

**STRATEGI KOMUNIKASI POKDARWIS OBJEK WISATA UMBUL BESUKI  
POLANHARJO DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Jurusan Dakwah dan Komunikasi

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial



Oleh :

**Qorin Dururi Hamid**

**NIM. 18.12.11.185**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA  
2023**

Eny Susilowati, S.Sos., M. Si

**DOSEN FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

---

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Hal : Skripsi Sdri. Qorin Dururi Hamid

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas  
Said Surakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan  
seperlunya terhadap skripsi saudara :

Nama : Qorin Dururi Hamid

Nim : 181211185

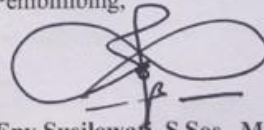
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI POKDARWIS OBJEK WISATA UMBUL  
BESUKI POLANHARJO DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
WISATAWAN

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui untuk diajukan  
pada sidang Munaqosyah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said  
Surakarta.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Surakarta, 3 November 2023

Pembimbing,



Eny Susilowati, S.Sos., M.Si

NIP. 19720428 200003 2 002

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**STRATEGI KOMUNIKASI POKDARWIS OBJEK WISATA UMBUL BESUKI**  
**POLANHARJO DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN**

Disusun Oleh

**Qorin Dururi Hamid**

**NIM 181211185**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Jurusan Dakwah dan Komunikasi

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

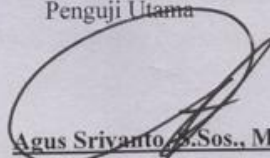
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Pada Hari Selasa, 05 Desember 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial


Surakarta, 13 Desember 2023

Penguji Utama

  
Agus Sriyanto, S.Sos., M.Si

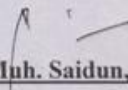
NIP. 19710619 200912 1001

Penguji II/Ketua Sidang

  
Eny Susilowati, S.Sos., M. Si

NIP. 19720428 200003 2 002


Penguji I/Sekretaris Sidang

  
Drs. H. Muh. Saidun, M.Ag

NIP. 19630802 199003 1001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

  
Dr. Kholilurrahman, M.Si

NIP.19741225 200501 1 005

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Qorin Dururi Hamid  
Nim : 181211185  
Tempat, Tanggal Lahir : Klaten, 23 Agustus 2000  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Jurusan : Dakwah dan Komunikasi  
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah  
Alamat : Puluhan RT 09 RW 04, Puluhan, Jatinom, Klaten 57481  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pokdarwis Objek Wisata Umbul  
Besuki Polanharjo Dalam Meningkatkan Jumlah  
Wisatawan

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri, jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Surakarta, 3 November 2023  
  
**Qorin Dururi Hamid**

NIM. 181211185

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, Puji syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan nikmat, rahmat serta karunia-Nya bersama ini saya telah selesai menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangan dan kelebihan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan keberkahan bagi orang lain. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Fachruddin Hamid yang selalu memberikan dukungan dan tanggung jawabnya kepada anak-anaknya. Dan kepada Ibu saya Isnaini Ida Susanti yang selalu memberikan motivasi dari hati dan selalu menjadi tempat saya untuk bercerita apapun.
2. Kepada adik-adik saya, Faiz Naja Al Hamid, Himman Nafi' Al Hamid dan Shifya Arumdauni Hamid yang selalu memberikan dukungan dalam mengerjakan skripsi saya.
3. Seluruh keluarga besar saya yang selalu memberikan motivasi, dukungan serta do'a.
4. Dan untuk diri saya sendiri yang dengan hebat dan keyakinan kuat dalam menyelesaikan skripsi ini.

## **HALAMAN MOTTO**

“Hadiah terbaik adalah apa yang kita miliki, takdir terbaik adalah apa yang sedang kita jalani. Hadiah dan takdir apapun itu, itulah yang terbaik dari apa yang sudah Allah takdirkan untuk kita”

-Ust. Agam Fahrul

## **ABSTRAK**

**QORIN DURURI HAMID. NIM (181211185). Strategi Komunikasi Pokdarwis Objek Wisata Umbul Besuki Polanharjo Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Jurusan Dakwah dan Komunikasi. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta 2023.**

Umbul Besuki merupakan objek wisata baru yang terletak di Desa wisata Ponggok tepatnya di Dukuh Kiringan, Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten sejak diresmikan pada bulan Desember 2019 namun pada awal tahun 2020 harus tutup karena pandem. Namun pada Juli 2020 Umbul Besuki mulai dipadati wisatawan. Hal ini tidak lepas dari peran Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan selaku pengelola objek wisata Umbul Besuki yang telah melakukan strategi komunikasi dalam mengelola objek wisata tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan melakukan strategi komunikasi mengelola objek wisata Umbul Besuki dalam meningkatkan jumlah wisatawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin dari narasumber dan perilaku yang diamati. Subjek pada penelitian ini adalah Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan, selaku pengelola objek wisata, serta objek penelitian ini adalah Umbul Besuki Polanharjo Klaten. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi dari Anwar Arifin yaitu tentang mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode dan seleksi dalam penggunaan media.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Pokdarwis objek wisata Umbul Besuki dalam meningkatkan jumlah wisatawan menggunakan seluruh teori strategi komunikasi Anwar Arifin yaitu, mengenal khalayak bahwa objek wisata ini dapat dinikmati untuk semua kalangan dari anak-anak sampai orang tua. Dalam penyusunan pesan yang terkait dengan pengelolaan objek wisata Umbul Besuki, pihak Pokdarwis dan pengelola menggunakan penyajian 2 jenis pesan, yaitu penyajian pesan secara verbal, dilakukan secara langsung kepada khalayak, yaitu berupa spanduk, selebaran dan brosur dan non verbal dilakukan menggunakan gesture atau mimik bentuk pesannya saat pengelola bertemu dengan seseorang di jalan atau dipasar. Berikutnya Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan telah melakukan penyampaian pesan secara informatif, edukatif dan persuasif, penyampaian pesan secara informatif kepada masyarakat akan mempermudah menerima pesan yang disampaikan oleh pihak Pokdarwis atau pengelola objek wisata. Secara edukatif dengan menjelaskan atau mengenalkan potensi yang dimiliki Dukuh Kiringan dan secara persuasif yaitu dengan mengajak secara langsung dan tidak langsung seperti menggunakan brosur, spanduk, selebaran dan mengajak kenalan berwisata. Yang terakhir seleksi dan penggunaan media. Sarana yang dilakukan Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan menggunakan media sosial, seperti instagram, facebook dan youtube.

**Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Pokdarwis, Wisata, Umbul Besuki**

## ABSTRACT

**QORIN DURURI HAMID. NIM (181211185). Communication Strategy of Pokdarwis Umbul Besuki Polanharjo Tourism Object in Increasing the Number of Tourists. Thesis Communication and Islamic Broadcasting Study Program. Department of Da'wah and Communication. Faculty of Ushuluddin and Da'wah. Raden Mas Said State Islamic University Surakarta 2023.**

Umbul Besuki is a new tourist attraction located in the Ponggok tourism village, precisely in Dukuh Kiringan, Ponggok, Polanharjo District, Klaten Regency since it was inaugurated in December 2019 but in early 2020 it had to close due to pandem. However, in July 2020 Umbul Besuki began to be crowded with tourists. This cannot be separated from the role of Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan as the manager of the Umbul Besuki tourist attraction which has carried out a communication strategy in managing the tourist attraction.

The purpose of this research is to find out the efforts of Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan to carry out a communication strategy to manage Umbul Besuki tourist attraction in increasing the number of tourists. This research uses a qualitative descriptive approach, intended to provide data that is as accurate as possible from sources and observed behavior. The subject of this research is Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan, as the manager of the tourist attraction, and the object of this research is Umbul Besuki Polanharjo Klaten. This research uses Anwar Arifin's communication strategy theory, which is about knowing the audience, compiling messages, determining methods and selection in the use of media.

The results of this study indicate that the Pokdarwis communication strategy of Umbul Besuki tourist attraction in increasing the number of tourists uses all of Anwar Arifin's communication strategy theory, namely, recognizing the audience that this tourist attraction can be enjoyed for all groups from children to parents. In preparing messages related to the management of Umbul Besuki tourist attraction, the Pokdarwis and managers use the presentation of 2 types of messages, namely the presentation of messages verbally, carried out directly to the audience, namely in the form of banners, leaflets and brochures and non-verbal is done using gesture or mimic the form of the message when the manager meets someone on the road or in the market. Next, Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan has delivered messages informatively, educationally and persuasively, delivering messages informatively to the public will make it easier to accept messages conveyed by Pokdarwis or tourism object managers. Educationally by explaining or introducing the potential of Dukuh Kiringan and persuasively by inviting directly and indirectly such as using brochures, banners, leaflets and inviting acquaintances to travel. The last is media selection and use. The means used by Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan uses social media, such as Instagram, Facebook and YouTube..

**Keywords: Communication Strategy, Pokdarwis, Tourism, Umbul Besuki**



## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah rabil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat taufi serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : “Strategi Komunikasi Pokdarwis Objek Wisata Umbul Besuki Polanharjo Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan” dengan baik. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri taulan terbaik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik atas dukungan, bantuan serta nasihat dari berbagai pihak. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program sarjana (S1) serta untuk mendapat gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Dakwah dan Komunikasi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Maka dari itu, izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Toto Suharto, S.Ag., M.Ag., selaku rektor UIN Raden Mas Sais Surakarta.
2. Dr. H. Kholilurrohman, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta.
3. Dr. Supandi, S.Ag., M.Ag. selaku Ketua Jurusan Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Mas Said Surakarta.
4. Joni Rusdiana S.Sos, M.I.Kom., selaku koordinator Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta.
5. Eny Susilowati, S.Sos., M.Si., selaku Dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan tenaga, pikiran dan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi penulis.

