28</sup>Juliyansyah Noor, *Metodologi Penelitian...*, hlm. 138

2) masyarakat yang ada di tempat wisata

yang ingin diketahui oleh peneliti dari sumber ini adalah:

- a) Bagaimana pendapatnya tentang Desa Sade
- b) Apa respon masyarakat tentang Desa Sade

c. Metode Dokumentasi

Sebagian besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Karena kebanyakan data yang ada yaitu berbentuk surat, catatan harian, cendra mata, laopran, dan foto. Sifat data ini tidak terbatas oleh ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang sudah terjadi.<sup>29</sup>

Dalam penelitian ini, dokumen yang akan digunakan oleh peneliti adalah:

1. Sejarah berdirinya Desa Sade di Lombok tengah
2. Sejarah apa yang sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan
3. Dokumen lainnya yang terkait dengan penelitian.

**6. Teknik analisis data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses mencari data dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil tes, catatan lapangan, wawancara, dokumentasi dan bahan-bahan yang dibutuhkan lainnya dan membuat kesimpulan sehingga dapat dipahami dengan mudah. Analisis data dilakukan sejak sebelum melakukan penelitian, sedang meneliti dan setelah melakukan penelitian

---

<sup>29</sup>*Ibid.*, hlm. 141

sampai penulisan hasil penelitian. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data sebagai berikut:

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan yang dikumpulkan bersifat beragam dan kompleks, sehingga peneliti harus melakukan reduksi data yang dapat memberikan gambaran yang lebih jelas.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk menampilkan data yang dihasilkan dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa bentuk penyajian data yaitu dapat berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan, tabel, grafik, jaringan, bagan dan sejenisnya. Bentuk-bentuk tersebut dapat menggabungkan informasi yang didapatkan sehingga mudah untuk dipahami dan melihat apa yang terjadi sehingga dapat merencanakan kerja selanjutnya.

Tujuan peneliti melakukan penyajian data adalah untuk penyajian data yang disajikan dengan bentuk uraian deskriptif. Melalui penyajian data ini dapat mempermudah pemahaman mengenai sesuatu yang telah terlaksana.

c. *Penarikan Kesimpulan*

Penarikan kesimpulan dalam sebuah penelitian, Miles and Huberman mengungkapkan bahwa pada kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, 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.<sup>30</sup>

d. Pengecekan keabsahan data

Untuk menentukan keabsahan data perlu adanya teknik pemeriksaan yang berdasar sejumlah kriteria tertentu. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Dalam usaha memperoleh data yang valid maka diperlukan teknik pengecekan dan pemeriksaan terhadap data agar informasi dan data yang diperoleh tepat, dalam melakukan hal tersebut maka dibutuhkan sebuah langkah atau cara yang tepat, pemeriksaan keabsahan data penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan:

1) Triangulasi

Triangulasi merupakan pemeriksaan keabsahan data dalam membandingkan balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat penelitian yang berbeda dalam kualitatif. Dalam penelitian triangulasi bertujuan sebagai pengecekan keabsahan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara serta berbagai waktu. Dalam hal ini dapat dilakukan dengan data yang diperoleh melalui wawancara, kemudian apabila di cek kebenaran datanya kembali dapat dilakukan dengan observasi, atau dokumentasi.

---

<sup>30</sup> Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 323-329

## 2) Kecukupan Refrensi

Yang dimaksud dengan kecukupan bahan referensi di sini adalah adanya bahan pendukung yang digunakan oleh peneliti untuk menunjukkan data yang telah diperoleh. Referensi yang dipakai dalam pelaksanaan penelitian nanti terdiri dari bahan dokumentasi, catatan hasil wawancara, buku-buku yang adakaitannya dengan permasalahan dalam penelitian. Apabila data yang didapat dalam penelitian sudah dianggap mencukupi, maka kecukupan refrensi dianggap terpenuhi.

### G. Sistematika pembahasan

Pembahasan hasil penelitian ini akan disistematika menjadi empat bab yang berkaitan satu sama lain, sebelum memasuki bab pertama akan didahului oleh halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar table, halaman daftar gambar, dan abstrak.

Pada bab pertama atau pendahuluan berisi sub bab yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, ruang lingkup dan *setting* penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metodologi, sistematika pembahasan, penelitian yang digunakan, jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan subjek penelitian, dan rencana jadwal kegiatan.

Pada bab kedua atau hasil dan pembahasan yang berisi tentang gambaran umum strategi komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade. Serta sarana dan prasarana hasil penelitian, klarifikasi bahasan, sifat penelitian, dan rumusan masalah atau focus penelitian serta pembahasan.

Pada bab keempat atau penutup berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kemudian pada bagian terakhir berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran, instrumen pengumpulan data, dokumen, surat-surat perijinan, surat keterangan telah melakukan penelitian tempat yang diteliti, *curriculum vitae* dan bukti bimbingan.

## BAB II

### STAREGI DINAS PARIWISATA LOMBOK TENGAH DAMALM MEMPROMOSIKAN DESA SADE

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Profil Wilayah Lombok Tengah

Lombok Tengah merupakan salah-satu daerah tujuan wisata di propinsi Nusa Tenggara Barat dengan Ibukota berada di Praya atau sekitar 7 Km dari Bandara Internasional Lombok (BIL). Terletak pada posisi  $116^{\circ}05' 116^{\circ}27' BT - 8^{\circ}57' LS$  yang memiliki luas 1.208,29 Km<sup>2</sup>. Kabupaten lombok tengah memiliki 139 desa dan memiliki 12 kecamatan dengan luas wilayah berkisar antara 50 hingga 234 Km<sup>2</sup>. sebagai bagian dari wilayah administratif propinsi Nusa Tenggara Barat, kekayaan potensi alam dan budaya di Kabupaten Lombok Tengah ditandai dengan deretan pantai pantainya yang berpasir putih dan menghadap samudra Indonesia.

Dilihat dari topografi, bagian utara wilayah Kabupaten Lombok Tengah merupakan dataran tinggi yang merupakan areal kaki gunung Rinjani yang meliputi Kecamatan Batukliang, Batukliang Utara, Kopang, dan Pringgarata. Curah hujan di daerah tersebut relatif tinggi yang pantas dikembangkan sebagai objek wisata berbasis ekowisata atau wisata alam pegunungan dengan pemandangan yang indah dan udara yang sejuk. Kemudian di bagian Tengah yang meliputi Kecamatan Praya, Praya Tengah, Praya Barat, Praya Barat Daya, Praya Timur, Janapria, dan sebagian Kecamatan Jonggat merupakan dataran rendah yang memiliki lahan pertanian padi dan palawija yang di dukung oleh hamparan lahan sawah yang luas dengan sarana irigasi yang memadai.

Di wilayah bagian selatan merupakan daerah yang berbukit yang sekaligus berbatasan dengan Samudra Indonesia. Bagian selatan ini meliputi: Kecamatan Pujut, sebagian Kecamatan

Praya Barat, Praya Barat Daya, dan Praya Timur. Wilayah ini memendam potensi wisata berupa keindahan pantai dengan gelombang yang sangat fantastik.<sup>31</sup> Disamping itu, terdapat beberapa desa wisata yang masih mempertahankan tradisi leluhur yang menggambarkan etnik sasak menjalani kehidupan pada masa awal peradabannya. Begitu pula dengan desa-desa wisata yang mengandalkan kerajinan-kerajinan tangan sebagai atraksi daya tarik wisata, seperti : desa wisata gerabah di Penujak, dan desa wisata tenun di Sukarara dan Sade, Desa-desa wisata tersebut juga menyuguhkan upacara-upacara tradisional yang unik.

## **2. Profil Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lombok Tengah**

### **a. Letak geografis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lombok Tengah**

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lombok Tengah (DISPARBUD) adalah dinas atau Instansi yang mengurus segala hal tentang kepariwisataan dan kebudayaan kabupaten lombok tengah. Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Lombok Tengah berada tepat ditengah kota praya atau lebih detailnya di Jl. Raden Puguh Kantor Bupati Gd. Lt.3, Praya, Kab. Lombok Tengah. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dikepalai oleh kepala dinas atau biasa disebut bapak Kadis dan yang mengepalai Disparbud adalah Bapak H.L Lendek Jayadi. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mempunyai tugas untuk melaksanakan urusan pemerintahan Kabupaten Lombok Tengah dalam bidang budaya dan pariwisata berdasarkan otonomi daerahnya.

---

<sup>31</sup> Profil kabupaten Lombok Tengah



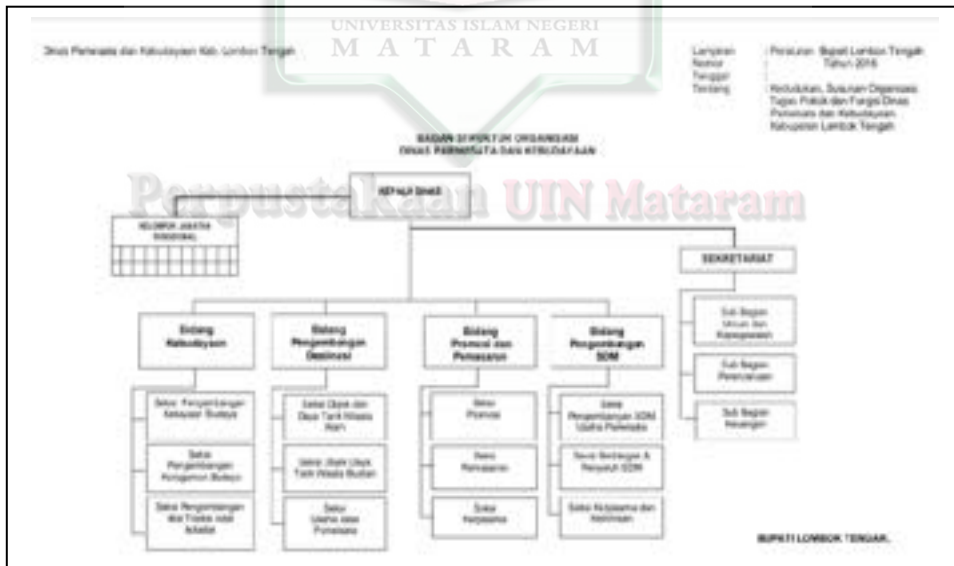
**b. Tugas-tugas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lombok Tengah**

