

**STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA PANTAI  
BUNTU MATABING PADA DINAS KEBUDAYAAN DAN  
PARIWISATA MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM  
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN  
DI KABUPATEN LUWU**

*Promotion Strategy for Buntu Matabing Beach Tourism  
Destinations at the Culture and Tourism Office through Social  
Media in Increasing Tourist Visits in Luwu Regency*

**Ratnafitasary**

[ratnafitasary@gmail.com](mailto:ratnafitasary@gmail.com)

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

**Ahdan.S**

[Ahdan.s@umi.ac.id](mailto:Ahdan.s@umi.ac.id)

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

**Andi Muttaqin**

[andi.muttaqin@umi.ac.id](mailto:andi.muttaqin@umi.ac.id)

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

***Abstract***

*This study aims to examine the Promotion Strategy of the Culture and Tourism Office of Luwu Regency in increasing tourist visits to the Buntu Matabing Beach destination, and to determine the effectiveness of tourism promotion through social media at the Buntu Matabing Beach tourist destination. The results of this study indicate that the tourism promotion strategy has been running well, although not yet fully optimal, tourism development at Buntu Matabing Beach is supported by related service programs in the form of Strategic Plans (Renstra) and Work Plans (Renja) in promoting tourism, tourism development on the coast. Buntu Matabing turns out to have several obstacles, including: tourism objects have not been well organized and managed, budget allocations from local governments are still limited, and there is no special section that handles tourism promotion issues, for example the Publication Division, related agencies and stakeholders in the world of tourism. took various ways to overcome various obstacles encountered, including: optimizing existing resources and establishing cooperation with other parties/agencies/institutions to develop Buntu Matabing Beach tourism in Luwu Regency.*

**Keywords :** *Promotion, Tourist Destinations, Social Media, and Tourists*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Luwu dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pada destinasi Pantai Buntu Matabing, dan untuk mengetahui efektivitas promosi wisata melalui media sosial pada destinasi wisata Pantai Buntu Matabing. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi wisata sudah berjalan baik, walaupun belum sepenuhnya optimal, pengembangan wisata di Pantai

Buntu Matabing di dukung oleh program dinas terkait berupa kegiatan Rencana Strategis (Renstra) dan Rencana Kerja (Renja) dalam mempromosikan wisata, pengembangan wisata di Pantai Buntu Matabing ternyata memiliki beberapa hambatan antara lain : obyek wisata belum ditata dan dikelola dengan baik, alokasi anggaran dari pemerintah daerah yang masih terbatas, dan belum adanya bagian khusus yang menangani masalah promosi wisata, misalnya bagian Divisi Publikasi, Dinas terkait dan para stakeholder dunia pariwisata menempuh beragam cara untuk mengatasi berbagai kendala yang ditemui antara lain: mengoptimalkan sumber daya yang ada serta menjalin kerjasama dengan pihak/instansi/lembaga lain untuk mengembangkan pariwisata Pantai Buntu Matabing di Kabupaten Luwu.

**Kata Kunci:** Promosi, Destinasi Wisata, Media Sosial, dan Wisatawan

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Perkembangan pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata, dan lain-lain. Pengembangan promosi secara intensif sangat dibutuhkan untuk memperkenalkan destinasi wisata karena dapat membuka daya tarik wisatawan. Strategi pemerintah dalam pengembangan promosi pariwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sangat dibutuhkan. Melakukan promosi pariwisata terhadap destinasi wisata Pantai Buntu Matabing yang ada di Kabupaten Luwu ini dinilai masih sangat rendah pengunjungnyakarna kurangnya pembaruan mengenai informasi pariwisatanya. Maka dari itu sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas strategi promosi terhadap destinasi wisata.

Strategi promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menganalisis bentuk strategi promosi yang digunakan dalam meningkatkan kunjungan destinasi wisata di Kabupaten Luwu, karena diketahui pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan yang dapat meningkatkan perekonomian daerah. Untuk meningkatkan perekonomian dari hasil sektor pariwisata, maka kunjungan destinasi wisata harus ditingkatkan yaitu dengan cara melakukan strategi promosi melalui media sosial untuk memberikan informasi terhadap calon wisatawan yang akan berkunjung padadestinas wisata yang ada di Pantai Buntu Matabing.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis kemudian tertarik untuk mengangkat judul penelitian “Strategi Promosi Destinasi Wisata Pantai Buntu Matabing pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Luwu”.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Luwu dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pada destinasi Pantai Buntu Matabing ?
2. Bagaimana efektivitas promosi wisata melalui media sosial pada destinasi wisata Pantai Buntu Matabing?