6. Agus Sriyanto, S. Sos., M. Si., selaku Dosen penguji utama dan Drs. H. Muh. Sai'dun. M. Ag., selaku Dosen penguji I, yang telah meluangkan tenaga, pikiran, waktu serta saran kritiknya untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan ilmu bagi penulis dan Staf Akademik FUD yang telah memberikan pelayanan serta bantuan kepada penulis.
8. Triyono selaku Ketua Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan beserta informan yang telah memberikann bantuan berupa informasi serta meluangkan waktunya untuk penelitian ini.
9. Kedua orang tua saya, Bapak Fachruddin Hamid, Ibu Isnaini Ida Susanti dan adik-adik saya tercinta. Dan juga keluarga besar saya atas segala pengorbanan, dukungan, kesabaran serta do'a terbaiknya demi kelancaran skripsi ini.
10. Teman-teman saya Seila Aisyah Hafiz, Salma Ulfa Nafi'ah, Nur Dzakiyah, Septarina 'aisyah Putri dan Hanif Rodhiyah yang selalu menemani penulis dari awal perkuliahan.
11. Semua rekan – rekan seperjuangan Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2018 UIN Raden Mas Said Surakarta yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
12. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dan do'a dalam penyusunan skripsi ini dari awal sampai selesai yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Terima kasih penulis ucapkan, atas dukungan, bimbingan, bantuan srta do'a semoga menjadi amal baik. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Surakarta, 3 November 2023

Qorin Dururi Hamid

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Pembatasan Masalah .....	9
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
A. Kajian Teori .....	11
1. Komunikasi .....	11
2. Strategi Komunikasi.....	18
3. Komunikasi Pariwisata .....	25
4. Pariwisata .....	26
5. Pokdarwis .....	32
6. Wisatawan .....	33
B. Tinjauan Pustaka .....	34
C. Kerangka Berpikir .....	37

BAB III METODE PENELITIAN .....	39
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	40
C. Pendekatan Penelitian.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data .....	43
F. Metode Keabsahan Data.....	44
G. Teknik Analisis Data .....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	48
A. Gambaran Umum Objek Wisata Umbul Besuki.....	48
B. Sajian Data.....	64
C. Analisis Data.....	75
BAB V PENUTUP .....	85
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	88
Lampiran .....	91
Daftar Riwayat Hidup .....	107

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Umbul Besuki.....	3
Gambar 2. Logo Objek Wisata Umbul Besuki.....	51
Gambar 3. Peta Lokasi Umbul Besuki.....	52
Gambar 4. Kolam Renang Anak-anak .....	53
Gambar 5. Kolam Renang Dewasa .....	53
Gambar 6. Kolam Renang Anak-anak .....	54
Gambar 7. Kolam Renang Kecil.....	54
Gambar 8. Menu di Tempat Makan.....	55
Gambar 9. Tersedia tempat untuk duduk dan bersantai.....	55
Gambar 10. Brosur Paket Outbond dan Camping Ground .....	57
Gambar 11. Wahana Flying Fox.....	58
Gambar 12. Spanduk Objek Wisata.....	69
Gambar 13. Akun Instagram Umbul Besuki .....	70
Gambar 14. Acara camping ground.....	72
Gambar 15. Akun Instagram, Facebook dan Youtube Umbul Besuki .....	74
Gambar 16. Wawancara dengan Bapak Sugeng.....	103
Gambar 17. Wawancara dengan pengurus Umbul Besuki.....	103
Gambar 18. Wawancara dengan Bapak Triyono selaku Ketua Pokdarwis.....	103
Gambar 19. Wawancara dengan Mutoharoh wisatawan Umbul Besuki .....	104
Gambar 20. Wawancara dengan Diah sebagai wisatawan Umbul Besuki.....	104

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Jumlah Wisatawan Umbul Besuki Tahun 2022 .....	5
Tabel 2. Kerangka Berpikir .....	38
Tabel 3. Durasi waktu penelitian .....	39
Tabel 4. Data Jumlah Wisatawan Umbul Besuki .....	65

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pariwisata telah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat di berbagai latar belakang tertentu tidak untuk kalangan tertentu. Beberapa orang melakukan kegiatan wisata untuk sekedar bersenang-senang, berpetualang, maupun bersantai. Selain itu orang juga melakukan kegiatan wisata untuk menghindari diri dari kesibukan sehari-hari dan kewajiban rutin, serta mendapatkan kesempatan memperoleh kebahagiaan dan kegembiraan (O Yoeti, 2008). Pariwisata juga dapat meningkatkan pertumbuhan industri pada aspek pariwisata dan juga memberikan dampak pada sektor lain seperti kerajinan rakyat, pertanian di sekitar lokasi pariwisata ataupun produk yang menunjang kegiatan pariwisata itu sendiri (Utami, 2020).

Setiap daerah di Indonesia memiliki banyak destinasi wisata yang menjadi salah satu ciri khas daerah tersebut. Dengan perkembangan pariwisata yang memberikan energi dan potensi yang sangat besar mampu membuat perubahan dalam kehidupan masyarakat. Seperti menurut Prof. Salah Wahab pariwisata merupakan kegiatan manusia yang dilakukan secara sadar yang setiap pelayanan didapatkan pada setiap orang secara bergantian di dalam suatu negara sendiri ataupun di luar negeri agar mendapatkan kepuasan yang beragam dan berbeda yang dirasakan setiap orang satu dengan orang lainnya (Novedha, 2019).



Sebagai negara yang mempunyai kekayaan alam yang kaya dengan berbagai macam sektor pariwisata baik dari wisata alam maupun wisata yang berkaitan dengan kearifan lokal, masyarakat menjadi salah satu tanda adanya desa-desa wisata tradisional. Sumber daya alam tersebut memberikan peluang yang besar bagi masyarakat untuk dijadikan sebagai potensi wisata. Potensi wisata lokal setiap daerah memiliki ciri dan khas masing-masing. Peluang tersebut dapat meningkatkan pengembangan industri wisata dan ekonomi daerah tersebut.

Kabupaten Klaten merupakan daerah di wilayah Jawa Tengah yang mempunyai keragaman potensi wisata dari segi pemandangan alam, seni, budaya dan adat tradisinya. Keragaman potensi kekayaan alam tersebut adalah sumber mata air. Salah satunya adalah umbul besuki yang terletak Dukuh Kiringan, Ponggok Kec. Polanharjo Kab. Klaten Jawa Tengah. Umbul ini juga tidak kalah saing dengan umbul lainnya seperti umbul ponggok dalam hal menarik minat wisatawan. Umbul Besuki ini adalah taman rekreasi air yang terletak di kawasan wisata Desa Ponggok. Wisata air ini dikembangkan sebagai ruang terbuka hijau yang masih alami dengan pemandangan asri pepohonan, sawah dan bukit yang khas pedesaan.

Terdapat sebuah tanggul yang dulunya masih berupa bebatuan yang tersusun alami. Kemudian pada tahun 2018 umbul besuki direnovasi dan mulai dikembangkan sebagai wisata air pada bulan Juli 2020. Sebelum menjadi umbul yang memiliki kedalaman kolam 1,5 meter ini umbul besuki hanya sebuah mata air yang mengalir kecil. Setelah berjalan 6 bulan mata air tersebut mulai membesar dan memiliki kedalaman air sekitar 1,5 meter. Kolam yang letaknya berada diperbukitan tersebut memiliki satu kolam untuk orang dewasa yang kedalaman 1,5 meter, tiga kolam untuk anak-anak dan kolam terapi ikan. Pemandangan alam yang berupa pepohonan jati dan sawah yang hijau membuat suasana saat berenang menjadi sejuk. Dengan kondisi alam dan halaman yang luas umbul besuki juga menawarkan kegiatan *outdoor* seperti *camping ground*, pendopo untuk pertemuan atau *wedding*, spot foto, *outbond*, *culinary* dan wahana bermain yaitu *flying fox* dan ATV. Selain kegiatan *outdoor*, fasilitas umum juga tersedia seperti, tempat parkir, mushola, toilet, gazebo dan tempat makan.



**Gambar 1. Umbul Besuki**

(Sumber : Data Primer 2023)

Umbul besuki memiliki potensi pengembangan menjadi ekowisata karena memiliki lahan yang luas, lingkungan yang masih alami dan mendapat dukungan baik dari pemerintah desa dan masyarakat sekitar. *ICUN (The World Conservation Union)* menjelaskan ekowisata sebagai suatu perjalanan yang memiliki tanggungjawab kepada lingkungan sebagai kunjungan tidak merusak kawasan alam untuk tujuan mengunjungi dan mengapresiasi alam (dan berbagai kegiatan yang terkait dengan budaya – dulu atau sekarang), mendukung konservasi, memiliki dampak negatif yang rendah terhadap wisatawan dan membawa manfaat sosial ekonomi serta menarik partisipasi masyarakat lokal dalam (Prof. Dr. Ir. Suhadi, 2022). Tak kalah dengan wisata air di daerah Polanharjo, Umbul Besuki pun semakin berkembang, mempunyai potensi lahan dan pemandangan yang lebih unggul dengan yang lainnya menjadikan daya tarik sendiri. Berbeda dengan daya tarik umbul yang juga berada di daerah Polanharjo yaitu, umbul ponggok dan umbul sigedang kapilaler. Umbul Ponggok yang berjarak 700 meter dari Umbul Besuki ini menyuguhkan pemandangan *underwater* atau di bawah air yang memberikan spot foto bagi wisatawan saat berenang. Sedangkan umbul sigedang kapilaler memiliki satu kolam renang untuk dewasa dan satu untuk anak-anak, dengan sumber mata air yang segar dan jernih.