Adapun tugas-tugas Disparbud adalah sebagai pelaksana urusan pemerintah daerah pada bidang pariwisata dan pelestarian budaya di wilayah kerja. Fungsi Disparbud adalah merumuskan kebijakan bidang pariwisata, kesenian, kebudayaan dan perfilman. Penyelenggara pariwisata dan kebudayaan, pembinaan dan pembinaan pelaku pariwisata dan budaya di wilayah kerja, koordinator UPTD, hingga pelaporan dan koordinasi koordinasi dan budaya. Terkait dengan tugas dan fungsinya, Disparbud Izin untuk mengeluarkan izin-izin bidang pariwisata meliputi Izin Usaha Pariwisata untuk agen perjalanan dan lainnya, mengurus Izin Tetap Usaha Pariwisata (ITUP), Tanda Daftar Usaha Pariwisata atau TDUP meliputi surat Tanda Daftar Usaha Jasa Perjalanan Wisata, Tanda Daftar Usaha Penyedia Akomodasi, Tanda daftar Usaha Kawasan Pariwisata, dan lainnya. Selain izin-izin bidang pariwisata, Disparbud juga memiliki wewenang dalam mengeluarkan izin terkait bidang kebudayaan seperti alih fungsi bangunan bersejarah dan lainnya.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan 2 (dua) buah urusan memiliki urusan wajib dan urusan pilihan. Urusan wajib adalah bidang kebudayaan dan urusan pilihan adalah sektor pariwisata. Pembagian urusan ini sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 3 tahun 2008 tertanggal 09 Juni 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Lombok Tengah, yang ditindaklanjuti dengan peraturan bupati Lombok Tengah Nomor 28 Tahun 2008 tertanggal 27 Agustus 2008 tentang Rincian Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lombok Tengah.

**c. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah**

- 1) Kepala
- 2) Sekretariat, terdiri dari Sub Bagian Umum dan Kepegawaian Sub Bagian Perencanaan dan Sub Bagian Keuangan
- 3) Bidang Kebudayaan, terdiri dari Seksi pengembangan kekayaan budaya, seksii pengembangan keragaman kebudayaan, dan seksii pengembangan nilai tradisi adat istiadat
- 4) Bidang Pengembangan Destinasi terdiri dari Seksi objek daya tarik wisata alam, Seksi objek daya tarik wisata buatan, seksii usaha jasa pariwisata
- 5) Bidang promosidan Pemasaran, terdiri dari Seksi promosi, pemasaran dan kerjasama
- 6) Bidang Pengembangan SDM, terdiri dari Seksi Pengembangan SDM usaha Pariwisata, Seksi bimbingan dan penyuluhan SDM, Seksi Kerjasama dan Kemitraan.



**Gambar 2.1**  
**Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah**

#### **d. Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lombok Tengah**

##### **Visi**

Terwujudnya Kabupaten Lombok Tengah sebagai daerah tujuan wisata yang berdaya saing tinggi.

##### **Misi**

- 1) peningkatan, peningkatan dan pengembangan objek daya Tarik wisata;
- 2) peningkatan Kunjungan Wisata;
- 3) peningkatan kualitas sumber daya manusia kepariwisataan<sup>32</sup>

### **3. Profil Desa Sade**

#### **a) Sejarah Desa Sade**

Desa Sade terletak di Desa Rembitan, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Dusun Sade adalah satu di antara 21 dusun lainnya yang berada di Desa Rembitan, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah. Terletak di daerah perbukitan pada ketinggian 250-300 mdpl dengan luas wilayah 1.475 Ha, di sebelah utara desa ini berbatasan dengan Desa Sengkol, sebelah selatan dengan Desa Kuta, sebelah timur dengan Desa Sukadana, dan di sebelah barat dengan Desa Prabu. Tittik Koordinat Desa Rembitan yaitu S08°50'03.3", E166°17'38.9". Sementara koordinat Dusun Sade yaitu S08°50'21.1", E166°17'31.5".

Ada sebanyak 7.733 jiwa jumlah penduduk di Desa Rembitan, yang terdiri dari 2.069 KK. Sementara itu, penduduk yang mendiami Dusun Sade berjumlah 600 jiwa atau sekitar 120 KK. Selain di bidang pariwisata, hampir 90% penduduk Desa Rembitan dan Dusun Sade berprofesi

---

<sup>32</sup> Profil Dinas Pariwisata Lombok Tengah

sebagai petani atau buruh tani, seperti beberapa penduduk di Dusun Sade.<sup>33</sup>

Secara geografis Dusun Sade memiliki struktur wilayah yang berbukit dan cukup kering. Lokasi yang berbukit dan cukup kering menjadikan kawasan Dusun Sade memiliki curah hujan yang minim. Artinya lahan pertanian hanya dapat digunakan untuk kegiatan bertanam satu tahun sekali. Oleh karena itu, mayoritas masyarakat adat Suku Sasak Dusun Sade bekerja sebagai petani tadah hujan.

Dusun Sade terletak di jalan raya Praya-Kuta, dan berjarak 30 km dari ibu kota provinsi di Kota Mataram. Lokasi Dusun Sade cukup mudah untuk ditempuh tanpa harus memerlukan waktu yang lama, sehingga memudahkan bagi masyarakat dan wisatawan untuk berkunjung ke Dusun Sade.

Dusun Sade merupakan bagian integral dari Desa Rembitan, yang merupakan salah satu dari sembilan komunitas Suku Sasak yang secara administrasi terbagi menjadi dua puluh satu dusun. Pada dasarnya Dusun Sade, tidak memiliki batasan wilayah yang cukup jelas dan biasanya batasan dusun hanya dikelilingi oleh bentang alam atau lahan pertanian. Secara fisik batas wilayah dusun ditentukan oleh keberadaan dari bangunan masyarakat yang ikut mengambil bagian dari kelompok. Masyarakat Dusun Sade sendiri jika ingin dikatakan sebagai bagian dari masyarakat adat Dusun Sade.

Masyarakat yang bertempat tinggal di Dusun Sade ini tidak mengikuti budaya luar yang terjadi bahkan masih erat menelurkan tradisi budaya mereka dan tetap mempertahankannya. Mereka masih mempertahankan budayanya, keseniannya, tradisinya, adat istiadatnya, hingga rumah adatnya masih mencerminkan tentang

---

<sup>33</sup> Made Widiadnyana Wardiha, “*Air Minum dan Sanitasi, bagaimana memetakannya? - Studi kasus 12 pemukiman tradisional NTB dan NTT*”, (yogyakarta: Cv Andi Offset, 2018), hlm. 85

bagaimana Suku Sasak sesungguhnya. Sejarah Suku Sasak di Dusun Sade juga akan anda temukan di Dusun Sade yang dapat dilihat melalui rumah-rumah adat yang masih berdiri kokoh di Dusun Sade yang mencerminkan seperti apa kebudayaan masa lalu Dusun Sade.

Rumah- rumah di Desa Sade terbuat dari bahan kayu dan ijuk serta jerami yang semakin menyimbolkan budaya dan tradisi Masyarakat Suku Sasak. Selain bahannya yang unik, bentuk bangunannya juga sangat unik. Bentuk bangunan dari rumah di Dusun Sade dengan atap yang tinggi dan agak meliuk. Bagian dalam dari rumah di Dusun Sade juga unik karena hanya terdapat dari 2 bagian saja yakni bagian depan dan bagian belakang. Masing-masing dari bagian ini memiliki fungsi masing- masing dimana bagian depannya memiliki fungsi sebagai tempat untuk menerima tamu sementara bagian belakangnya memiliki fungsi sebagai dapur dengan struktur posisi lebih tinggi 2 tangga dari bagian depannya. Di salah satu bagian rumah akan kita lihat bagaimana cara mereka memasak karena alat masak yang mereka gunakan untuk memasak makanan sangat unik. Dalam memasak makanan mereka tidak menggunakan kompor karena yang mereka gunakan hanyalah tungku dengan kayu bakar yang masih sangat tradisional. Dusun sade juga dipenuhi dengankebudayaan dan kessenian salah satunya yaitu kain tenun khas sedsa sade. etiap anggota masyarakat harus mengadopsi nilai-nilai yang telah ada, dikenal dengan Awiq-awiq masyarakat adat Suku Sasak Dusun Sade.

Secara administratif Desa Rembitanter terdiri dari 19 Dusun yaitu: Dusun Rembitan I, Dusun Rembitan II, Dusun Rembitan III, Dusun Rembitan IV, Dusun Telok Bulan Daye, Dusun Telok Bulan Dauq, Dusun Lentek I, Dusun Lentek II, Dusun Selemang Timuq, Dusun Selemang Bat, Dusun Penyalu, Dusun Peluq, Dusun Kukun, Dusun Rebuk I, Dusun Rebuk II, Dusun Bontor Lauq, Dusun Bontor Daye dan Dusun Sade adalah salah

satu dusun di Desa Rembitan, Pujut, Lombok Tengah. Masyarakat desa tersebut memilih

Dusun Sade merupakan suatu Objek wisata dalam mewujudkan tolak ukur desa sasak yang berbudaya dalam melaksanakan visi dan misi yang telah dirancang oleh pihak-pihak yang terlibat dalam pembuatan objek wisata tersebut, di tetapkan oleh pemerintah pada tahun 1989 oleh pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat, dari sanalah wilayah Dusun Sade menjadi salah satu tempat yang diminati oleh pengunjung lokal bahkan dari luar daerah dengan ciri khas menjual aneka tenunan dan assesoris tangan, kepala, batik dan pakaian adat suku Sasak.<sup>34</sup>

**b) Visi dan Misi Dusun Sade**

Adapun Visi Dusun Sade yaitu Mewujudkan tatanan kehidupan yang berlandaskan :

- 1) Memupukkan nilai aqidah yang suci terhadap Tuhan yang Maha Esa
- 2) Menjaga ahlak terhadap sesama insan
- 3) Menjaga ahlak terhadap sesama insane
- 4) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat menuju filosofi “irup gemuh kemanukan”

Selain visi, terdapat juga misi Dusun Sade yaitu:

- 1) Memegang teguh nilai-nilai warisan leluhut (pengadiq pengadiq) sebagai salah satu bentuk keutuhan sejatian diri
- 2) menjujung nilai kemanusiaan sebagai wujud rasa persaudaraan pada sesame mewujudkan masyarakat dinamis ditengah
- 3) mewujudkan masyarakat dinamis ditengah-tengah dinamika peradaban dan kemajuan IPTEK.