## **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Luwu dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pada destinasi Pantai Buntu Matabing
2. Untuk mengetahui efektivitas promosi wisata melalui media sosial pada destinasi wisata Pantai Buntu Matabing

## **Tinjauan Pustaka**

### **Strategi promosi**

Promosi merupakan variabel khusus pemasaran untuk menarik perhatian wisatawan potensial ke destinasi wisata tertentu dan menikmati bermacam-macam kegiatan yang dirancang dan dikelola dalam pariwisata. Dalam konteks bisnis promosi merupakan cara komunikasi untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau keunggulan objek wisata yang di tawarkan kepada calon wisatawan tentang produk atau jasa yang ditawarkan untuk memberitahukan atau menginformasikan dimana orang dapat melihat atau melakukan wisata ke objek tersebut dengan waktu dan tempat yang tepat.

### **Destinasi wisata**

Destinasi adalah tempat tujuan atau daerah tujuan wisata (Daryanto,1997) dalam kamus bahasa indonesia.

Wisata adalah perjalanan atau sebagai dari kegiatan tersebut dilakukan seara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek wisata (Fandeli,2007).

Destinasi wisata adalah suatu kawasan spesifik yang dipilih oleh seseorang pengunjung yang mana ia dapat tinggal dalam waktu tertentu (Hardinoto,2013)

### **Media sosial**

Mc Graw Hill Dictionary mengemukakan bahwa media sosial adalah sarana yang digunakan oleh orang – orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual. Tanpa disadari kehidupan kita sekarang tidak pernah lepas dari sosial media, seolah sosial media menjadi kebutuhan pokok bagi kita semua.

Ini terbukti dengan banyaknya ahli sosiolog dan ahli komunikasi marketing bahwa faktor terbesar yang mengubah kehidupan masyarakat dunia sekarang adalah sosial media. Fenomena ini serupa dengan Resolusi industri yang mendefinisikan ulang cara hidup manusia pada akhir abad ke 18, begitu

pula dengan sosial media yang merupakan fenomena luar biasa di awal abad ke 20 ini.

## **Pariwisata dan Wisatawan**

Pariwisata (*tourism*) adalah serangkaian kegiatan dan aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh manusia, baik perorangan maupun berkelompok, dari satu tempat ke tempat lain secara sementara dengan tujuan untuk mendapatkan keseimbangan, kedamaian, ketenangan, keserasian, dan kebahagiaan jiwa.

Banyaknya batasan mengenai apa yang di maksud dengan “wisatawan”. Di dalam instruksi Presiden Republik Indonesia No. 9 Tahun 1969 disebutkan bahwa : “Wisatawan (*Tourist*) adalah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungan itu”.

## **Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Luwu**

Kabupaten Luwu adalah sebuah kabupaten di Sulawesi Selatan yang dalam kurun waktu tiga tahun dimekarkan menjadi tiga daerah strategis, yaitu Kabupaten Luwu, Kabupaten Luwu Utara, yang kemudian dimekarkan lagi menjadi Kabupaten Luwu Timur dan Kota Palopo. Pemekaran ini turut menjadikan Kota Palopo selaku pemerintahan otonom Kota Palopo.

Melalui kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan atau yang disingkat Disparbud ini, berbagai urusan pemerintahan daerah terkait bidang pariwisata dan kebudayaan dilakukan, adapun tugas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan adalah sebagai pelaksana urusan pemerintah daerah pada bidang pariwisata dan pelestarian budaya di wilayah kerjanya. Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan ialah merumuskan kebijakan bidang pariwisata, kesenian, kebudayaan dan perfilman, penyelenggara pariwisata dan kebudayaan, pembinaan dan pembimbing pada pelaku pariwisata dan budaya di wilayah kerjanya, koordinator UPTD, sehingga pelaporan dan koordinasi urusan pariwisata dan budaya.

## **Teori *Pull and Push Factor***

*Pull Factor* merupakan faktor lingkungan yang menjadi penarik seseorang dalam berwisata. Untuk mempengaruhi minat wisatawan, suatu destinasi sebaiknya mampu memenuhi *needs* (kebutuhan) dan *wants* (keinginan) pada wisatawan, sehingga wisatawan akan melakukan perjalanan pada destinasi yang dilihatnya.