Umbul besuki ini dikelola oleh Pokdarwis yang merupakan kelompok swakarsa dan swadaya yang dibentuk oleh, dari dan untuk masyarakat yang memiliki tujuan dalam peningkatan pengembangan pariwisata desa dan untuk mensukseskan pembangunan daerah. Pokdarwis ini membawahi beberapa Kelompok Kerja (Pokja) desa, dengan pembagian Rw setiap desa. Dan Umbul

Besuki ini termasuk dalam satuan kelompok kerja 4 Dukuh Kiringan. Umbul Besuki mulai dibuka dibawah pengawasan Pokdarwis pada Desember 2019 yang kemudian pada awal tahun 2020 harus tutup karena pandemi. Objek wisata ini dibuka kembali pada tahun 2021 sampai sekarang. Umbul Besuki dapat menampung kapasitas wisatawan sebanyak 300-400 orang, yang saat hari biasa dikunjungi sebanyak 50-200 orang wisatawan dan ketika akhir pekan dapat mencapai 300-700 wisatawan. Jumlah wisatawan dari tahun 2020 sampai 2023 meningkat secara signifikan dibandingkan saat awal mula dibuka. Adapun data jumlah wisatawan Umbul Besuki tahun 2023 ditunjukkan pada tabel berikut.

**Tabel 1. Jumlah Wisatawan Umbul Besuki Tahun 2023**

(Sumber : Manajemen Pengelola)

No	Bulan	Jumlah Wisatawan
1	Januari	5619
2	Februari	3466
3	Maret	4974
4	April	3760
5	Mei	5079
6	Juni	6957
7	Juli	8027
8	Agustus	7265

9	September	8840
Total		53987

Umbul besuki dahulunya hanya lah sumber mata air yang biasa digunakan masyarakat sekitar untuk irigasi dan kebutuhan sehari-hari sehingga untuk menuju umbul nya pun dengan jalan yang seadanya. Dengan bentuk tanah yang seperti tanggul dan menanjak jalan untuk menuju umbul besuki masih terbilang sulit dijangkau. Pada tahun 2016 pihak pengelola umbul besuki mulai memperbaiki akses jalan menuju umbul besuki agar memudahkan pengunjung yang datang. Tetapi disisi lain alat penunjuk arah menuju tempat wisata tersebut masih sedikit dijumpai. Pada jalan masuk pertama terdapat penunjuk arah, akan tetapi masih berbentuk kayu dengan ukuran kecil. Akses jalan menuju Umbul Besuki terhitung kecil dengan satu jalan keluar masuknya kendaraan. Untuk pengunjung yang menggunakan kendaraan berupa bis tidak dapat masuk sampai tempat parkir Umbul Besuki karena hanya kendaraan roda empat dan dua yang dapat dijangkau.

Umbul Pongkok sebagai objek wisata air pertama yang dikenal banyak orang memberikan keuntungan pada objek wisata mata air disekitarnya, seperti Umbul Besuki dan Umbul Sigedang-Kapilaler. Umbul Pongkok merupakan tempat wisata air yang menyajikan pemandangan bawah air sebagai daya tarik. Akses jalan wisata ini sangat mudah dijangkau karena berada pada jalan utama Delanggu-Pongkok. Dengan fasilitas yang menyediakan seperti alat untuk snorkeling, alat untuk menyelam dan banana boat menjadi salah satu keunggulan Umbul Pongkok. Akan tetapi pemandangan umbul pongkok ini berbeda dengan

Umbul Besuki yang menyajikan sejuknya pepohonan yang asri dan hijau, sementara Umbul Ponggok yang berseberangan dengan jalan hanya menyajikan pemandangan jalan yang padat dengan kendaraan.

Seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Umbul Besuki tersebut tentu membutuhkan penanganan dalam mengelola objek wisata air tersebut. Umbul Besuki yang berada di Dukuh Kiringan ini mulai dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata setempat pada tahun 2019. Kelompok Sadar Wisata Dukuh Kiringan diberi nama dengan Pokdarwis Wanua Tirta Pokja 4 Kiringan oleh masyarakat setempat. Pokdarwis adalah organisasi yang berada tingkat masyarakat yang anggotanya adalah para pelaku kepariwisataan yang memiliki tanggungjawab dan kepedulian serta berperan sebagai penggerak untuk mendukung terciptanya lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan dan perkembangan pariwisata serta prestasi Sapta Pesona dalam meningkatkan pembangunan daerah melalui pariwisata di sekitarnya (Ir. Firmansyah, 2012).

Dengan potensi wisata Umbul Besuki dalam menarik wisatawan tersebut membutuhkan suatu kontribusi dari kelompok masyarakat agar perkembangan pariwisata menjadi semakin pesat. Demikian bahwa objek wisata Umbul Besuki menjadi salah satu wisata yang belum lama berada di Kota Klaten maka membutuhkan strategi komunikasi untuk meningkatkan objek wisata lokal. Sebagai bentuk dijalankannya strategi Pemerintah Klaten untuk mengelola pengembangan wisata tersebut dengan melibatkan lembaga yang bergerak dibidang pariwisata yaitu Kelompok Sadar Wisata sebagai bentuk nyata dari Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata No. PM.04/UM.001/MKP/08.

Program pengembangan fasilitas untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan untuk menarik wisatawan yang dilakukan oleh Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan secara tidak langsung membantu dalam proses perkembangan wisata Umbul Besuki. Karena Umbul Besuki menjadi sektor pariwisata dan perekonomian warga Desa Kiringan. Fungsi Pokdarwis Desa Kiringan dalam pengembangan wisata yaitu manajemen organisasi Pokja 4 dalam melaksanakan kegiatan komunikasi, yang bertujuan untuk menciptakan pemahaman publik dan membangun kerja sama satu sama lain. Komunikasi menjadi salah satu hal terpenting dalam kehidupan sehari-hari manusia. Tanpa adanya komunikasi sebuah informasi tidak bisa disampaikan dengan baik. Dengan adanya pengaruh komunikasi yang dilakukan satu orang dengan yang lainnya menimbulkan suatu interaksi sosial. Komunikasi merupakan suatu timbal-balik, suatu bentuk simbolik yang mengharuskan individu untuk menyesuaikan sekitarnya dengan menjalin hubungan satu sama lain dengan berbagi informasi untuk memperkuat perilaku dan sikap orang lain dan dengan berusaha mengubah perilaku serta sikap tersebut (Cangara, 2007). Dalam proses komunikasi tersebut pihak pengelola objek wisata menggunakan media sosial, pamflet, dan menyebarkan lewat individu untuk mengenalkan Umbul Besuki kepada masyarakat luas.

Berkembangnya tempat wisata air di Klaten tidak membuat pesona Umbul Besuki surut. Dengan potensi yang dimiliki umbul besuki menjadikan salah satu keunggulan tersendiri untuk menarik minat wisatawan. Serta perlu dilakukannya pengelolaan wisata untuk meningkatkan perkembangan dari segi fasilitas, kebersihan dll. Oleh sebab itu, peneliti termotivasi melaksanakan penelitian

secara lebih mendalam. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pengelola Umbul Besuki yaitu Pokdarwis Desa Kiringan dalam meningkatkan jumlag wisatawan. Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan dan dari penelitian tentang strategi komunikasi pariwisata yang sejenis, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul: “Strategi Komunikasi Pokdarwis Objek Wisata Umbul Besuki Polanharjo Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan”

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, maka mendapatkan identifikasi masalah sebagai pedoman peneliti yaitu :

1. Jalan menuju kawasan wisata Umbul Besuki yang masih sempit.
2. Kurangnya penunjuk jalan menuju tempat wisata.
3. Bentuk kerjasama antara Pokdarwis dengan masyarakat sekitar masih lemah.
4. Terdapat kompetitor objek wisata air lainnya yang lebih lama.

## **C. Pembatasan Masalah**

Untuk memfokuskan penelitian agar tidak menyebarluas perlu adanya pembatasan masalah. Penelitian dibatasi pada strategi komunikasi pengelola objek wisata Umbul Besuki Polanharjo dalam meningkatkan jumlah wisatawan.

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah dengan : Bagaimana strategi komunikasi pengelola objek wisata Umbul Besuki Polanharjo dalam meningkatkan jumlah wisatawan.



### **E. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat ditarik sebuah tujuan dari penelitian ini adalah : Mengetahui strategi komunikasi pengelola objek wisata Umbul Besuki Polanharjo dalam meningkatkan jumlah wisatawan.

### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian dari penelitian ini yaitu :

#### **1. Manfaat Akademik**

- a. Bagi mahasiswa diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan wawasan baru mengenai strategi komunikasi organisasi pada objek wisata.
- b. Penulisan penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan dalam penelitian strategi komunikasi organisasi selanjutnya.

#### **2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dalam penelitian ini mampu menjadikan pemecah masalah dan memberikan solusi untuk pengelolaan objek wisata.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Komunikasi**

###### **a. Pengertian Komunikasi**

Dalam bahasa Inggris istilah komunikasi yaitu *communication* yang berasal dari kata Latin *communicato*, dan berawal dari kata *communis* yang memiliki arti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 2006).