---

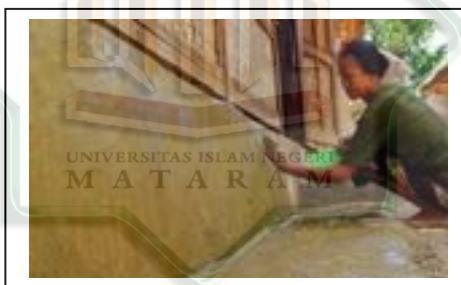
<sup>34</sup> Presti swastini, “Strategi Komunikasi Masyarakat Sade Dalam Melestarikan Budaya Rumah Adat Di Era Globalisasi Dan Modernisasi” (Skripsi, universitas Islam Negeri Mataram, tahun 2021) hal 32.

- 4) menumbuh kembangkan kesadaran masyarakat dalam mendukung program pemerintah.<sup>35</sup>

**c) Keunikan Desa Sade**

1) Lantai dilumuri kotoran kerbau

Lantai rumah di Desa Sade tidak seperti rumah-rumah pada umumnya, lantai rumah di desa ini dilumuri oleh kotoran kerbau atau sapi setiap beberapa waktu. Hal ini bertujuan agar lantai rumah bersih dari debu-debu yang melekat. Karena lantai rumah masyarakat Suku Sasak di desa ini terbuat dari campuran tanah, getah kayu banjar, abu dan jerami, melumuri lantai dengan kotoran kerbau ini dipercaya dapat menguatkan lantai dan mencegah serangga terutama nyamuk masuk ke dalam rumah.



**Gambar 2.2**  
**Rumah Desa Sade Yang dilumuri dengan Kotoran Hewan<sup>36</sup>**

2) Rumah tempat tinggal suku sasak Desa Sade

Tempat tinggal suku Sasak di desa wisata Sade ini bernama Bale. Terdapat sekitar 700 jiwa di desa ini. Rumah-rumah di desa ini terdiri dari berbagai tipe, yakni Bale Bontar, Bale Kodong, dan Bale Tani. Tipe-

---

<sup>35</sup> Profil Desa Sade 2020

<sup>36</sup> Lalu Syamsul Arifin, tradisi unik dusun sade, melumuri lantai dengan kotoran ternak, <https://regional.kompas.com/image/2018/05/07/11151381/tradisi-unik-dusun-sade-melumuri-lantai-dengan-kotoran-ternak?page=1> 7 Mei 2018, 11:15 WIB

tipe rumah inilah yang didasarkan pada fungsinya. Misalnya, Bale Bontar ini berfungsi sebagai rumah yang dihuni oleh para pejabat desa. Selain sebagai rumah para pejabat desa, Bale Bontar ini juga memiliki fungsi lainnya yaitu untuk persidangan adat.

Kemudian, ada pula bale Kodong yang berfungsi sebagai tempat tinggal bagi masyarakat Suku Sasak yang sudah jempo atau bagi masyarakat Susu Sasak yang baru saja menikah namun belum memiliki tempat tinggal. Sedangkan tipe terakhir yaitu Bale Tani ini. Bale Tani ini merupakan tempat tinggal bagi masyarakat Suku Sasak yang berprofesi sebagai petani.



**Gambar 2.3**  
**Rumah Masyarakat Desa Sade<sup>37</sup>**

### 3) Arsitektur rumah

Arsitektur rumah masyarakat Sade masih sangat sederhana. Sehingga jika Anda berkunjung ke desa ini, Anda akan merasakan atmosfer yang kental akan budaya suku Sasak ini. Dengan tiang penyangga berupa bambu, dinding berupa anyaman bambu serta atap yang masih terbuat dari jerami. Meskipun arsitektur rumah masyarakat Susu Sasak yang bertempat di Sade ini sangat sederhana, namun rumah ini termasuk rumah yang tahan gempa. Hal ini dibuktikan ketika usai gempa

---

<sup>37</sup> Ann Madrus, melihat baletani tertua di dusun sasak sade,  
<https://bobo.grid.id/amp/08678171/melihat-bale-tani-tertua-di-dusun-sasak-sade> 10  
oktober 2017, 04:41 WIB



besar yang mengguncang desa ini, rumah-rumah di desa ini masih terlihat berdiri kokoh. Untuk memasuki rumah tradisional tersebut, Anda tidak bisa sembarangan memasuki rumah warga apabila Anda tidak menunjukkan kesopanan yang menjadi tradisi warga sekitar.

#### 4) Kain tenun

Para perempuan Suku Sasak yang bertempat tinggal di Sade ini diharuskan untuk bisa menenun. Sehingga para perempuan di desa ini rata-rata berprofesi sebagai penenun. Oleh karena itu, tidak heran lagi apabila di sepanjang jalan Desa ini Anda menemukan banyak penjual kain tenun. Para kaum perempuan di sini sudah mulai menenun sejak usia 9 tahun. Maka dari itu, tidak pula diherankan lagi jika para kaum wanita Suku Sasak sangat mahir dalam menenun kain.

Menariknya, dalam pembuatan kain tenun sendiri masih menggunakan cara dan alat tradisional yang dimulai dari pemintalan kapas hingga menjadi benang dan diberikan pewarna alami, serta pembuatan kain yang berasal dari benang yang telah diberi warna sebelumnya tersebut dengan memanfaatkan kelincuhan tangan si pembuat. Inilah yang membuat kain tenun ini sangat kuat dan tidak mudah robek seperti kain-kain lainnya. Beberapa kain tenun yang dibuat di desa ini yaitu kain tenun yang bernama sarung, endek, rang-rang hingga songket.

Kain songket sendiri merupakan salah satu kain tenun yang menjadi ciri khas Suku Sasak yang paling disukai oleh para wisatawan. Untuk pembuatan kain songket sendiri, untuk tiap kain songket sepanjang 2 m, pengrajin membutuhkan waktu pengerjaan antara 2 minggu hingga 3 bulan, tergantung tingkat kerumitan pola dan jenis kain songket tersebut. Selain mahir dalam membuat kain

tenun, para kaum wanita desa ini juga mahir dalam membuat cinderamata.<sup>38</sup>



**Gambar 2.4**  
**Kain Tenun khas Desa Sade<sup>39</sup>**

## **B. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah Dalam Mempromosikan Desa Sade**

Lombok Tengah merupakan tempat objek-objek wisata penting di pulau Lombok. Secara umum kepariwisataan Lombok Tengah terdiri dari wisata alam dan sosial budaya maupun buatan. Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah berusaha keras mempromosikan tempat-tempat wisata pada masyarakat luas, karena sektor pariwisata sangat memegang peranan penting dalam perkembangan ekonomi daerah.<sup>40</sup> Dalam setiap kabupaten terdapat dinas pariwisata yang membantu untuk mengelola pariwisata. Dinas Pariwisata adalah instansi pemerintah yang memberdayakan masyarakat dalam bidang pariwisata. Industri pariwisata mampu memberikan peran yang besar bagi proses pembangunan ekonomi

---

<sup>38</sup> Go Mandalika, Dusun Sade, <https://gomandalika.com/desa-sade/> 03 Maret 2021

<sup>39</sup> Nindi tiara Hanandita, mengenal kain tenun khas desasade: sejarah, proses, dan motif, [https://www-detik-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.detik.com/bali/nusra/d-6720765/mengenal-kain-tenun-khas-desa-sade-sejarah-proses-dan-motif/amp?amp\\_gsa=1&amp\\_js\\_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#](https://www-detik-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.detik.com/bali/nusra/d-6720765/mengenal-kain-tenun-khas-desa-sade-sejarah-proses-dan-motif/amp?amp_gsa=1&amp_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#) 15 Mei 2023, 11:15 WIB

<sup>40</sup> Elisabet Sitompu dan Sabriin “*strategikomunikasi pariwisata salammeningkatkan minat berwisata di sumatra utara*”, jurnal Massage komuniti, Vol. 9, No. Tahun 2022, hlm. 29

masyarakat yang lebih baik. Industry pariwisata tidak hanya dapat berfungsi sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat, swasta, pemerintah daerah atau negara, tetapi juga masih berperan positif terhadap kegiatan lainnya.<sup>41</sup> Dalam mempromosikan tempat-tempat wisata lombok tengah, Dinas Pariwisata Lombok Tengah memiliki peran yang sangat penting.

Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah merupakan instansi pemerintah yang bertugas dan berusaha untuk mempromosikan objek-objek wisata yang ada di Lombok tengah baik berkaitan dengan wisata alam ataupun wisata kerajinan yang dimiliki oleh setiap daerah yang ada di lombok tengah. Mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada di lombok tengah dilakukan oleh Dinas pariwisata Lombok tengah dengan tugas dan bagian masing-masing dimana promosi di laksanakan oleh staff Dinas Pariwisata Lombok Tengah yang bertugas pada bidangnya yaitu dilaksanakan oleh Bidang Promosi dan Pemasaran yang memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Perumusan dan penetapan program kerja dan penetapan kinerja bidang;
2. Pengkoordinasian Penyusunan Rencana Kerja Anggaran/Dokumen Pelaksanaan Anggaran (RKA/DPA) dan program kerja seksi dibawahnya;
3. Perumusan kebijakan teknis bidang pemasaran budaya dan pariwisata sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku;
4. Penyelenggaraan pengaturan, pembinaan, pengawasan, dan pengendalian serta bimbingan teknis di bidang pembinaan pemasaran;
5. Pelaksanaan koordinasi informasi dan sinkronisasi dengan Perangkat kerja Daerah dan Instansi terkait dalam rangka pelaksanaan program/kegiatan di bidang pemasaran;
6. Pedoman Perumusan dan penjabaran, norma, standar prosedur, dan kriteria di bidang pemasaran sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

---

<sup>41</sup> Sedarmayanti, Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan dan Industri Pariwisata, (Bandung: PT Refika Aditama, 2014) hlm. 124

7. Pengkoordinasian pengumpulan, pengolahan, dan analisa data pemasaran budaya dan pariwisata sebagai bahan penyusunan rencana evaluasi pelaksanaan program/kegiatan;
8. Pengkajian dan mempersembahkan pertimbangan teknis terhadap permasalahan pemasaran dalam rangka pengembangan kepariwisataan daerah;
9. Pengkoordinasian pelaksanaan pembinaan dan bimbingan teknis di pemasaran bidang budaya dan pariwisata sesuai dengan peraturan ketentuan – undangan yang berlaku;
10. . Pelaksanaan pemantauan, evaluasi, dan pelaporan pelaksanaan tugas bidang pemasaran;
11. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang dilimpahkan atasan sesuai bidangnya.