Sedangkan *push factor* (pendorong) yang merupakan motivasi dari diri seseorang. *Push factor* (pendorong) adalah faktor internal, motivasi jenis ini timbul dari dalam diri seseorang karena bersifat sosial-

psikologis. Banyak hal yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan perjalanan yang bersumber dalam dirinya sendiri.

### **Teori *Usesandgratification***

*Usesand gratification* adalah salah satu teori komunikasi dimana titik berat penelitian dilakukan pada pemirsa sebagai penentu pemilihan pesan dan media. Pemirsa dilihat sebagai individu yang aktif dan memiliki tujuan, mereka bertanggung jawab dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka, atau tidak menggunakan media dan memilih cara lain. Teori *usesand gratification* merupakan teori yang secara garis besar membahas mengenai pemahaman media dan juga dampak media bagi masyarakat.

### **METODOLOGI**

Tipe Penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif. Deskriptif Kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk membedakan suatu fenomena di lapangan. Metode Deskriptif Kualitatif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa penelitian. Deskriptif yaitu penelitian yang memasukkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan. Dikatakan Deskriptif karena bertujuan memperoleh pemaparan dan penjelasan yang objektif khususnya mengenai Strategi Promosi Destinasi Pantai Buntu Matabing pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Luwu melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian yaitu di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Luwu dan Destinasi Wisata Pantai Buntu Matabing. dan waktu Penelitian dilakukan selama kurang lebih 2 (dua) bulan, mulai Juni sampai Juli 2022.

## **Informan**

Informan Penelitian adalah Pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Luwu, penggiat wisata, dan warga

## **Jenis dan Sumber Data**

- a. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama . sumber data ini berupa responden atau subjek riset dari hasil wawancara dan observasi.
- b. Data sekunder Merupakan data yang digunakan peneliti untuk membantu dan mendukung data primer.

## **Teknik Pengumpulan Data**

- a. Observasi atau pengamatan secara langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan.
- b. Wawancara adalah *face to face interview* (wawancara berhadap-hadapan) dengan partisipan, terlibat dalam *focus group interview* (wawancara dalam kelompok tertentu) atau suatu bentuk komunikasi verbal. Jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi dengan topik penulisan.
- c. Dokumentasi adalah sekumpulan berkas yakni mencari data mengenai hal- hal berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, jurnal, majalah, agenda dan sebagainya. Dapat dipahami lagi bahwa metode dokumentasi dapat diartikan sebagai suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen atau foto yang ada dan tersimpan, baik itu berupa catatan transkrip, surat kabar, buku, dan sebagainya.

## **Teknik Analisis Data**

- a. Reduksi Data (*Data Reduction*) Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok,
- b. Penyajian Data (*Data Display*) Sajian data adalah suatu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan.
- c. Penarikan Kesimpulan merupakan bagian dari suatu kegiatan yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan yang juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti selama kurang lebih dua bulan sejak bulan juni hingga juli pada delapan informan dari pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Luwu dan warga sekitar objek wisata, dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu observasi langsung serta melakukan wawancara langsung terhadap informan. Berikut hasil penelitian yang diperoleh peneliti dari para informan.

### **1. Strategi Pelaksanaan Promosi Wisata**

Kabupaten Luwu memiliki berbagai objek wisata yang menarik untuk di kunjungi. Wisata di Kabupaten Luwu yang sangat beragam adalah salah satu alasan mengapa Kabupaten Luwu menarik untuk di kunjungi. Keanekaragaman wisatanya antara lain wisata sejarah, wisata alam, wisata buatan, wisata budaya dan wisata minat khusus. Pemerintah Daerah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melakukan berbagai langkah promosi wisata Pantai Buntu Matabing.

Kepala Bidang Pariwisata berusaha melakukan perencanaan promosi wisata dengan sangat seksama dan cermat dalam mempromosikan Wisata Pantai Buntu Matabing. Hal ini dibuktikan, sebelum melakukan kegiatan promosi pihaknya melakukan analisis SWOT. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Luwu juga berusaha profesional dalam membagi tugas-tugas (*job description*) promosi wisata ke para pegawai agar promosi dapat berhasil.

Media yang digunakan pada digunakan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Kabupaten Luwu yaitu sebagai berikut:

1. Media Cetak

Mediacetak yang digunakan adalah menerbitkan brosur, booklet yang di lengkapi dengan *calendar event* Selamasatu tahun, peta wisata serta informasi dari Dinas Kebudayaan dan pariwisata, Kabupaten Luwu yang di sampaikan melalui surat kabar.