Komunikasi merupakan suatu aktivitas yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi sangat mempengaruhi manusia yang berkaitan dengan manusia lainnya. Komunikasi adalah suatu timbal-balik, adalah suatu timbal-balik, suatu bentuk simbolik yang mengharuskan seseorang untuk menyesuaikan sekitarnya dengan menjalin hubungan satu sama lain dengan berbagi informasi untuk memperkuat perilaku dan sikap orang lain dan dengan berusaha mengubah perilaku serta sikap tersebut (Cangara, 2007).

(Suryanto, 2015) menjelaskan hakikat komunikasi adalah proses dari pernyataan pesan antar-manusia dalam bentuk isi gagasan, pikiran, ide dan perasaan seseorang kepada orang lain menggunakan bahasa sebagai media penyampaian pesan. Pada bahasa komunikasi, pernyataan dikenal dengan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan

dinamakan komunikator (*communicator*) dan orang yang menerima pesan disebut komunikan (*communicate*).

Seperti halnya menurut Everett M. Rogers & Lawrence Kincaid, menjelaskan bahwa komunikasi merupakan suatu proses antara satu orang atau lebih dalam melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang saat gilirannya terjadi memberikan pengertian yang dalam. Menurut Barnlund komunikasi dapat muncul akibat dorongan dari kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego (Fajar, 2009).

Dalam proses komunikasi terdapat unsur penting dalam berkomunikasi, manusia membutuhkan informasi yang akan disampaikan kepada lawan bicaranya agar informasi tersebut mendapatkan reaksi. Komunikasi antar manusia terjadi untuk saling berbagi pengalaman maupun pengetahuan oleh karena itu komunikasi bergantung pada penyampaian dan pemahaman satu dengan yang lainnya.

b. Proses Komunikasi

Komunikasi adalah tempat meneruskan pesan dari antar individu atau organisasi kepada individu lainnya. Dalam komunikasi terdapat proses yang terjadi agar komunikasi tersebut bisa berlangsung. Berikut proses berlangsungnya komunikasi menurut Harold Laswell dalam (Mulyana, 2008) :

- 1) Sumber atau komunikator adalah salah satu pihak yang menyampaikan atau yang memiliki kepentingan untuk berkomunikasi dengan maksud untuk menyebarkan suatu informasi kepada pihak lain.
- 2) Pesan adalah tujuan dan maksud yang disampaikan. Proses pesan dapat disampaikan dengan melalui media komunikasi atau bertatap muka langsung. Isi pesan dapat berupa informasi, nasihat, hiburan atau ilmu pengetahuan.
- 3) Saluran adalah media untuk menyampaikan pesan tersebut agar sampai kepada komunikan. Media tersebut merupakan sarana yang digunakan agar pesan sampai kepada penerima yang berupa panca indera ataupun media elektronik.
- 4) Penerima atau komunikan merupakan pihak penerima suatu pesan dari pihak lain. Penerima pesan berasal dari individu atau lebih dan dalam bentuk kelompok. Komunikan dalam berbagai istilah disebut dengan sasaran, penerima, khalayak dan *audience*. Penerima memiliki peran yang sangat penting pada proses komunikasi, karena penerima menjadi sasaran utama dalam komunikasi.
- 5) Efek adalah reaksi dari pesan yang telah diterima. Efek yang akan penerima rasakan dan dipikirkan akan memberikan pengaruh yang dapat diartikan dengan perubahan sikap dan tindakan penerima.

c. Fungsi Komunikasi

Dalam komunikasi terdapat beberapa fungsi, menurut Onong Uchjana dalam (Effendy, 2015) fungsi utama dalam kegiatan komunikasi ada empat, yaitu :

- 1) Menginformasikan (*to inform*)
- 2) Mendidik (*to educate*)
- 3) Menghibur (*to entertain*)
- 4) Mempengaruhi (*to influence*)

Menurut (Fajar, 2009) mengatakan bahwa suatu lembaga yang berorientasi sosial ataupun untuk komersial dalam komunikasi organisasi tersebut harus mengaitkan 4 fungsi komunikasi, yaitu :

- a) Fungsi informatif, yaitu kelompok bisa dianggap sebagai tempat pemrosesan pesan atau informasi. Dengan kata lain, setiap anggota organisasi diharapkan mendapatkan lebih banyak informasi dengan tepat waktu dan jelas.
- b) Fungsi regulatif, adalah fungsi yang memiliki kaitan pada berlakunya peraturan dalam suatu organisasi. Di organisasi berlaku dua hal yang memiliki pengaruh pada fungsi regulatif. *Pertama*, seseorang yang berada dalam tatanan manajemen yang mempunyai kekuasaan untuk mengarahkan setiap informasi. *Kedua*, berhubungan dengan informasi yang membutuhkan kepastian tentang boleh dan tidak boleh dikerjakan oleh anggota organisasi.

- c) Fungsi persuasif, merupakan fungsi yang dilakukan melalui pendekatan secara emosional. Pada organisasi kewenangan dan kekuasaan tidak selalu memberikan hasil yang diinginkan. Pemimpin organisasi yang lebih mempersuasif anggotanya daripada memberi perintah. Menghasilkan kepedulian yang lebih besar dikerjakan oleh anggotanya dibandingkan pemimpin yang sering menggunakan kewenangan dan kekuasaannya.
- d) Fungsi integratif, pada suatu organisasi untuk memungkinkan karyawannya bekerja dengan baik maka organisasi dapat menyediakan saluran komunikasi. Terdapat 2 saluran komunikasi yang bisa mencapai hal tersebut, yaitu saluran komunikasi resmi seperti publikasi terkhusus dalam kelompok (*bulletin, newsletter*) dan laporan kemajuan kelompok, serta saluran komunikasi informal seperti percakapan antar individu saat istirahat bekerja.

Adapun menurut komunikasi organisasi memiliki beberapa tujuan yaitu :

- 1) Menyampaikan informasi, komunikasi memiliki tujuan utama yaitu memberikan informasi dari sumber kepada individu atau organisasi tertentu.
- 2) Umpan balik , dalam suatu organisasi umpan balik memberikan proses pengambilan langkah penyesuaian atau perbaikan yang digunakan untuk memberikan motivasi kepada anggota.

- 3) Pengendalian, yaitu suatu informasi disampaikan agar proses dalam pelaksanaan kegiatan dan rencana kerja sesuai dengan tujuan awal.
- 4) Pengaruh, yaitu informasi menjadi suatu kekuasaan. Komunikasi memberikan pengaruh yang dapat mempengaruhi seseorang.
- 5) Memecahkan masalah, yaitu komunikasi bertujuan untuk memecahkan masalah.
- 6) Pengambil keputusan, yaitu untuk mencapai keputusan komunikasi dilakukan agar terjadi pertukaran pendapat, informasi dan alternatif yang menguntungkan atau tidak menguntungkan.
- 7) Mempermudah perubahan, yaitu perubahan yang dibutuhkan organisasi, sebagian bergantung pada spontanitas dan kejelasan komunikasi.
- 8) Pembentukan kelompok, yaitu khususnya komunikasi membantu menjalin komunikasi antar individu atau kelompok.
- 9) Menjaga pintu, yaitu komunikasi dapat membantu dalam membangun hubungan dengan organisasi luar.

d. Media Komunikasi

Era globalisasi media komunikasi berkembang dengan sangat pesat, perkembangan tersebut memberikan akses yang memudahkan setiap orang untuk mendapatkan informasi secara mudah. Di era globalisasi komunikasi tidak bisa lepas dari media komunikasi yang digunakan. Media yang digunakan tersebut adalah :

1) Media masa atau *pers*

Pers merupakan organisasi atau lembaga yang menyebarkan suatu berita dalam bentuk jurnalistik kepada khalayak. Karya jurnalistik tersebut yaitu, surat kabar atau koran. Beberapa ciri dari surat kabar adalah *publisitas*, adalah penyebaran yang ditujukan kepada khalayak umum tidak dan bukan untuk golongan atau organisasi tertentu. *Periodositas*, adalah terbitnya surat kabar yang bersifat terjadwal, bisa sehari satu kali, sehari dua kali ataupun sekali atau seminggu dua kali. *Universalitas*, adalah informasi yang berisi secara lengkap, beragam, tidak spesifik pada bidang tertentu. *Akualitas*, adalah kecepatan menyampaikan berita tanpa memperhatikan pentingnya kebenaran (Effendy, 1993).

2) Radio

Radio siaran dengan kata lain yaitu *broadcast*, radio tidak mengenal gangguan dan jarak. Daya tarik dari radio siaran yaitu disebabkan pada : musik, suara dan kata-kata. Dengan ukuran radio yang kecil dapat memberikan hiburan dan pendidikan yang dapat dilakukan sambil duduk, bersantai dan bekerja (Effendy, 1993).

3) Televisi

Televisi merupakan satuan antara suara dan gambar. Televisi memiliki daya tarik melebihi radio dikarenakan televisi tidak hanya memiliki tiga unsur dalam radio, tapi televisi memiliki unsur gambar atau *visual* yang memberikan kesan tersendiri bagi penonton (Effendy, 1993).



#### 4) Internet

Internet merupakan media yang sangat diminati dan sangat banyak digunakan oleh masyarakat. Internet adalah jaringan global dari komputer yang terintegrasi dan menyediakan berupa pesan, gambar, video, file dan deretan cara berkomunikasi. Fasilitas yang tersedia pada internet diantaranya, media sosial seperti, youtube, instagram, facebook, twitter, e-mail dan lain sebagainya (Ivancevich, 2007).