Dalam mempromosikan suatu tempat wisata maka diperlukannya strategi komunikasi. Strategi diperlukan sebagai pedoman untuk mengalokasikan sumber daya suatu organisasi atau perusahaan, strategi juga bisa dikatakan sebagai rencana yang ampuh untuk mencapai sasaran. Setiap perusahaan selalu melaksanakan operasional aktivitasnya, yang didahului dengan membuat rencana, bagi kelangsungan dan pertumbuhan jangka panjang, yang didasarkan pada situasi, peluang, tujuan, dan sumber dayanya.<sup>42</sup> Sedangkan strategi komunikasi merupakan perencanaan yang efektif dalam menyampaikan pesan sehingga mudah dipahami oleh dan dapat diterima. Fungsi dari komunikasi menurut Effendy yaitu menginformasikan, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi.<sup>43</sup> Untuk menghasilkan komunikasi yang efektif untuk mempromosikan suatu pariwisata maka diperlukan media, baik media massa, media kolompok ataupun media personal.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Ulfa Zulfiana, 2020, “ strategi promosi dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten lomboktengah untukmeningkatkan jumlah kunjungan wisatawan”, skripsi universitas Muhamadiyah mataram, hal 15

<sup>43</sup> Bagus ade, 2020, *Hubungan strategi komunikasi pertanian dengna penyuluhan pertanian perilaku petani jahe* (dandung: nilacakra), hlm . 11

<sup>44</sup> Elisabet Sitepu dan Sabrin “*strategi komunikasi pariwisata dalam meningkatkan minat berwisata di sumatra utara*” ,jurnal massage komunikasi vol 9, no. 1, tahun 2020, hal. 35

Dalam mempromosikan suatu wisata tentunya setiap dinas pariwisata mempunyai strategi untuk mengkomunikasikannya kepada khalayak luas. Begitu juga dengan Dinas Pariwisata Lombok Tengah yang memiliki beberapa strategi komunikasi untuk mempromosikan desa wisata sade untuk menarik wisatawan. Strategi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah yaitu Website, dan Media sosial seperti facebook, instagram dan youtube serta melakukan Pembinaan atau pelatihan. Adapun Staff Dinas Pariwisata Lombok Tengah, Junia Jaya Purnama mengatakan:

“untuk mempromosikan pariwisata yang ada dilombok tengah, strategi yang kita gunakan salah satunya membuat website yang dapat diakses oleh khalayak luas untuk mendapatkan informasi tempat wisata di lombok tengah ini, terutama wisata Desa Sade. Website yang kami miliki bernama “go Mandalika”<sup>45</sup>

Website merupakan salah satu media yang mempermudah seseorang untuk mencari informasi yang mereka butuhkan, oleh karena itu Dinas Pariwisata Lombok Tengah menampilkan berbagai informasi mengenai kegiatan Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan pariwisata yang ada dilombok tengah salah satunya Desa Sade. Tujuan Dinas Pariwisata menggunakan website ini untuk mengedukasi dan mempermudah masyarakat dalam mencari informasi walaupun belum berkunjung ke lokasi wisata tersebut.

Dijelaskan kembali oleh pemegang program penguatan Ptomosi pariwisata Dinas Pariwisata Lombok Tengah, Lale Anisa terkait strategi komunikasi yang digunakan Dinas Pariwisata Lombok Tengah saat ini. Lale Anisa mengatakan sebagai berikut:

“dalam mempromosikan wisata Desa Sade, kami menggunakan media sosial. Media sosial yang kami miliki yaitu facebook, instagram dan youtube yang bernama “go mandalika”. Kami menggunakan media sosial sebagai alat untuk pemromosikan pariwisata yang ada dikarenakan

---

<sup>45</sup> Junia Jaya Purnama, Staf Dinas Pariwisata Lombok Tengah, Wawancara, Kantor Dinas Pariwisata Lombok Tengah, 13, 09, 2022

media sosial dapat dijangkau oleh semua kalangan, baik wisatawan di dalam pulau lombok ataupun di luar pulau lombok dan Sekarang perkembangan teknologi semakin maju, dan kebanyakan semua masyarakat menggunakan media sosial sebagai alat berkomunikasi. Dengan media sosial ini memudahkan kita untuk memberikan informasi tentang Desa Sade untuk dapat menarik mereka mengunjungi Desa Sade. Informasi yang kita berikan dapat berupa gambar dan video selain melalui website dan media sosial kami juga melakukan pelatihan, pembinaan dan pemberian untuk menunjang kemajuan pariwisata Desa Sade”<sup>46</sup>

Strategi komunikasi dalam mempromosikan Desa Sade yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah yaitu menggunakan media komunikasi seperti menggunakan website resmi Dinas Pariwisata Lombok Tengah dan media sosial seperti facebook, instagram, dan youtube. Website dan media sosial yang dibuat oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah untuk mempromosikan desa wisata lombok tengah termasuk Desa Sade yaitu bernama “Go Mandalika”. Dinas Pariwisata Lombok Tengah menggunakan website dan media sosial untuk memberikan gambaran dan tayangan yang unik, atraktif dan menarik, bertujuan agar calon wisatawan tersebut tertarik untuk mengunjungi objek wisata yang ada di Lombok Tengah

Saraswati dkk menyatakan bahwa media sosial merupakan media yang mudah untuk digunakan oleh semua orang, khususnya bagi pengelola wisata dan dinas pariwisata. Media sosial dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dan promosi serta sebagai sumber untuk mencari informasi mengenai destinasi wisata. Promosi menggunakan media sosial bisa dikatakan sebagai cara

---

<sup>46</sup> Lale Anisa Lakmi, pemegang program penguatan Promosi pariwisata Dinas Pariwisata Lombok Tengah, Wawancara, Kantor Dinas Pariwisata Lombok Tengah, 13, 09, 2022

yang tergolong baru namun berdampak besar dalam mendorong mobilitas wisatawan.<sup>47</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas strategi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah yaitu menggunakan website dan media sosial seperti Facebook, Instagram dan Youtube.

#### 1. Website

Website merupakan salah satu media penyampai informasi dan komunikasi yang cukup menarik dan mudah diakses oleh banyak orang dan merupakan mediakomunikasi visual yang bersifat sehingga memiliki banyak keunggulan<sup>48</sup>. Saat ini banyak orang yang mengakses informasi terutama di website. Dapat dikatakan website sudah merupakan media sosialisasi yang paling banyak digunakan untuk mensosialisasikan dan mempromosikan pariwisata Desa Sade. Mempromosikan tempat wisata melalui media sosial tidaklah sulit dalam menjalankannya dengan adanya website atau situs memudahkan dinas pariwisata lombok tengah untuk berbagi informasi dan kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata. Website yang dimiliki dinas pariwisata lombok tengah bernama “Go Mandalika”.

Website yang dimiliki Dinas Pariwisata lombok tengah bernama Go Mandalika, website ini dilihat sebanyak 146.770 kali. Pada hari ini 17 januari 2024 website dilihat 242 kali, 1774 kalidalam seminggu dan 3090 dalam satu tahun belakangan ini. Alasan Dinas Pariwisata Lombok Tengah memilih media website untuk mempromosikan pariwisata lombok tengah salah satunya Desa Sade, karena mudah diakses oleh wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara dan secara umumnya masyarakat luas. Menurut peneliti

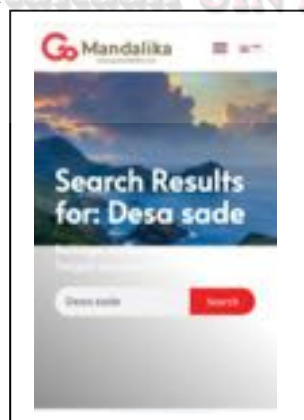
---

<sup>47</sup> Saraswati dkk, “mediasosialebagai sarana informasi dan promosi pariwisata bagi generasi Z di kabupaten garut”jurnal jaurism scientifie, vol. 4, no. 1, tahun 2018, hal 3

<sup>48</sup> Anas marzuki, dan Agus setiawan, 2021, Monogrof Desain Web Untuk Promosi, (Semarang: LPPMUdinus), hlm. 14

penggunaan website sebagai media komunikasi sudah tepat karena dapat di akses oleh semua kalangan. Dinas Pariwisata Lombok Tengah menggunakan website untuk berbagi informasi dengan masyarakat dengan memasukkan gambar kegiatan dan gambar-gambar beserta informasi pariwisata lombok tengah dalam bentuk tulisan-tulisan.

Perencanaan mempromosikan Desa Sade oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah dimulai dengan membuat judul artikel yang akan diangkat, menentukan kebudayaan dan kesenian yang akan dijelaskan sebagai tujuan dari mempromosikan desa sade. Dalam mempromosikan Desa Sade melalui website staff Dinas Pariwisata Lombok Tengah yang bertugas pada bidang strategi dan pemasaran mempunyai keterlibatan secara penuh dalam pembuatan artikel serta masyarakat terlibat dalam memberikan informasi. Pelaksanaan promosi Desa sade diperlukan kerjasama antara masyarakat Desa sade dengan Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam memberikan informasi sebagai bahan penulisan artikel oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah untuk mempromosikan Desa Sade. Dinas Pariwisata Lombok Tengah selalu melakukan *controlling* dalam setiap artikel yang dibuat untuk dapat mengevaluasi kekurangan setiap partikel yang pernah dibuat dan akan menjadi perbaikan untuk pembuatan artikel selanjutnya dalam mempromosikan Desa Sade.



**Gambar 2.5**  
**Tampilan Website Dinas Pariwisata Lombok Tengah**



Salah satu promosi Desa Sade yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah yang ada pada website ini dapat dilihat pada link di bawah ini.