2. Media Elektronik

Media elektronik yang digunakan adalah telephone, radio, dan internet yang memuat informasi seputar Kabupaten Luwu secara keseluruhan. Dinas Kebudayaan, dan Pariwisata, Kabupaten Luwu telah melakukan promosi wisata secara modern. Dinas telah memanfaatkan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) dalam mendukung tugas dan fungsinya. Hal tersebut tentu lebih efektif dan efisien dilakukan di era globalisasi seperti saat ini.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Kabupaten Luwu tidak bekerja sendiri mempromosikan potensi wisata khususnya wisata Pantai Matabing. Mereka bekerjasama dengan berbagai pihak baik instansi/lembaga pemerintah maupun swasta. Hal ini dilakukan agar wisata Pantai Matabing dapat terus berkembang.

## **2. Faktor Pendukung Kegiatan Promosi Wisata Pantai Buntu Matabing**

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Luwu Berhasil dipetakan beberapa hal penting. Dalam melakukan strategi promosi wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menemui beberapa factor pendukung. dukungan yang didapat pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah kerjasama antar dinas pariwisata se-Provinsi Sulawesi Selatan. Kerjasama ini dalam berbagai hal, bisa dalam bentuk pembuatan website pariwisata secara terpadu atau saling mempromosikan potensi wisata khususnya wisata Pantai Buntu Matabing. Tidak ketinggalan mereka juga bekerjasama mempromosikan pemerintah daerah di bidang Pariwisata.

factor lain yang mempermudah kegiatan promosi wisata Pantai Matabing adalah kalender atau jadwal kegiatan promosi yang sudah terjadwal dengan rapi dan baik. Hal ini menjadikan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Luwu mempunyai waktu

persiapan yang mencukupi. Sehingga kegiatan promosi yang dilakukan bisa berjalan efektif dan maksimal. Dengan adanya pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan kapasitas para pegiat wisata sangatlah membantu dalam melihat bagaimana seharusnya para pegiat wisata dalam mempromosikan wisata khususnya pada wisata Pantai Buntu Matabing.

### **3. Faktor Penghambat Kegiatan Promosi Wisata**

Dalam melaksanakan kegiatan promosi wisata Pantai Buntu Matabing, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Luwu juga menemui beberapa kendala yaitu berupa minimnya dana atau anggaran yang diperoleh daerah untuk kegiatan promosi wisata yang dilakukan dinas tidak berlangsung secara meriah. Hal tersebut membuat promosi wisata kurang bisa menarik para wisatawan. Dan sarana pendukung pengembangan wisata di Kabupaten Luwu juga masih minim. Hal ini tentu akan mengurangi kenyamanan para wisatawan yang berkunjung ke wisata Pantai Matabing. Masalah tidak berhenti sampai di situ, ketika wisatawan sudah berada di objek wisata masih di temui minimnya sarana dan prasarana pendukung. Hal ini mengakibatkan para wisatawan enggan berlama-lama berada di Pantai Buntu Matabing.

### **4. Langkah yang di Tempuh dalam Mengatasi Hambatan Promosi Wisata Pantai Buntu Matabing**

Hambatan-hambatan yang ditemui oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Luwu dalam melakukan kegiatan promosi wisata Pantai Buntu Matabing perlu adanya langkah penyelesaian agar tidak mengganggu program promosi wisata yang sebelumnya sudah ada. Langkah yang di tempuh untuk mengatasi masalah yang muncul dalam kegiatan promosi wisata Pantai Buntu Matabing adalah dengan cara terus membangun dan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang ada. Mereka duduk bersama mencari solusi penyelesaian. Hal ini terbukti cukup efektif. Dan adanya sinergitas antara pegiat wisata Pantai Buntu Matabing bersama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam mengatasi masalah yang timbul dalam melakukan promosi wisata Pantai Matabing sehingga terjadi peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung di tempat wisata Pantai Buntu Matabing, tentu dengan berbagai hal yang di lakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan serta pegiat wisata berinisiatif untuk melakukan kegiatan promosi dalam memajukan tingkat wisatawan yang datang berkunjung ke Pantai Buntu Matabing di rasa sangat efektif karena di lihat adanya peningkatan wisatawan yang datang berkunjung ke Pantai Buntu Matabing.