## 2. Strategi Komunikasi

### a. Pengertian Strategi

Strategi merupakan kata dari bahasa Yunani *strategia*, yang berasal dari *stratos* = militer dan *ag* = memimpin yang berarti seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal (Fandy, 2008)

Secara umum strategi memiliki arti usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk membuat suatu program guna mencapai suatu tujuan. Sesungguhnya strategi adalah suatu keputusan secara menyeluruh yang bersyarat mengenai tindakan yang akan diambil untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, membangun strategi komunikasi berarti mempertimbangkan kondisi, situasi yang dihadapi dan kondisi yang mungkin timbul di masa depan dalam mencapai efektivitas (Anwar, 1984).

Strategi juga merupakan suatu cara atau teknik melaksanakan komunikasi agar dapat mencapai sasaran yang sudah kita tetapkan. Jika komunikator ingin mencapai tujuan yang dimaksudkan, ia akan melaksanakan tugas-tugas tertentu dan mempercepat, memperlambat,

menciptakan efisiensi atau ketidakefektifan, mendorong atau menghambat tercapainya tujuan maka komunikator menentukan strategi komunikasi (Liliweri, 2011).

b. Pengertian Strategi Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Hal penting dalam komunikasi tidak terbatas kepada komunikasi antar individu tapi juga pada komunikasi organisasi. Dengan komunikasi yang baik, suatu organisasi akan berjalan dengan baik dan berhasil. Komunikasi dalam organisasi adalah salah satu hal penting. Sehingga komunikasi perlu dibangun dengan baik agar hubungan baik dapat tercipta. Karena komunikasi sendiri adalah kunci utama dalam proses pertukaran informasi.

Strategi Komunikasi adalah salah satu cara untuk mengatur pelaksanaan suatu proses komunikasi untuk mencapai suatu tujuan, mulai dari perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*implementation*), dan evaluasi (*evaluation*). Strategi dalam komunikasi merupakan aspek penting yang harus ada dalam proses akselerasi dan kelanjutan suatu program pembangunan pada pemasaran (Haris, 2016). Menurut (Effendy, 2015) komunikasi dianggap berhasil tidaknya ditentukan oleh bagaimana strategi komunikasinya oleh karena itu setiap perkembangan bidang sangat membutuhkan strategi komunikasi.

Middleton mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah perpaduan terbaik dari komponen komunikasi, dari komunikator,

informasi atau pesan, media atau saluran, komunikan atau penerima, hingga pengaruh atau efek yang direncanakan agar mencapai sasaran komunikasi yang baik (Cangara, 2013).

Anwar Arifin (194: 10) dalam bukunya Strategi Komunikasi mengatakan bahwa “sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai efektivitas, menyusun strategi komunikasi berarti mempertimbangkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi saat ini dan yang mungkin dihadapi di masa mendatang.

Teori yang dianggap ahli sebagai yang terbaik untuk mendukung strategi komunikasi adalah dari (Harold D. Lasswell, 2009). Dengan kata lain, metode terbaik untuk mendeskripsikan aktivitas komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan, "*Who says What In Which Channel To whom With What Effect?*" komponen komunikasi yang secara fungsional berkorelasi dengan paradigma Lasswell adalah jawaban atas pertanyaan yang diajukan

- 1) *Who* (Komunikator)

Komunikator adalah orang yang mengirim pesan dan yang menjadi asal informasi. Saat komunikan memahami dan memperhatikan pesan komunikator secara menyeluruh, tujuan komunikasi akan tercapai. Kredibilitas komunikator adalah

komponen penting yang berpengaruh pada efektivitas komunikasi.

2) *Says What* (Pesan)

Pesan merupakan sesuatu yang disampaikan atau dikirimkan secara langsung atau tidak langsung dan bersifat verbal maupun non verbal.

3) *In Which Channel* (Media yang digunakan)

Media menjadi alat yang berperan dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikator harus pandai dalam memilih media yang tepat sesuai keadaan dalam menyampaikan pesan.

4) *To whom* (Komunikan)

Komunikan adalah sekelompok individu atau individu yang berperan dalam menerima pesan. Dengan ini seorang komunikator harus memahami komunikan yang berinteraksi untuk mendapatkan hasil yang memuaskan dari pesan yang diutarakan.

5) *With what Effect* (Efek)

Efek adalah reaksi, tanggapan atau respon komunikan terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dengan artian lain efek dapat diartikan sebagai akibat dari proses komunikasi.

Dalam penelitian ini teori dalam strategi komunikasi yang tepat adalah menggunakan teori Anwar Arifin. Penggunaan strategi komunikasi perlu dijelaskan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam mencapai tujuan. Menurut Anwar Arifin, ada beberapa langkah yang digunakan untuk membuat strategi komunikasi yang efektif. yaitu:

a) Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator agar komunikasi berjalan dengan efektif. Khalayak bersifat aktif bukan pasif sehingga antara komunikator dan komunikan dapat saling mempengaruhi satu sama lain. Dengan artian komunikator dapat dipengaruhi oleh komunikan dan khalayak juga dapat dipengaruhi oleh komunikator.

b) Menyusun Pesan

Langkah kedua setelah mengenal khalayak adalah menyusun pesan yang dapat menarik perhatian para khalayak. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak ialah mampu membangkitkan perhatian. Mendapatkan perhatian dari khalayak terhadap pesan yang diutarakan merupakan salah satu bentuk efektivitas dalam komunikasi.

c) Menetapkan Metode

Selain isi pesan yang disesuaikan dengan khalayak, cara sasaran menyampaikan pesan juga memengaruhi efektivitas

komunikasi. Metode penyampaian dapat dilihat dari dua perspektif. Yang pertama adalah bagaimana ia dilaksanakan, yaitu dengan melepaskan perhatian dari isi pesan. Yang kedua adalah bagaimana isi pesan, komunikasi dilihat dari perspektif pernyataan atau pesan yang mengandung maksud tertentu.

d) Seleksi dan Penggunaan Media

Seperti halnya dalam menyusun pesan komunikasi yang ingin dipermudah, komunikator harus selektif dalam menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, maka dalam penggunaan media pun harus demikian. Sama seperti dalam menyusun pesan komunikasi yang ingin lancar maka komunikator harus selektif dalam menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak.

c. Fungsi Strategi Komunikasi

Dalam upaya merencanakan pengelolaan tempat sangat membutuhkan perencanaan yang matang, agar rencana tersebut berhasil maka sangat ditentukan dengan strategi komunikasi. Menurut (Effendy, 2015) strategi komunikasi memiliki fungsi ganda, yaitu:

- 1) Menyebarkan pesan komunikasi bersifat yang informatif, persuasif, dan intruksi secara sistematis kepada sasaran untuk mencapai hasil yang optimal.
- 2) Fenomena menjembatani, yaitu kondisi yang terjadi karena media yang begitu ampuh mudah diperoleh dan dioperasionalkan, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai yang dibangun.

Dengan fungsi strategi pemasaran terus maka fokus dari masalah tersebut pada kinerja sebuah organisasi. Adapun proses strategi komunikasi memiliki 4 tahap, yaitu analisis situasi strategi, penyusunan strategi, pengembangan program dan menjalankan strategi.

d. Manfaat Strategi Komunikasi

Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam (Effendy, 1984) mengatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 3 tujuan, yaitu :

- 1) *To secure understanding* yaitu untuk menjamin pemahaman, atau memastikan bahwa komunikan memahami pesan yang diterimanya. Untuk menghindari kesalahpahaman antara informasi yang diberikan dan yang diterima pembaca, menurut penelitian ini penulis harus mampu membuat pembaca benar-benar memahami apa yang mereka katakan.
- 2) *To establish acceptance* yaitu pembaca dapat menerima dan memahami informasi yang telah diberikan, maka penerimanya harus dibina. Agar tercipta hubungan yang baik antara keduanya, pembaca dan peneliti harus terus berkomunikasi satu sama lain. Jika penulis senang berinteraksi dengan pembaca, maka pembaca akan sering melihat penelitian ini.
- 3) *To motivate action* yaitu kegiatan yang dimotivasi. Peran komunikasi harus saling memotivasi untuk berkomunikasi dengan baik.

### **3. Komunikasi Pariwisata**

Komunikasi pariwisata erat hubungannya dengan kegiatan satu orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan kepada wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata yang memiliki tujuan dan maksud tertentu. Menurut (Bungin, 2017), komunikasi pariwisata adalah bentuk aktivitas manusia dalam memberikan informasi mengenai perjalanan ke suatu lokasi atau objek wisata yang akan didatangi oleh wisatawan dengan menikmati objek wisata lainnya, agar wisatawan mengetahui objek yang akan dikunjunginya dan tertarik untuk mendatangi tempat tersebut.

Komunikasi memiliki peran yang penting dalam aspek maupun komponen pada pariwisata. Komunikasi memberikan kemudahan pada penyebaran informasi dan membantu dalam pemasaran pariwisata baik di media komunikasi ataupun konten komunikasi. Media komunikasi tersebut dapat berasal dari saluran pemasaran, organisasi pariwisata dan saluran media SDM. Pada konten komunikasi berperan dalam menyiapkan pesan yang akan disampaikan kepada wisatawan tentang informasi destinasi, akses terhadap sumber daya manusia dan organisasi pariwisata.