<https://gomandalika.com/desa-sade/>

## 2. Facebook

Facebook merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh orang desawa saat ini untuk memperoleh berbagai informasi. Melalui aplikasi facebook yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah yang bernama Go Mandalika dan Dinas Pariwisata Lombok Tengah memberikan informasi berupa gambar-gambar dan video beserta teks penjelasan yang mudah diakses.

Facebook yang dimiliki bernama Go Mandalika, akun Facebook ini disukai oleh 1,7 ribu orang, diikuti oleh 1,9 ribu, terdapat 1031 foto. Perencanaan yang dilakukan Dinas Pariwisata Lombok Tengah yaitu mengupload video tarian penyambutan wisatawan dan gambar keberagaman rumah adat, kain tenun yang bertujuan untuk mempromosikan keberagaman kebudayaan dan kesenian yang ada di Desa Sade. Dalam mempromosikan desa sade melalui Facebook terdapat beberapa orang yang berperan didalamnya seperti staff dinas pariwisata untuk mengambil gambar dan video serta mengupload gambar dan video tersebut ke Facebook milik Dinas Pariwisata Lombok Tengah.

Dalam mempromosikan Desa Sade melalui pengambilan video dan foto, Dinas Pariwisata Lombok Tengah dan Masyarakat Desa sade berpartisipasi dan berkomunikasi secara baik dalam menentukan dan ikut serta dalam pengambilan gambar pada pelaksanaan pembuatan tenun dan kegiatan-kegiatan yang lainnya untuk tujuan promosi. Untuk pengawasan pelaksanaan sampai videodan gambar di *uplod* dilakukan oleh staff Dinas Pariwisata Lombok Tengah yang bertugas pada bidangnya.



**Gambar 2.6**  
**Tampilan Facebook Dinas Pariwisata Lombok Tengah**

Salah satu promosi desa sade yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah yang ada pada aplikasi ini dapat dilihat pada link di bawah ini.

<https://www.facebook.com/gomandalika/videos/557623002040234/?app=fbl>

### 3. Instagram

Instagram merupakan suatu media sosial yang biasa digunakan untuk membagikan momen berupa foto dan video pendek berkaitan dengan kegiatan yang dilakukan untuk diabadikan dan dibagikan ke khalayak luas. Salah satu fungsi dari adanya Instagram yaitu dapat digunakan sebagai media promosi,<sup>49</sup> jumlah pengguna aktif instagram di seluruh dunia mencapai 1,07 miliar dan 354 juta pengguna berusia 25-34 tahun. Di Indonesia pengguna Instagram sebesar 91,77 juta pengguna. Pengguna dengan 13-17 tahun sebanyak 7,7%, Pengguna dengan usia 18-24 tahun 36,3%, pengguna usia 25-34 tahun sebanyak 15,9%, usia 35-44 tahun sebanyak 11,6% dan

---

<sup>49</sup> Amir Hamzah, 2021, *Audit Dan Kapasitas Auditorer Covid-19* (Gorontalo: Ideas Publishing), hlm.70

usia 45-54 tahun sebanyak 4,6%.<sup>50</sup> Instagram Go Mandalika terdiri dari 2.098 pengikut, dan memposting 340 yang terdiri dari video dan foto.

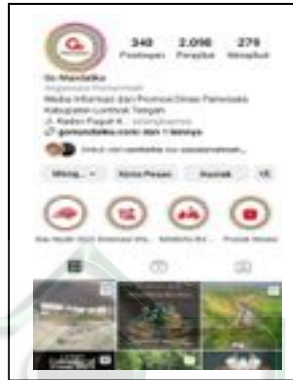
Dinas Pariwisata Lombok Tengah menggunakan Instagram sebagai sarana menyebarluaskan informasi. Strategi komunikasi menggunakan Instagram bisa dilakukan dengan membagikan kegiatan berbentuk gambar dan teks. Karena menurut dinas pariwisata kabupaten Lombok Tengah dengan menggunakan Instagram sebagai media mempromosikan Desa Sade sebagai destinasi wisata merupakan hal yang efektif dapat dilihat dari jumlah pengguna Instagram yang begitu banyak, apalagi di kalangan remaja, orang dewasa, sehingga memudahkan mereka untuk mencari informasi terkait pariwisata Lombok Tengah. Strategi yang sudah digunakan oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Desa Sade.

Perencanaan yang dilakukan Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade sama seperti yang dilakukan pada perencanaan di akun Facebook yaitu dengan mengupload foto dan video, video yang dibuat yaitu keadaan Desa Sade dengan durasi yang singkat dan foto keberagaman rumah adat, kain tenun yang bertujuan untuk mempromosikan keberagaman kebudayaan dan kesenian yang ada di Desa Sade. Pengambilan video dan foto dilakukan oleh masyarakat Desa Sade dan staff Dinas Pariwisata Lombok Tengah yang kemudian diupload di Instagram resmi milik Dinas Pariwisata Lombok Tengah. Dinas Pariwisata Lombok Tengah memotivasi masyarakat Desa Sade untuk dapat berpartisipasi dalam seriap kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah. Hasil pembuatan media promosi yang dilakukan bersama nantinya dapat dipantau oleh masyarakat Desa Sade dan Dinas Pariwisata Lombok Tengah

---

<sup>50</sup> Nadia Widyaputri dkk, "Analisis Pemanfaatan Aplikasi Instagram Dalam Pemasaran Bisnis Online Shop Di Kota Manado" Jurnal Ilmiah Society vol 2, No 2, tahun 2022, hlm. 2

untuk dapat mengetahui apa saja yang menjadi kekurangan untuk nantinya akan ditambahkan dalam kegiatan promosi selanjutnya agar lebih menarik minat pengunjung untuk berwisata ke Desa Sade.



**Gambar 2.7**  
**Tampilan Instagram Dinas Pariwisata Lombok Tengah**

Salah satu video untuk mempromosikan Desa Sade pada aplikasi ini dapat dilihat pada link di bawah ini.

<https://www.instagram.com/reel/Ch08g9wjgKj/?igsh=MWs5cTZiZmxybHd1MQ>

#### 4. Youtube

Selain menggunakan website, Facebook dan Instagram. Dinas Pariwisata Lombok Tengah juga menggunakan youtube sebagai media dalam mempromosikan wisata Desa Sade. Youtube saat ini bukanlah hal asing bagi masyarakat, saat ini youtube digunakan untuk kebutuhan sehari-hari karena masyarakat tidak lagi menonton televisi melainkan melalui ponsel. Saat ini youtube bukan lagi sebagai platform berbagi videosaja melainkan sudah menjadi mesin pencari terbesar ke dua setelah google.<sup>51</sup> Cenal youtube yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah yaitu Go Mandalika

---

<sup>51</sup> Su Rahman, 2023, *SEO Youtube*, (jakarta: Elex Media Komputindo), hlm. 2

Youtube merupakan salah satu strategi yang efektif untuk digunakan dalam mempromosikan Desa Sade karena dapat menampilkan video kegiatan-kegiatan yang ada di Desa Sade untuk dapat memberikan informasi dan menarik wisatawan dengan adanya rumah khas sasak, kesenian dan hasil kerajinan yang di buat oleh warga Desa Sade. Dinas Pariwisata Lombok Tengah menggunakan youtube mengupload video-video kegiatan membuat kain tenun, video suasana Desa Sade, video kedatangan para wisatawan dan video-video lainnya.

Youtube Go Mandalika dibuat pada 25 februari 2021, terdapat 283 subscriber dan terdapat 51 video yang ditonton 17.549 kali. Pelaksanaan promosi di akun youtub ini terlebih dahulu Dinas Pariwisata Lombok Tengah membuat perencanaan apa yang akan ditampilkan pada youtube seperti menampilkan kegiatan kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara dari kegiatan penyambutan, memperkenalkan kebudayaan yang ada di Desa sade, mengenalkan rumah adat dan kebiasaan masyarakat Desa Sade,serta memperlihatkan kain tenun khas Desa Sade dengan berbagai macam motif yang dibuat oleh masyarakat Desa Sade sendiri. Kegiatan ini melibatkan berbagai pihak seperti *tour gaet* para wisatawan, masyarakat, staff Dinas Pariwisata Lombok Tengah yang bertugas. Hasil pembuatan video sebelum di *upload* perlu untuk di edit untuk mengambil inti-inti dari kegiatan saja. Setelah video di *upload* ditinjau kembali setelah beberapa minggu untuk melihat perkembangan keefektifan media promosi yang dibuat sebagai bahan perbaikan kedepannya dalam mempromosikan Desa Sade.



**Gambar 2.8**  
**Tampilan Youtube Dinas Pariwisata Lombok Tengah**

Salah satu video untuk mempromosikan Desa Sade pada aplikasi ini dapat dilihat pada link di bawah ini.

[https://youtu.be/aqyuqJfK\\_KI?si=AWToTdkR705BZjsA](https://youtu.be/aqyuqJfK_KI?si=AWToTdkR705BZjsA)

Data ketiga media sosial ini di *update* akhir tahun 2023. Ketiga media sosial yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah ini menampilkan berupa gambar-gambar dan video informasi terkait destinasi pariwisata yang dapat diakses oleh semua orang baik kalangan anak-anak sampai dengan dewasa. Dengan media sosial juga dapat menarik minat semua kalangan untuk berkunjung dan berwisata ke Lombok Tengah. Dengan strategi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah merupakan strategi yang sangat tepat dikarenakan masyarakat saat ini tidak bisa terlepas dari media sosial dan lebih banyak mengakses informasi dari gadget daripada mencari informasi di televisi.