### **Penerapan Teori dalam Promosi Wisata**

Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan, dapat diketahui strategi promosi destinasi wisata pantai buntu matabing pada dinas kebudayaan dan pariwisata melalui media social dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Buntu Matabing terlebih dahulu melakukan analisis SWOT, yaitu *Strength* (kekuatan), *Weaknes* (kelemahan),

*Opportunities* (peluang), dan *Threatment* (ancaman). Diharapkan dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Luwu mampu menyusun rencana dalam memajukan dan mengembangkan pariwisata secara maksimal melalui media social. Analisis SWOT di fokuskan pada memprediksi sejauh mana sumber kekuatan dan kelemahan media social serta peluang dan ancaman yang timbul bagi pengembangan wisata melalui media social.

Dalam teori Pull and Push Factor factor lingkungan merupakan yang dapat memengaruhi minat wisatawan, sesuatu destinasi mampu memenuhi menjadi penarik seseorang dalam berwisata. Untuk memengaruhi minat wisatawan, suatu destinasi sebaiknya mampu memenuhi kebutuhan, keinginan pada wisatawan sehingga wisatawan dapat berkunjung, sejalan dengan itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memberikan pembinaan terhadap masyarakat sekitar Pantai Buntu Matabing dan juga para penggiat wisata mengenai new media serta mengenai media yang digunakan dalam mempromosikan objek wisata Pantai Buntu Matabing dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan promosi dengan pameran wisata bersama.

Dalam menjalankan promosi wisata melalui media social Dinas Kebudayaan dan pariwisata kabupaten Luwu mengalami beberapa kendala, yaitu objek wisata masih dalam tahap pengelolaan yang kurang baik, termasuk memperbaharui sarana dan fasilitas bagi wisatawan. Serta belum adanya bagian khusus yang menangani masalah promosi wisata Pantai Buntu Matabing itu sendiri dan juga terbatasnya dana yang di anggarkan sehingga belum dapat memaksimalkan promosi wisata secara besar-besaran di media sosial. Oleh karena itu dalam hal ini para penggiat wisata dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan harus tetap bekerja sama dalam membuat perencanaan promosi di media social, seperti mendokumentasikan di setiap agenda ataupun kegiatan yang berkaitan tentang pengembangan wisata Pantai Buntu Matabing.

Sedangkan faktor yang mendukung kegiatan promosi Dinas kebudayaan dan pariwisata di media social dalam mempromosikan wisata Pantai Buntu Matabing adalah dengan melakukan kerjasama yang baik antara penggiat wisata serta Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tingkat Provinsi dalam melakukan promosi di media social dan juga menyusun strategi untuk melakukan pameran yang terjadwal sehingga hal-hal yang dapat mendukung tumbuh kembang wisata Pantai Buntu Matabing agar bisa menjadi bahan promosi di media social dan juga hal-hal yang dapat mendukung pelaksanaan strategi promosi wisata Pantai Buntu Matabing di media social diharapkan dapat menjadi penentu keberhasilan dinas dalam menumbuh dan mengembangkan hubungan baik dengan publiknya.

Sedangkan faktor yang mendukung kegiatan promosi Dinas kebudayaan dan pariwisata di media social dalam mempromosikan wisata Pantai Buntu Matabing adalah dengan melakukan kerjasama yang baik antara penggiat wisata serta Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tingkat Provinsi dalam melakukan promosi di media social dan juga menyusun strategi untuk melakukan pameran yang terjadwal sehingga hal-hal yang dapat mendukung tumbuh kembang wisata Pantai Buntu Matabing agar bisa menjadi bahan promosi di media social dan juga hal-hal yang dapat mendukung pelaksanaan strategi promosi wisata Pantai Buntu Matabing di media social diharapkan dapat menjadi penentu keberhasilan dinas dalam menumbuh dan mengembangkan hubungan baik dengan publiknya.

Hal di atas juga sejalan dengan teori *Use and Gratification* yang mengatakan bahwasanya aktivitas media social sebagai pemuas kebutuhan social merupakan sebuah bukti nyata adanya keterkaitan dengan kebutuhan khalayak sebagai berikut :

1. Kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan penguasaan informasi mengenai pemahaman dan lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan dengan hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan dan memuaskan rasa keingintahuan kita.
2. Kebutuhan efektif yaitu berkaitan dengan penguasaan pengalaman-pengalaman yang estis menyenangkan emosional. Kebutuhan ini mengacu pada kegiatan atau segala sesuatu yang berkaitan dari segi perilaku yang menyenangkan.
3. Kebutuhan pribadi secara integratif yaitu kebutuhan ini berkaitan dengan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual yang diperoleh dari hasrat dan harga diri.
4. Kebutuhan sosial secara integratif yaitu berkaitan dengan penguasaan kontak bersama keluarga, teman dan dunia. Hal tersebut didasarkan pada hasrat berealisasi berkaitan.