Menurut ramesh (2015) dalam (Bungin, 2017) , komponen penting dalam pariwisata adalah :

- 1) Akomodasi
- 2) Akseibilitas
- 3) Fasilitas
- 4) Atraksi



#### (5) Aktivitas

Sedangkan menurut John Paul (2015) komponen yang utama pada pariwisata adalah:

- 1) Aksesibilitas
- 2) Akomodasi
- 3) Atraksi

Dengan begitu, komunikasi memiliki peran penting dalam bidang pariwisata, baik pada elemen ataupun aspek komponen pariwisata. Sehingga apabila semua aspek tersebut dilaksanakan maka pariwisata tidak akan menjadi sarana rekreasi saja, dapat menjadi sarana untuk menghilangkan tekanan dan melepaskan penat kehidupan sehari-hari.

#### **4. Pariwisata**

##### a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa sansekerta, yang bukanlah dari kata *tourisme* (bahasa belanda) atau *tourism* (bahasa inggris), kata pariwisata dalam pengertian menurut (Oka Yoeti, 1996) yaitu sinonim dengan pengertian “*tour*”. Pendapat ini berdasarkan pemikiran bahwa kata pariwisata terdiri dari dua suku kata, yaitu “*pari*” dan “*wisata*”. *Pari* yang memiliki arti banyak, lengkap, berkali-kali dan berputar-putar. Sedangkan *wisata* berarti perjalanan dan berpergian. Jadi, pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari satu tempat ke tempat lainnya.

Menurut (Spillane, 1987) pariwisata merupakan aktivitas melakukan perjalanan dengan tujuan rekreasi, kepuasan, perbaikan kesehatan, menemukan sesuatu, menikmati olahraga atau pemulihan, menyelesaikan tugas, berziarah dan hal lainnya.

Pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih menuju suatu tempat karena didorong berbagai kepentingan seperti sosial, ekonomi, kebudayaan, kesehatan, agama dan menambah pengalaman. Pariwisata memberikan dampak yang baik dalam segi ekonomi dan pengembangan objek wisata di setiap daerah wisata. Hal ini tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pendapatan nasional, meningkatkan kesejahteraan dan kesejahteraan rakyat, memperluas dan pemeratakan peluang usaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, dan menumbuhkan rasa cinta tanah air dan persahabatan antar bangsa. Perkembangan pariwisata juga mempercepat dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Jogloabang, 2019).

Menurut (Bakarudin, 2009) Pariwisata adalah Pariwisata adalah suatu perjalanan singkat yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan semata-mata untuk rekreasi, pertamasyaan, atau untuk memenuhi keinginan yang beragam. Tujuan dari perjalanan ini bukan untuk bekerja dan mencari nafkah di sana atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragaman.

Menurut World Tourism Organization (WTO), pariwisata didefinisikan sebagai kegiatan seseorang yang berpergian atau untuk tinggal pada suatu tempat di luar lingkungan yang biasa dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus-menerus untuk kesenangan, bisnis atau tujuan lainnya (Pitana, I Gde, Diarta, 2009).

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata dapat terbentuk apabila terdapat pelaku wisata yang memiliki motivasi untuk melakukan perjalanan, keberadaan objek wisata, ketersediaan infrastruktur, dan promosi dan pemasaran objek wisata. Seperti dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh pengusaha, masyarakat dan pemerintah daerah.

b. Jenis-jenis Pariwisata

Menurut (Pendit, 2004), terdapat beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, yaitu :

- 1) Wisata budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan dengan tujuan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan melakukan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri dengan tujuan mempelajari keadaan orang lain, kebudayaan, adat istiadat, cara hidup, kebiasaan, dan seni mereka.

- 2) Wisata kesehatan, yaitu perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan beristirahat secara fisik dan mental dengan mengubah keadaan dan lingkungan tempat tinggal mereka .
- 3) Wisata olahraga, yaitu perjalanan wisatawan yang bermaksud untuk berolahraga di tempat wisata
- 4) Wisata komersial, yaitu mengunjungi pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran dagang atau industri.
- 5) Wisata industri, yang merupakan perjalanan yang biasanya dilakukan oleh rombongan pelajar, pelajar, atau orang awam ke suatu industri kompleks untuk pengamatan atau penelitian.
- 6) Wisata bahari, yaitu wisata yang berkaitan dengan pantai, sungai atau danau.
- 7) Wisata Cagar Alam, yaitu Wisata Cagar Alam, yaitu wisata yang diatur oleh agen perjalanan ke taman lindung, hutan, atau tempat cagar alam yang dilindungi oleh undang-undang.

Menurut (Ridwan, 2020), Perjalanan harus memenuhi tiga persyaratan untuk dianggap sebagai perjalanan wisata:

- a) Harus sementara
- b) Harus sukarela
- c) Harus tidak bekerja yang menghasilkan uang.

c. Daya Tarik Pariwisata

Daya tarik pariwisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik wisata atau *tourist attraction*, istilah yang lebih sering digunakan

yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk berkunjung ke suatu daerah tertentu (Oka Yoeti, 1985).

Menurut (Damanik, Janianton, 2006) daya tarik wisata diartikan sebagai objek wisata (baik yang bersifat nyata atau tidak nyata) yang memberikan kebahagiaan kepada wisatawan.

Dengan demikian daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mendorong pengunjung untuk berkunjung, baik yang dapat dilihat maupun yang tidak dapat dilihat.

Fandeli, (1995) menyatakan daya tarik pariwisata dapat dibedakan menjadi 3 kategori, yaitu:

- 1) Daya tarik alam adalah tujuan wisata dengan mengunjungi wisata yang memiliki keunikan daya tarik pada alamnya, seperti gunung, hutan, air terjun, laut dan objek wisata lain yang alami.
- 2) Daya tarik budaya adalah wisata yang dilakukan dengan mengunjungi tempat yang memiliki kekhasan dan keunikan budaya, seperti desa adat, keraton jawa dan objek wisata lainnya.
- 3) Daya tarik minat khusus adalah wisata yang dilakukan dengan mengunjungi lokasi berdasarkan minat wisatawan, seperti kuliner, mata air, olahraga, dan wisata lainnya.

d. Tujuan dan Manfaat Pariwisata

Pariwisata menjadi sektor unggulan diberbagai negara dan daerah di Indonesia. Jika sumber daya pariwisata yang luas dikembangkan dengan baik, maka akan menjadi daya tarik tersendiri bagi industri

pariwisata dan menarik wisatawan.. Seseorang yang melakukan perjalanan wisata pasti memiliki tujuan yang akan dicapai, berikut tujuan dari kegiatan wisata:

- 1) Untuk kebutuhan berlibur atau rekreasi, dengan menghabiskan waktu senggang yang ada sehingga bermanfaat bagi kesehatan jiwa dan memberikan pengalaman serta pengetahuan.
- 2) Untuk kebutuhan bisnis atau usaha. Perjalanan wisata yang bertujuan menjalankan pekerjaan dinas atau untuk berbisnis dengan orang lain.

Adapun manfaat sektor pariwisata berdasarkan Undang-undang Nomor 10 tahun 2009, yaitu:

- a) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- b) Meningkatkan kesejahteraan rakyat
- c) Menjaga sumber daya, alam dan lingkungan
- d) Memajukan kebudayaan
- e) menumbuhkan rasa nasionalisme
- f) Mengangkat citra bangsa
- g) Mencegah kemiskinan
- h) Menyelesaikan masalah pengangguran
- i) Menjaga identitas diri dan kesatuan bangsa
- j) Meningkatkan persahabatan antar bangsa

## 5. Pokdarwis

### a. Pengertian Pokdarwis

Kelompok Sadar Wisata atau Pokdarwis adalah lembaga di tingkat masyarakat yang terdiri dari para pelaku kepariwisataan yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab serta berperan sebagai penggerak dalam menciptakan iklim yang kondusif untuk pertumbuhan dan perkembangan kepariwisataan, yang menghasilkan Sapta Pesona yang meningkatkan pembangunan daerah melalui kepariwisataan dan manfaatnya bagi masyarakat sekitar. (Genny Gustina Sari, 2019).

Definisi organisasi menurut Ernest Dale dalam (Subkhi, Akhmad dan Jauhar, 2013) organisasi adalah suatu proses perencanaan yang meliputi pemeliharaan, penyusunan dan pengembangan pola atau struktur hubungan kerja dari orang-orang dalam kelompok kerja.

### b. Tujuan Pokdarwis

Menurut (Genny Gustina Sari, 2019) tujuan dibentuknya organisasi Pokdarwis dikelompok masyarakat adalah:

- 1) Untuk mengembangkan organisasi masyarakat yang berperan sebagai motivator dan komunikator untuk meningkatkan perhatian masyarakat terhadap destinasi pariwisata.
- 2) Meningkatkan posisi masyarakat dan peran mereka sebagai pelaku utama dalam pembangunan kepariwisataan dan memiliki kemampuan untuk bekerja sama dengan pemangku kepentingan lain untuk meningkatkan perkembangan pariwisata.

- 3) Mengimplementasikan nilai-nilai Sapta Pesona untuk mendorong pertumbuhan kepariwisataan di wilayah tersebut dan menumbuhkan sikap dan dukungan positif masyarakat sebagai tuan rumah.
- 4) Memperkenalkan, melestarikan dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata.

## **6. Wisatawan**

### **a. Pengertian Wisatawan**

Menurut Undang-undang nomor 10 tahun 2009, wisatawan adalah sekumpulan orang atau individu yang melakukan kegiatan wisata. Pengertian lainnya wisatawan juga merupakan orang yang berkunjung ke suatu tempat atau negara, yang biasanya disebut sebagai pengunjung atau visitor, dan terdiri dari berbagai orang dengan berbagai alasan untuk berkunjung, termasuk Oleh karena itu, tidak semua orang yang datang adalah wisatawan. Wisatawan juga dapat didefinisikan sebagai sekelompok orang yang sedang berlibur atau tidak bekerja dan secara sukarela mengunjungi tempat lain untuk mendapatkan sesuatu yang menarik Smith dalam (Kusumaningrum, 2009).