## **BAB III**

### **Hambatan Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah Dalam Mempromosikan Desa Sade**

#### **A. Hambatan Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah Dalam Mempromosikan Desa Sade**

Dalam melakukan promosi, Dinas Pariwisata Lombok Tengah pernah mengalami hambatan komunikasi terlebih banyaknya pariwisata di Lombok Tengah yang dipromosikan. Hambatan yang dialami dinas pariwisata dalam mempromosikan sebagian besar tempat-tempat wisata di Lombok Tengah salah satunya Desa Sade yaitu kurangnya kontribusi masyarakat dan pengelola wisata pada platform yang sudah disiapkan sebagai sarana promosi serta kurangnya koordinasi atau kerjasama masyarakat Desa Sade dengan Dinas Pariwisata Lombok Tengah. Seperti yang dipaparkan oleh Junia Jaya Purnama selaku staff Dinas Pariwisata Lombok Tengah

“Hambatan yang ditemukan di beberapa tempat wisata yang kami promosikan yaitu kurangnya kontribusi dan koordinasi pengurus dan masyarakat tempat wisata, ketika berkumpul untuk melakukan pelatihan, kami selalu menyampaikan untuk dapat berkontribusi di platform yang kami buat karena platform ini milik kita bersama yaitu GO Mandalika baik di website maupun sosial media, karena kesibukan kami yang tidak hanya mengurus satu tempat wisata saja namun mengurus tempat-tempat wisata di Lombok Tengah, sehingga kami meminta untuk dapat mandiri mempromosikan desa wisata mereka dengan mengumpulkan informasi sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh dinas pariwisata Lombok Tengah sehingga nantinya dinas pariwisata dapat mempromosikannya lewat website dan sosial media yang kami miliki atau mempromosikan wisata dengan akun media sosial tempat wisata tersebut dan menandai dinas

pariwisata sehingga nantinya repost ulang oleh media sosial Dinas Pariwisata Lombok Tengah.”<sup>52</sup>

Dari hasil wawancara dengan staff Dinas Pariwisata Lombok Tengah dapat disimpulkan bahwa Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan berbagai tempat wisata pernah mengalami hambatan yaitu kurangnya kontribusi masyarakat dan pengelola tempat wisata di platform yang sudah dibuat oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah baik pada website ataupun media sosial seperti facebook, instagram dan youtube. Selain kurangnya kontribusi dan koordinasi antar masyarakat Desa Sade dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah terdapat juga hambatan dalam mempromosikan Desa sade yaitu kurang efektifnya promosi yang dilakukan pada beberapa sosial media seperti pada Instagram dan Youtube hanya menampilkan video pendek yang kurang efektif untuk mempromosikan berbagai kebudayaan dan kesenian yang ada di Desa Sade.

Dinas Pariwisata Lombok Tengah menginginkan semua tempat wisata yang ada untuk dapat mandiri dalam mempromosikan tempat-tempat wisata yang mereka kelola dan nantinya akan dibantu oleh dinas pariwisata Lombok Tengah dalam mempublish informasi-informasi tentang tempat wisata yang dikelola baik dalam bentuk foto, video dan teks yang tentunya sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah.

Kordinasi antara Dinas Pariwisata dengan pengelola tempat wisata serta masyarakat sangat diperlukan karena mempengaruhi hasil yang akan didapatkan. Dengan partisipasi yang baik antar masyarakat dengan Dinas Pariwisata dalam mempromosikan desa wisata sade makan akan meningkatkan pengunjung yang datang. Partisipasi masyarakat dalam pariwisata adalah keikutsertaan, keterlibatan, dan kebersamaan anggota masyarakat dalam suatu kegiatan tertentu. Masyarakat memiliki peran penting dalam menunjang pembangunan, mempromosikan desa wisata sehingga dapat meminimalisir dampak negatif dari aktifitas wisata.

---

<sup>52</sup> Juna Jaya Purnama, Staf Dinas Pariwisata Lombok Tengah, Wawancara, Kantor Dinas Pariwisata Lombok Tengah, , 13, 09, 2022



Wearing & Donald dalam Andi Mulyana menegaskan bahwa masyarakat lokal berkedudukan sama penting dengan pemerintah dan swasta sebagai salah satu pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata. Oleh sebab itu masyarakat harus dapat berpartisipasi dan selalu berkordinasi dengan baik dalam membangun tempat wisata Desa Sade dengan salah satu cara yaitu ikut mempromosikan, berpartisipasi dan menjalin kordinasi yang baik dengan Dinas Pariwisata Lombok Tengah untuk dapat meningkatkan wisatawan berkunjung ke Desa Sade.<sup>53</sup>

Dengan kordinasi dan kerjasama yang baik antara pengelola tempat wisata dan dinas pariwisata dalam hal mempromosikan tempat wisata Desa Sade akan menghasilkan sesuatu yang baik, Desa Sade akan lebih dikenal oleh masyarakat di dalam pulau lombok ataupun di luar lombok bahkan di luar negeri. Dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung akan menjadikan Desa Sade lebih terkenal dan lebih banyak dikunjungi lagi oleh wisatawan.

Desa Sade merupakan desa wisata yang kaya akan tradisi dan unik. Desa Sade adaah desa wisata yang menyuguhkan kesenian, seni tari untuk menyambut tamu dan seni-seni lainnya, menyuguhkan rumah adat khas lombok, kain-kain tenun yang memiliki keunikan dan motif yang khas dibuat sendiri oleh masyarakat Desa Sade, dan pernak-pernik lainnya. Karena keunikan tradisi dan kesenian serta kerajinan-kerajinan tangan yang ada dapat menarik minat wisatawan untuk dapat berkunjung ke Desa Sade. Data jumlah target dan kunjungan wisatawan baik dalam negeri ataupun luar negeri dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

---

<sup>53</sup> Andi mulyana, dkk. Partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata”, jurnal ilmiah mandala education, vol. 8. No.3 tahun 2022, hlm. 2266

**Tabel 3.1.**  
**Target dan capaian jumlah pengunjung wisata Desa Sade tahun 2016 sampai 2022<sup>54</sup>**

<b>Tahun</b>	<b>Target</b>	<b>Capaian</b>
2016	50.000	56.812
2017	60.000	156.025
2018	106.000	167.250
2019	20.000	212.000
2020	60.000	156.002
2021	53.000	55.881
2022	25.000	286.098



---

<sup>54</sup> Via Widia Wati, dkk, “ penyuluhan stategi pemasaran pariwisata dusun sade dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sade, jurnal kreasi, vol 2 no. 1 tahun 2022, hlm 184.

## **BAB IV PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

#### **1. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah Dalam Mempromosikan Desa Sade**

Dalam mempromosikan Desa Sade, Dinas Pariwisata Lombok Tengah menggunakan beberapa strategi yaitu :

- a. Website sebagai tempat membrikan informasi berupa gambar dan teks-teks yang menjelaskan terkait tempat wisata Desa Sade dan keunikannya.
- b. Facebook yang dapat memberikan informasi tempat wisata Desa Sade berupa gambar, teks serta video yang berdurasi panjang,
- c. Instagram juga merupakan media sosial yang digunakan untuk mempromosikan Desa Sade dalam bentuk postingan gambar, teks dan video berdurasi pendek
- d. Youtube merupakan media yang digunakan dinas pariwisata untuk dapat memberikan informasi berupa video yang memilikidurasi yang panjang.

#### **2. Hambatan Dinas Pariwisata Lombok Tengah Dalam Mempromosikan Desa Sade**

Hambatan yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah alam mempromosikan Desa Sade yaitu

- a. Kurangnya kordinasi antar masyarakat Desa Sade dengan Dinas pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade sebagai desa wisata
- b. Kurang efektifnya promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Lombok Tengah dengan menggunakan media sosial dalam bentuk video singkat yang hanya menggambarkan sebagian dari desa Sade.
- c. Masyarakat Desa Sade yang mematok harga yang tinggi untuk kain tenun kepada para wisatawan domestik atau mancanegara yangmembuat wisatawan merasa jera untuk berkunjung.

## **B. Saran**

Setelah peneliti melakukan penelitian tentang Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam Mempromosikan Desa Sade. Peneliti mempunyai saran sebagai bahan pertimbangan kedepannya, diantaranya yaitu:

1. Untuk Dinas Pariwisata Lombok Tengah agar lebih giat lagi dalam mempromosikan Desa Sade baik melalui media sosial ataupun media-media lainnya untuk dapat meningkatkan jumlah pengunjung setiap tahunnya.
2. Untuk masyarakat Desa Sade sekiranya dapat tetap menjaga dan melestarikan nilai-nilai kebudayaan, keagamaan, dan kearifan local yang menjadi ciri khas Desa Sade karena Desa Wisata Sade memiliki daya tarik tersendiri dengan hal tersebut. Masyarakat Desa Sade harus mampu memanfaatkan media sosial sebagai media promosi secara mandiri.
3. Untuk peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian, dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya. Dan apabila hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti masih dirasa kurang lengkap, maka dari itu penulis mengharapkan adanya perbaikan dan kelengkapan untuk peneliti selanjutnya.

Perpustakaan UIN Mataram

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku/Jurnal

Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Guna*, Jakarta: Kencana, 2011.

Amir hamzah, *Audit Dan Kapasitas Auditorer Covid-19*, Gorontalo: Ideas Publishing, 2021.

Andi mulyana, dkk. “Partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata”, *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, Vol. 8. No.3 tahun 2022. hlm. 2266.

Bagus Ade, *Hubungan strategi komunikasi pertanian dengna penyuluhan pertanian perilaku petani jahe*, Dandung: Nilacakra, 2020.

Dermawan Wibisono, *Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2020.

Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, Yogyakarta, Pelajar Pustaka, 2012.

Elisabet Sitompu dan Sabrin “strategi komunikasi pariwisata dalam meningkatkan minat berwisata di sumatra utara” ,*Jurnal Massage Komunikasi* Vol 9, No. 1, tahun 2020. hlm. 35.

Hendry Hartono, “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan pada perusahaan”, *Jurnal Bunis Business Review*, Vol, 3, No, 05, Desember, 2019

Jepara “Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pantai Tirta Samudra”(Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Semarang).

John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Depok,: PT Raja Grafindo, 2016.

Juliyansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2011.