Dengan berbagai cara yang di tempuh pemerintah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Luwu untuk mengatasi berbagai hambatan yang timbul. Jumlah kunjungan wisatawan terus mengalami peningkatan secara signifikan dari tahun ke tahun, setelah mengalami penurunan drastis pada tahun 2019.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

**Berdasarkan hasil penelitian peneliti menyimpulkan bahwa Strategi Promosi Destinasi Wisata Pantai Buntu Matabing Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Luwu sudah berjalan baik tapi belum optimal berikut kesimpulannya:**

1. Strategi promosi wisata pada Dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten luwu didasari dengan pemetaan masalah pariwisata yang berupa melihat kekuatan potensi wisata yang bisa di kembangkan, kemudian melihat kelemahan yang ada dan melihat peluang yang baik dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Kemudian solusi yang di tempuh tertuang dalam rencana strategis melalui pengembangan wisata dengan memperbaiki image wisata pantai matabingitu sendiri, sedangkan rencana strategi jangka pendek melalui rencana kerja yaitu pengembangan pemasaran pariwisata, pengembangan kemitraan dan rehabilitasi dan pemeliharaan objek wisata pantai matabing. Memacu pada kegiatan Rencana Srategis dan Rencana Kerja dalam mempromosikan wisata menggunakan alat atau media sosial. Dengan menggunakan media sosial sebagai media promosi dengan beberapa Rencana Strategi dan Rencana Kerja tersebut menghasilkan kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun terus meningkat.
2. Upaya untuk mengatasi hambatan kegiatan promosi wisata buntu pantai matabing dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Luwu adalah dengan menjalin kerjasama dengan para penggiat wisata serta, masyarakat yang ada di sekitaran tempat wisata agar selalu mengupdate kegiatan kegitan yang ada di tempat wisata.

## REFERENSI

### Buku

- Bulaeng, Andi. 2010. *Teori dan Manajemen Riset Komunikasi*. Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta.
- \_\_\_\_\_ 2015. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication) Pemasaran dan Brand Destinasi Edisi Pertama*. Jakarta.
- Direktorat Jenderal Pariwisata. 1985. *Pengantar Pariwisata di Indonesia*. Jakarta.
- Effendy, Onong. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung.
- Fandeli, Chafid. 2007. *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta.
- Hadinoto, Kusudianto. 2001. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta.
- Kusumayadi.dan Sugiarto, Endar. 2002. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta
- Majid, Abd. Rayudaswati Budi. 2013. *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi Yogyakarta* : Lentika Book.
- Marpaung, Happy. 2014. *Pengetahuan Kepariwisata*. Bandung .
- \_\_\_\_\_ 2016. *Buku Pintar Wisata Indonesia*. Bandung.
- Musanef.2010. *Manajemen Usaha Pariwisata Indonesia*. Jakarta
- Pitana, Gde. dan Diarta, Surya Ketut. 2008. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta
- Soetomo, Anton. 2013. *Buku Pintar dan Sadar Wisata Pendidikan Kepariwisata*. Solo
- Spillane, James J. 2002. *Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta.
- Suwanto, Gamal. 2006. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta
- Wahab, Salah. 2011. *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta
- Yoeti, Oka A. 2016. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung

## **Jurnal**

Andi Nur Azakiyah (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar) “Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Tanjung Bira Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba” Agustus 2013

Diannor Mayasari (Universitas Muhammadiyah Surakarta) “Strategi Promosi Pariwisata Pulau Dermawan (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Berau Kalimantan Timur dalam Upaya Menjadikan Pulau Dermawan sebagai Tujuan Wisata)” Desember 2014.

Ikhsan Fadillah (Universitas Muhammadiyah Makassar) “Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata di Provinsi Sulawesi Selatan” Juli 2020.

## **Sumber Lain**

<http://www.sman3cikarangutara.sch.id/read/4/strategi-komunikasi-pengertian-teknik-langkah-dan-hambatan>

<https://idalamat.com/alamat/25005/dinas-kebudayaan-dan-pariwisata-kabupaten-luwu>

<https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-pariwisata.html>

<https://www.gurupendidikan.co.id/pariwisata/>

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Strategi>

<https://direktoripariwisata.id/unit/5960>

<http://exploretourismm.blogspot.com/2018/10/push-pull-factor-in-tourism.html?m=1>

[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Teori\\_penggunaan\\_dan\\_pemenuhan\\_kepuasan](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Teori_penggunaan_dan_pemenuhan_kepuasan)