Menurut G.A Schmoll dalam (Oka Yoeti, 1983) wisatawan merupakan orang atau kelompok yang memiliki rencana serta kemampuan dalam daya belinya untuk bepergian untuk rekreasi dan liburan.

Wisatawan dari sisi perilakunya dapat dilihat melalui tiga aspek (Pitana, I Gde, Diarta, 2009). Aspek tersebut adalah:



- 1) Melakukan perjalanan yang jauh dari tempat tinggalnya sehari-hari.
- 2) Perjalanan tersebut dilakukan paling satu malam tetapi tidak secara permanen.
- 3) Dilakukan saat tidak bekerja atau mengerjakan tugas rutin lainnya, tetapi dalam rangka mencari pengalaman mengesankan dari interaksi dengan beberapa aspek tempat yang dipilih untuk dikunjungi.

Perbedaan wisatawan dengan pengunjung menurut World Tourism Organization (WTO) yaitu, Pengunjung adalah orang yang memiliki hubungan ke negara lain dan tinggal di sana untuk melakukan pekerjaan yang diberikan oleh negara tersebut. Sedangkan wisatawan adalah siapa pun yang tinggal di negara lain tanpa memandang kewarganegaraannya berkunjung ke negara yang sama dalam waktu lebih dari 24 jam dengan tujuan menghabiskan waktu untuk liburan, pendidikan, olahraga, kesehatan, keagamaan atau untuk melakukan bisnis dan mengunjungi keluarga.

## **B. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka atau penelitian sebelumnya bertujuan untuk menjelaskan hasil pembacaan dari buku ilmiah dan hasil penelitian yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti. Tujuan tinjauan pustaka memastikan bahwa materi yang dipelajari belum pernah ada diteliti oleh peneliti lain. Dan pokok pembahasan masalah yang akan diteliti berkaitan dengan beberapa teori yang ada.

Penelitian pertama dari skripsi atas nama Himatus Zakiyah (2020), mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negri Tulungagung dengan judul “Peran Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Dalam Mengembangkan Wisata Banyu Lumut Desa Tegaren Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek.” Skripsi tersebut menggunakan jenis penelitian pendekatan kualitatif deskriptif. Dalam melakukan pengumpulan data penelitian tersebut melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Skripsi ini mempunyai kesamaan yaitu membahas tentang strategi komunikasi pokdarwis dalam mengelola objek wisata, pendekatan kualitatif dan teknik pengumpulan data. Tetapi yang membedakan dengan penelitian penulis adalah subjek dan objeknya.

Penelitian kedua dari skripsi Arief Putra Ramadhan (2020) mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Universitas Islam Negri Surakarta dengan judul “Strategi Komunikasi BUMDES Gumbregah Gununggajah Dalam Mengelola Objek Wisata Bukit Cinta Watu Prah (BCWP) Bayat Klaten”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu terletak pada konsep penelitian terkait dengan strategi komunikasi organisasi, jenis penelitian yang menggunakan deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada permasalahan penelitian subjek, objek dan lokasi penelitian.

Penelitian yang ketiga adalah skripsi dari Dinda Vionika (2020) mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”. Dengan judul Skripsi “Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Pokdarwis Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti terletak pada konsep penelitian yaitu strategi

komunikasi dan objek masalahnya yaitu pokdarwis. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT. Perbedaannya terletak pada subjek, objek dan metode penelitian. Dari hasil yang didapatkan dalam penelitian tersebut adalah bahwa pelaksanaan komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan telah menggunakan strategi komunikasi pemasaran, baik dari segi *marketing mix* maupun *communications mix* akan tetapi belum dijalankan secara maksimal. Target sasaran dalam penyebaran pada media promosi masih kurang diperhatikan, kegiatan-kegiatan yang belum terprogram dengan baik dan belum berjalannya monitoring dan evaluasi. Jadi, perlunya peningkatan dan penguatan perluasan jaringan kemitraan dengan berbagai pihak terkait.

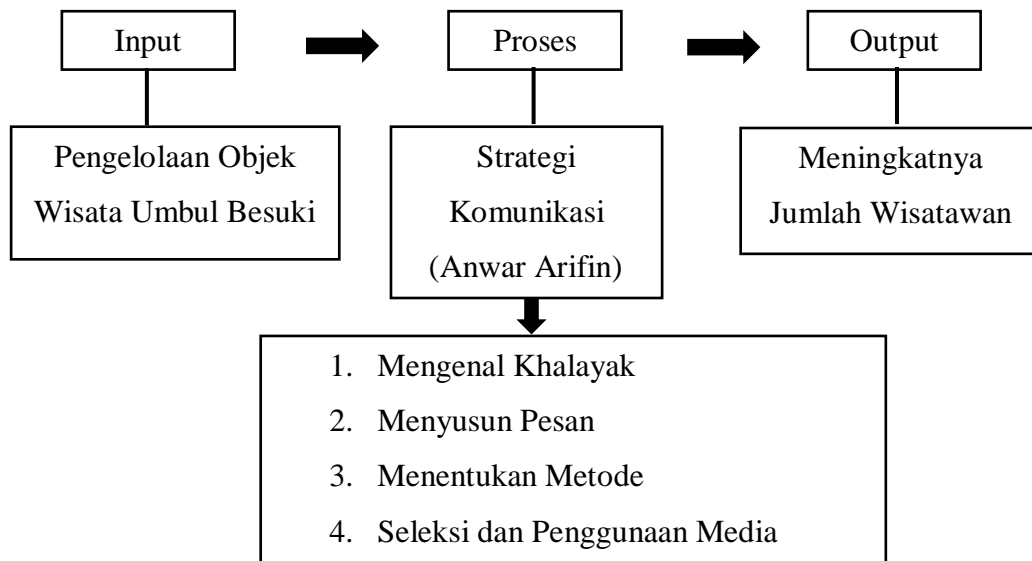
Penelitian keempat oleh Paulecia Zefanya Kuera (2022) dengan judul skripsi “Strategi Komunikasi Pariwisata Oleh Pokdarwis Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Di Gumuk Selo Dhuwur”, mahasiswa prodi ilmu komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif explanatif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi dari Anwar Arifin. Pertama yaitu mengenal khalayak, langkah yang diambil oleh kelompok sadar wisata tersebut sudah efektif karena sudah lebih mengenal khalayak, dengan melakukan promosi diberbagai platform media sosial. Kedua menyusun pesan, tempat wisata tersebut masih kurang dalam menyampaikan pesan terkait promosi wisata kepada wisatawan. Yang ketiga, menentukan metode, dalam pelaksanaan dan bentuk isinya masih kurang dalam melakukan penjelasan mengenai fasilitas dan penjelasan jalan kepada wisatawan. Keempat yaitu pemilihan penggunaan media.

Kelompok sadar wisata tersebut dalam menyebarkan informasi wisata menggunakan media sosial. Media sosial sebagai tempat menarik wisatawan tersebut adalah *Facebook*, *Instagram* dan *Youtube*. Dan yang kelima yaitu, peranan komunikator, peranan komunikator sangat penting dalam menyampaikan informasi. Pada tempat wisata tersebut pengelola belum maksimal dalam memenuhi perannya sebagai komunikator dikarenakan beberapa hal seperti harga sewa alat tenda hingga gedung.

Penelitian kelima dari Alafiq Nur Hidayat (2021) mahasiswa Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul skripsi “Strategi Pengembangan Objek Wisata Umbul Besuki Dengan Menggunakan Analisis SWOT dan Blue Ocean Strategy”. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan kuantitatif. Dalam melakukan pengumpulan data penelitian tersebut melalui observasi, wawancara, kuisioner dan dokumentasi. Persamaan penelitian ini pada objek penelitian.

### **C. Kerangka Berpikir**

Berdasarkan kajian teori yang telah dijelaskan, maka penelitian ini untuk mendeskripsikan Strategi Komunikasi Pokdarwis Objek Wisata Umbul Besuki Polanharjo Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan. Kerangka berpikir untuk penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 2. Kerangka Berpikir**

**BAB III**  
**METODE PENELITIAN**

**A. Tempat dan Waktu Penelitian**

1. Tempat Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian adalah tempat yang ditentukan oleh peneliti untuk menjalankan penelitiannya untuk mendapatkan informasi dan data yang berasal dari topik masalah yang akan diteliti. Pada penelitian ini, penelitian berada di objek wisata Umbul Besuki yang berlokasi di Dukuh Kiringan, Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57474.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian diperlukan guna mempermudah peneliti dalam mencapai target yang telah ditentukan. Tentu waktu penelitian ini dapat disesuaikan dengan kondisi lapangan yang dihadapi peneliti. Waktu penelitian ini dilakukan pada Maret hingga Oktober 2023, berikut penjabarannya :

**Tabel 3. Durasi waktu penelitian**

No	Kegiatan	Tahun 2023								
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov
	Tahap Persiapan Penelitian									

1	Pengajuan Judul									
2	Observasi Awal									
3	Penyusunan Proposal									
	Tahap Pelaksanaan									
4	Seminar Proposal									
5	Revisi Hasil Seminar									
6	Proses Perijinan									
7	Penelitian									
	Tahap Penyusunan									
8	Pengumpulan Data									
9	Analisis Data									
10	Penyusunan Akhir									
11	Ujian Skripsi									

### B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian dapat diartikan sebagai narasumber, orang yang memberikan informasi tentang kondisi dan situasi asal-usul dan latar belakang penelitian (Moeleong, 2010). Subjek dari penelitian ini yaitu Pengurus Pokdarwis

Dukuh Kiringan yang mengelola wisata Umbul Besuki dan beberapa wisatawan. Dengan pemilihan subjek penelitian tersebut dimaksudkan supaya penelitian tetap pada batasan masalah yang ditetapkan.