- Made Widiadnyana Wardiha, “ *Air Minum dan Sanitasi, bagaimana memetakannya?-Studi kasus 12 pemukiman tradisional NTB dan NTT*”, Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2018.
- Muchammad Satrio Wibowo, dkk, “*Analisis Daya Tarik Wisata dan Pengelolaan Destinasi Pantai Indah Kemangi Kabupaten Kendal*” *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, Volume & Edisi 2, 2023, hlm. 613-883.
- Muchlis M. Hanafi, *Tafsir Al-Qur’an Tematik Komunikasi dan Informasi*, Jakarta: Lajnah Pentashihan, Mushaf Al-Qur’an, 2013.
- Muhammad Haqqir Ridho, “*Strategi komunikasi duta wisata dalam mempromosikan pariwisata di kabupaten Gresik*”(Skripsi, Fakultas Dakwah, dan Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2018).
- Muhlis M. Hanafi, *tafsir alquran tematik, komunikasi dan informasi*, Jogjakarta: lajnah pentashihan mushaf al-quran badan litbang dan diklat, 2013.
- Nurdin Hidayah, *Pemasaran Destinasi Parwisata*, Bandung: Alfabeta CV, 2019.
- Onong Uchjana Efendi, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT Rosdakarya, 2014.
- Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Praditia Budi Laksana, “*Strategi Pemasaran Wisata Kota Surakarta Melalui City Branding*”, *Jurnal Admistrasi*, Vol, 3, No, 05, Desember, 2019. hlm. 74.
- Presti swastini, “*Strategi Komunikasi Masyarakat Sade Dalam Melestarikan Budaya Rumah Adat Di Era Globalisasi Dan Modernisasi*” (Skripsi, universitas Islam Negeri Mataram, tahun 2021).

- Rasa Syukur “*Peran Kelompok Sadar Wisata Dalam Pengelolaan Air Terjun Way Kalam Di Kph Way Pisang*” ( Skripsi, Universitas Lampung, 2023).
- Rosmawati, *Mengenal Ilmu Komunikasi*, Bandung: Widya Padjajaran, 2010.
- Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- Sedarmayanti, *Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan dan Industri Pariwisata*, Bandung: PT Refika Aditama, 2014.
- Su Rahman, *SEO Youtube*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2023.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*, Bandung: Alfabeta Cv, 2018.
- Syafira Ryialita Primadani,” *Analisi strategi pengembangan daerah*”, Jurnal Publik, Vol, 1, No, 05, Desember, 2019, hlm. 137
- Ulfa Zulfiana, 2020, “ *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Lomboktengah Untukmeningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan*”, (Skripsi Universitas Muhamadiyah Mataram).
- Veni Fitra Meilisa, “*Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga, Dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop*”, Jurnal Jom Pisip, Vol, 5, No, 05, Desember, 2019,Hlm. 7-8.
- Via Widia Wati, dkk, “*Penyuluhan Stategi Pemasaran Pariwisata Dusun Sade Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Sade*, Jurnal Kreasi, Vol 2 No. 1 Tahun 2022, Hlm 184.
- Widyono, *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global*, Jakarta, Mitra Wacan Media, 2013.

## Website

Ann Madrus, “Melihat Bale tani Tertua Di Dusun Sasak Sade”, dalam <https://bobo.grid.id/amp/08678171/melihat-bale-tani-tertua-di-dusun-sasak-sade-10-oktober-2017>, diambil tanggal 11 januari 2024, pukul 19.30.

Go Mandalika, *Dusun Sade*, dalam <https://gomandalika.com/desa-sade/> diambil tanggal 12 januari 2024, pukul 19.40.

Lalu Syamsul Arifin, *Tradisi Unik Dusun Sade, Melur Lantai Dengan Kotoran Ternak*,  
<https://regional.kompas.com/image/2018/05/07/11151381/tradisi-unik-dusun-sade-melur-lantai-dengan-kotoran-ternak?page=1>  
diambil tanggal 11 januari 2024, pukul 19.28.

Nindi tiara Hanandita, *Mengenal Kain Tenun Khas Desasade: Sejarah, Proses, Dan motif*, dalam [https://www-detik-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.detik.com/bali/nusra/d-6720765/mengenal-kain-tenun-khas-desa-sade-sejarah-proses-dan-motif/amp?amp\\_gsa=1&amp\\_js\\_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASC](https://www-detik-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.detik.com/bali/nusra/d-6720765/mengenal-kain-tenun-khas-desa-sade-sejarah-proses-dan-motif/amp?amp_gsa=1&amp_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#)  
[AAgM%3D#](https://www-detik-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.detik.com/bali/nusra/d-6720765/mengenal-kain-tenun-khas-desa-sade-sejarah-proses-dan-motif/amp?amp_gsa=1&amp_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASC#AAgM%3D#) diambil tanggal 11 januari 2024, pukul 20.00.

## wawancara

Junia Jaya Purnama, Praya 13 September 2022.

Lale Anisa Lakmi, Praya 13 September 2022.





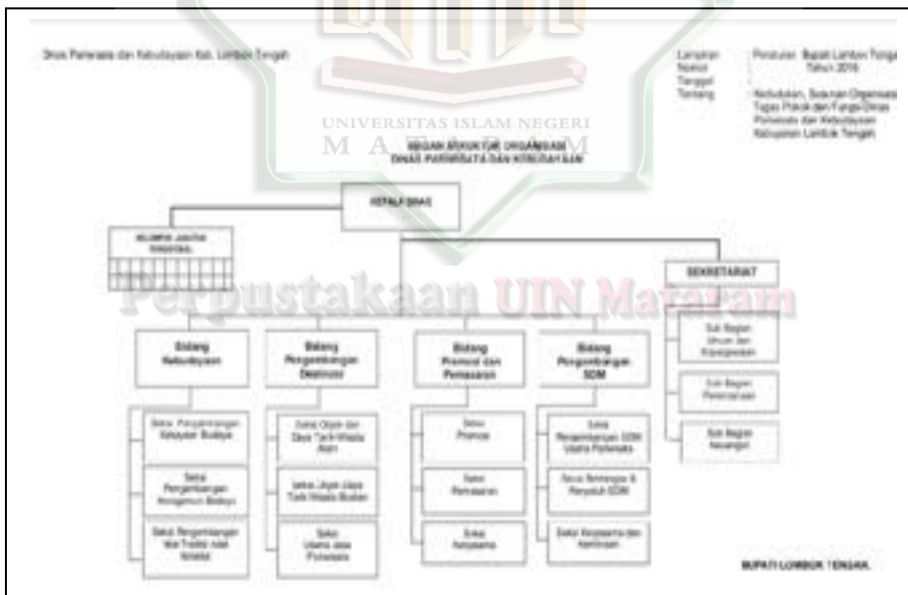
Perpustakaan UIN Mataram

*Lampiran 1*

**Dokumentasi Pelaksanaan Penelitian**



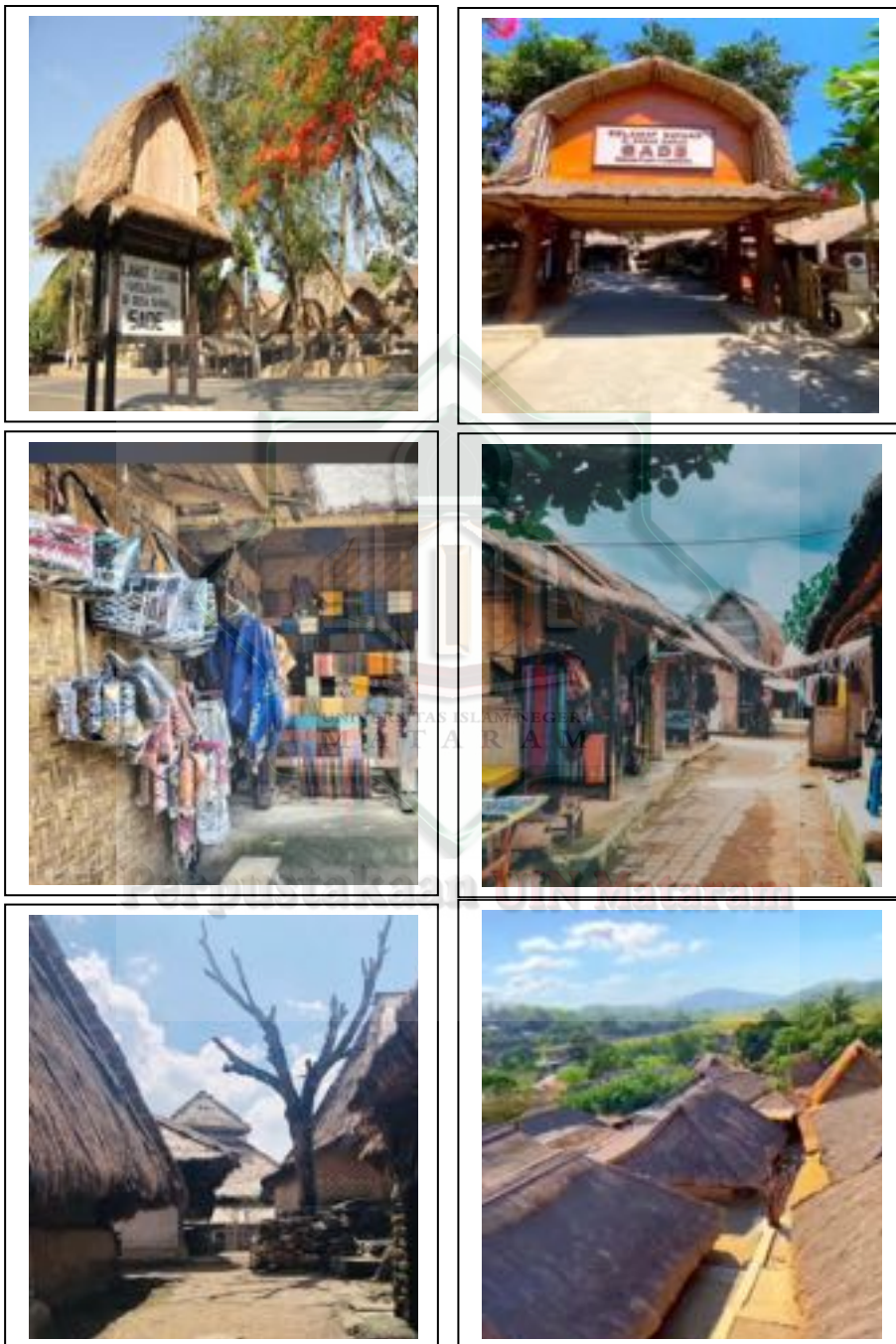
**Dokumentasi Wawancara**



**Dokumentasi Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah**

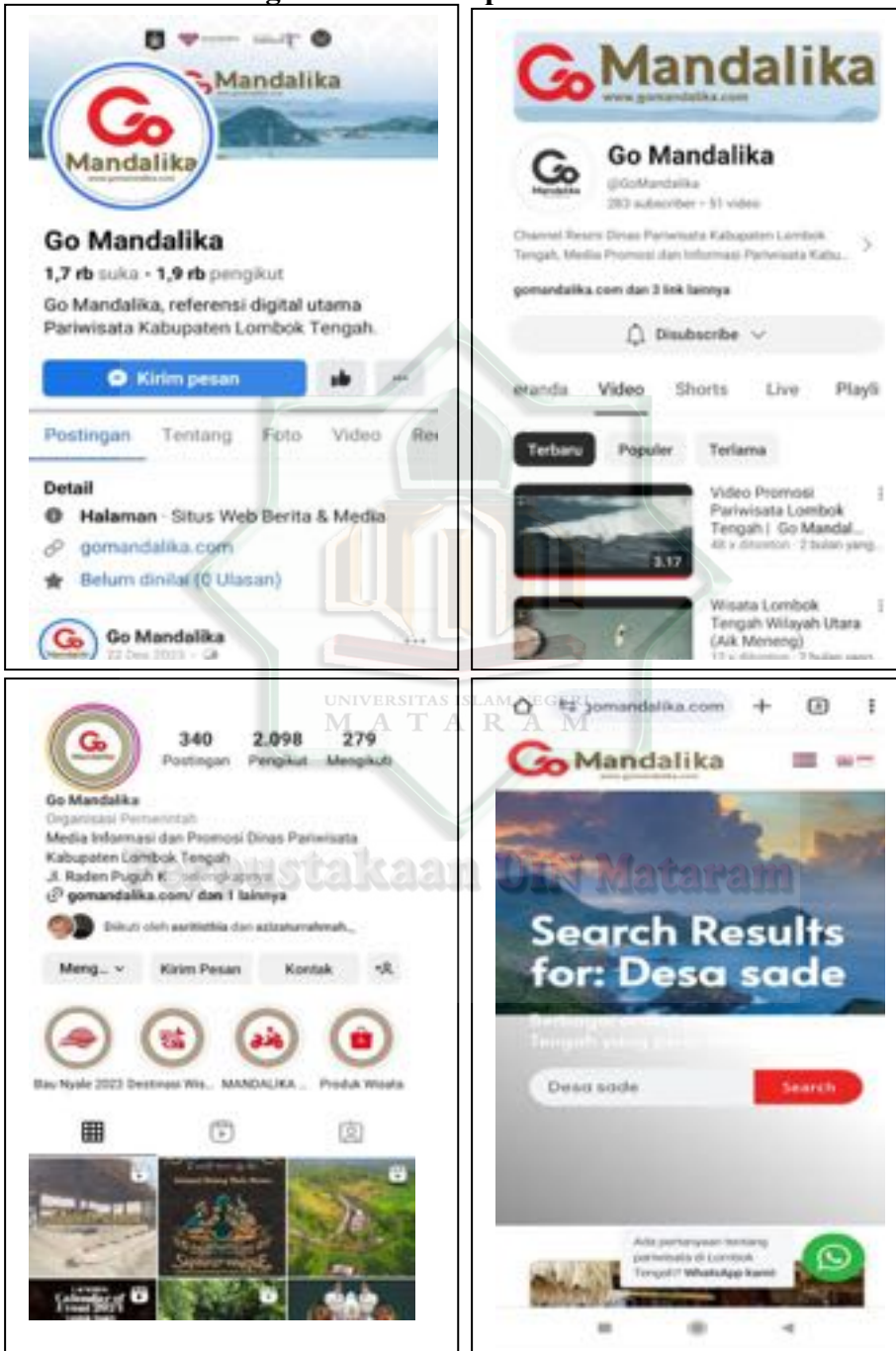
*Lampiran 2*

**Dokumentasi Suasana Di Desa Sade**



Lampiran 3

Tampilan Media Sosial yang digunakan Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam Mempromosikan Desa Sade



*Lampiran 4*

**Surat Bebas Pinjam Perpustakaan UIN Mataram**



**Perpustakaan UIN Mataram**

Surat keterangan cek plagiasi



Perpustakaan UIN Mataram



PEMERINTAH PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT  
**BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH**

Jalan Bypass ZAMIA 2 - Desa Leinde - Kecamatan Kediri - kode pos 83362  
Kabupaten Lombok Barat - Provinsi NTB, E-mail: [brida@ntbprov.go.id](mailto:brida@ntbprov.go.id) Website : [brida.ntbprov.go.id](http://brida.ntbprov.go.id)

**SURAT IZIN**  
Nomor : 070 / 1819 / II – BRIDA / VIII / 2022  
**TENTANG**  
**PENELITIAN**

- Dasar :
- Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor 14 Tahun 2021 Tentang Perubahan kedua atas perda No 11 Tahun 2016 Tentang Pembentukan Dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi NTB.
  - Peraturan Gubernur NTB Nomor 49 Tahun 2021 Tentang Perubahan Ke Empat Atas Peraturan Gubernur Nomor 51 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Badan-Badan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat.
  - Surat dari Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Mataram, Nomor : 1019/Un.12/PP.00.9/FDIK/08/2022 Perihal : Permohonan Izin Penelitian .
  - Surat dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Dalam Negeri Provinsi NTB, Nomor : 070/1552/VIWR/BKBDN/2022. Perihal : Rekomendasi Izin Penelitian.

**MEMBERI IZIN**

Kepada :

Nama : Putra Iza Mahendra  
NIK / NIM : 5202110806990003 / 170301114  
Instansi : UIN MATARAM  
Alamat/HP : Dusun Sape Desa Kabul 087849081895  
Untuk : Melakukan Penelitian dengan Judul: "Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah Dalam Mempromosikan Desa Sasak Sade Kecamatan Pujut Lombok Tengah"  
Lokasi : Dinas Pariwisata Lombok Tengah dan Desa Sade  
Waktu : Agustus 2022 - Januari 2023

Dengan ketentuan agar yang bersangkutan menyerahkan hasil penelitian selambat lambatnya 1 (satu) bulan setelah selesai melakukan penelitian kepada Badan Riset dan Inovasi Daerah Provinsi NTB via email: [litbang.bridaprovnbt@gmail.com](mailto:litbang.bridaprovnbt@gmail.com)

Demikian surat Izin Penelitian ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di Lombok Barat  
Pada tanggal, 22 Agustus 2022  
an. KEPALA BRIDA PROV. NTB  
KEPALA BIDANG LITBANG INOVASI  
DAN TEKNOLOGI

  
LALU SURYADI, SP. MM  
NIP. 19691281 109603 1 055

Tembusan disampaikan kepada Yth:

- Gubernur NTB (Sebagai Laporan);
- Bupati Lombok Tengah ;
- Kepala Dinas Pariwisata Kab.Lombok Tengah ;
- Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram ;
- Kepala Desa Sasak Sade Kec Pujut Kab Lombok Tengah ;
- Yang bersangkutan ;
- Arsp.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK  
INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MATARAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
ISLAM

Jln. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0370) 421298-423809 Fax. (0370) 425337 Jempang  
Mataram website : <http://febi.uinmataram.ac.id>, email : [febi@uinmataram.ac.id](mailto:febi@uinmataram.ac.id)

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Petra Iza Mahendra  
NIM : 170301114  
Pembimbing I : Sahril Halim, M.I.Kom  
Judul Penelitian : Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah Dalam  
Mempromosikan Desa Sasak Sade

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
6/8-2023	Revisi bab I, pada landasan teori	
30/8-23	Terdapatkan temuan data dari dispar lotong	
5/11-23	Tambahkan jumlah follower/reung pada media sosial dispar lotong.	
6/12-23	Chambisis Strategi yg teori yg terkait	
3/1-24	ACC Skripsi, siapkan ke P-1	

Mengetahui,  
Dekan,

Dr. H. Muhammad Saleh, M.A

NIP. 197209121998031001

Mataram,  
Pembimbing

Sahril Halim, M.I.Kom

NIDN. 2023078201





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jl. Gajah Mada No. 100 Jember Mataram NTB  
Web: [www.uinmataram.ac.id](http://www.uinmataram.ac.id), email: [GDA@uinmataram.ac.id](mailto:GDA@uinmataram.ac.id)

**KARTU KONSULTASI SKRIPSI**

Nama : Patra Iza Mahendra

Pembimbing I : Dr. Najamudin, M.Si

NIM : 170301114

Pembimbing II : Sahril Halim, M.I.Kom

NO	HARI/ TANGGAL	MATERI KONSULTASI	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	11/08/23	tema paku paku selipin	Ara.
2	21/08/23	pendekatan buku hasil rona	Ara.
3	01/09/23	peda paku selipin dan paku selipin Ara. proposal paku	Ara.
4	29/10/23		Ara.
5	07/11/23	tema - tema yg digunakan keanekaragaman	Ara.
6	14/12/23	tata cara paku selipin peda	Ara.
7	28/12/23	paku selipin yg digunakan keanekaragaman	Ara.
8	4/01/24	paku selipin ada kuantitas	Ara.
9	10/01/24	Ara. Cmt. paku selipin	Ara.

Judul Skripsi: Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam Mempromosikan Desa Sade

Mataram, 26 Desember 2023

Mengetahui  
Dekan

Dr. H. Muhammad Saleh, M.A.  
NIP.197209121998031001

Pembimbing I,

Dr. Najamudin, M.Si  
NIP. 198212312009121004

**Catatan:**

• Nama, NIM, Pembimbing dan judul Skripsi yang diketik berdasarkan berita acara seminar (judul yang direkomendasikan pembimbing) diketik rapi dan diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi untuk serk/teksi dan ditanda tangani setelah diparaf oleh bagian akademik dan distempel.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Putra Iza Mahendra  
Tempa, Tanggal Lahir : Sape, 08 Juli 1999  
Alamat Rumah : Dusun Sape, Desa Kabul, Kec. Praya  
Barat Daya,  
Nama Ayah : Zaenal Abidin  
Nama Ibu : Nursi

### B. Riwayat Pendidikan

#### 1. Pendidikan Formal

- a. SD/MI, Tahun Lulus : SD Sape, 2006-2011
- b. SMP/MTS, Tahun Lulus : MTS Ihya Ulumuddin, 2011-2014
- c. SMA/MA, Tahun Lulus : MA Al-Manshuriyah Ta'limushibiyah, 2014-2017



Perpustakaan UIN Mataram