Objek penelitian menurut (Sugiyono, 2019), merupakan suatu informasi dalam beraneka bentuk yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Pada penelitian dapat diketahui bahwa objek penelitiannya adalah strategi komunikasi pengelola objek wisata Umbul Besuki Polanharjo dalam meningkatkan jumlah wisatawan.

### **C. Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif yang berhubungan dengan kategorisasi dan karakteristik yang berupa pertanyaan dan kata-kata.

Sugiyono (2017), mengatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berbasis pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti kondisi obyek alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen). Peneliti adalah instrumen utama dalam penelitian ini, dan teknik pengumpulan data digunakan secara triangulasi (gabungan). Analisis data dilakukan secara induktif atau kualitatif, dan temuan penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi.



#### **D. Sumber Data**

Sumber data pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu :

##### 1. Data Primer

Data primer ini berkaitan dengan informasi yang diperoleh dari orang pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan studi. Menurut (Sekaran, 2011) sumber data primer adalah informan dari individu, organisasi atau kelompok, apabila kuisisioner disebarkan melalui internet, internet juga dapat menjadi sumber data. Pada penelitian ini yang menjadi informan adalah :

- a. Ketua Pokdarwis Wanua Tirta
- b. Bagian Humas Umbul Besuki
- c. Pengurus Lapangan Umbul Besuki
- d. Wisatawan

##### 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan merupakan data yang terdiri dari kumpulan informasi yang berasal dari sumber data yang telah ada. Sumber data sekunder termasuk analisis industri, publikasi pemerintah, dokumentasi atau catatan organisasi dan situs web internet (Sekaran, 2011). dalam penelitian ini data sekunder tersebut berupa laporan dari Objek Wisata Umbul Besuki atau berasal dari buku dan jurnal ilmiah.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

### **1. Observasi**

Observasi adalah suatu metode dalam melakukan pengumpulan data untuk mendapatkan hasil dari pengamatan dan mencatat penelitian. Observasi dilakukan saat terlibat di lapangan secara langsung dengan mengamati dan mengikuti aktivitas sehari-hari dari subjek dan objek penelitian sebagai bagian dari sumber penelitian. Selama pengamatan, peneliti melihat apa yang dilakukan, mendengarkan apa yang diucapkan, dan berpartisipasi dalam setiap aktivitas (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini observasi yang akan dilakukan peneliti adalah pengamatan pada penerapan peningkatan jumlah wisatawan untuk berkunjung kembali dan dokumentasi terkait apa saja fasilitas yang tersedia untuk menambah ketertarikan wisatawan pada objek wisata Umbul Besuki.

### **2. Wawancara**

Wawancara merupakan kegiatan yang terjadi antara dua orang atau lebih untuk mendapatkan tujuan dan informasi tertentu. Dengan salah satu saling berbagi informasi dan bertukar ide sehingga mendapatkan suatu masalah yang terpecahkan. Wawancara menurut (Ruslan, 2008) merupakan metode dalam pengumpulan data untuk mendapatkan informasi baik melalui lisan tanya jawab secara berhadapan langsung

dengan orang yang memberikan informasi. Informan yang akan diwawancarai dalam penelitian ini adalah :

- a. Narasumber : Triyono  
Jabatan : Ketua Pokdarwis
- b. Narasumber : Suharno  
Jabatan : Humas
- c. Narasumber : Sugeng  
Jabatan : Pengurus Lapangan Umbul Besuki

### 3. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2017) dokumen terdiri dari catatan peristiwa masa lalu. Dalam pengumpulan data, dokumentasi dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya individu. Keuntungan menggunakan teknik dokumentasi adalah biayanya relatif murah, tenaga dan waktu lebih efisien.

## **F. Metode Keabsahan Data**

Dalam melakukan penelitian data yang diterima oleh peneliti harus berupa data yang valid. Guna memastikan data dapat dipercaya peneliti melakukan analisis triangulasi untuk memeriksa keabsahan data. Triangulasi adalah usaha mengecek dan memadukan kebenaran informasi dari berbagai sumber data, teori, peneliti dan metode penelitian tentang fenomena sosial (Denzin, 1978a.)

- 1) Penggunaan triangulasi sumber data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi penelitian ini digunakan untuk membandingkan data wawancara dan data pengamatan.

- 2) Triangulasi teori digunakan untuk menelaah sumber data penelitian dari berbagai perspektif teori.
- 3) Triangulasi peneliti adalah metode dengan memakai beberapa peneliti dari latar belakang keilmuan yang berbeda untuk meneliti topik masalah yang sama. Hal ini digunakan untuk menghindari bias dari peneliti.
- 4) Triangulasi metode adalah metode penelitian ganda, yang mencakup pengamatan, wawancara, dokumen, dan daftar pertanyaan terstruktur. Hal ini diperlukan karena pada metode pengumpulan data memiliki keunggulan dan kelemahannya. Untuk menjaga kebenaran penelitian, peneliti akan menggunakan metode pengamatan atau observasi, wawancara dan penelusuran dokumen sebagai triangulasi metodenya.

Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan triangulasi sumber data melalui pemeriksaan terhadap sumber data lainnya. Dengan teknik triangulasi sumber data peneliti membandingkan hasil data wawancara yang diperoleh pada saat penelitian sebagai pembanding untuk mengecek kebenaran informasi yang diperoleh.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Setelah data yang diperlukan oleh peneliti sudah lengkap maka proses penelitian yang dilakukan selanjutnya adalah analisis data tersebut. Data yang dimiliki kemudian dianalisa secara deskriptif dengan metode kualitatif. Pada proses analisis data kualitatif, data yang disajikan berupa kata-kata bukan bentuk angka. Data tersebut dikumpulkan dalam bentuk observasi, wawancara dan

dokumentasi, yang akan diproses sebelum digunakan namun, dalam proses analisis kualitatif, kata tetap digunakan yang biasanya disusun dalam teks yang diperluas. Dalam mengolah data tersebut peneliti menggunakan teknik analisis menurut Miles dan Huberman yang ditulis oleh (Sugiyono, 2017) sebagai berikut:

### 1. Reduksi Data

Adalah proses pemilihan, transformasi data kasar dan fokus yang berasal dari transkrip lapangan yang tertulis. Sehingga lebih mudah untuk menyimpulkan hasil penelitian, reduksi digunakan untuk menyederhanakan data yang diperoleh. Setelah itu, semua data penelitian yang dikumpulkan kembali akan dipilih untuk memastikan bahwa data yang sesuai digunakan. Peneliti mengumpulkan data dan merangkum temuan dari dokumentasi, wawancara, dan observasi.

### 2. Penyajian Data

Pada penelitian kualitatif, penyajian data biasanya berupa bagan, hubungan antar kategori dan uraian singkat atau lainnya. Penyajian data kualitatif berbentuk naratif atau teks, sehingga lebih mudah bagi peneliti untuk memahami masalah dan merencanakan tindakan selanjutnya berdasarkan apa yang ketahui. Untuk membuat sajian data mudah dipahami dan dianalisis, penyajiannya dibuat dalam bentuk uraian singkat dan gambar.

### 3. Penarikan Kesimpulan

Menarik kesimpulan dan verifikasi adalah langkah terakhir dalam analisis data. Kesimpulan awal yang dijelaskan hanyalah kesimpulan awal, dan dapat berubah setelah ditemukan bukti kuat yang mendukung pengumpulan data

berikutnya. Penelitian kualitatif menghasilkan hasil baru yang belum pernah terjadi sebelumnya. Hasil ini dapat berupa hubungan kausal atau interaktif antara hipotesis atau teori.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Wisata Umbul Besuki**

##### **1. Sejarah Umbul Besuki**

Provinsi Jawa Tengah memiliki daerah, kota, desa, dusun ataupun dukuh dan beberapa kabupaten yang beragam dan memiliki berbagai karakter masing-masing. Wisata Umbul Besuki terletak di Desa Wisata Ponggok, tepatnya di Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Objek Wisata Umbul Besuki adalah salah satu wisata mata air di Kabupaten Klaten yang terkenal dengan keindahan alam dan segarnya mata air. Umbul Besuki ini berada di dataran rendah lereng Gunung Merapi yang menjadikan Umbul-Umbul disekitarnya melimpah akan sumber mata air, seperti Umbul Besuki, Umbul Ponggok dan Umbul Sigidang Kapilaler. Selain dikembangkan sebagai Desa Wisata, dengan sumber airnya yang melimpah warga Desa Ponggok memanfaatkan air untuk budidaya ikan, irigasi untuk lahan sawah dan untuk kebutuhan sehari-hari.

Wisata Umbul Besuki secara geografis terletak di Dukuh Kiringan, Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57474. Desa Ponggok merupakan salah satu dari 18 Desa di wilayah Kecamatan Polanharjo yang banyak terdapat sektor ekonomi. Umbul

Besuki berjarak 690 m dari pusat kantor Desa Ponggok, 18 km dari Kota Kabupaten dan 90 km dari ibukota Provinsi.

Umbul Besuki diambil dari kata besuki yang bermakna tempat bersatunya Gusti dan Kawula yang bertujuan agar masyarakat tetap ingat dan patuh kepada sang pencipta. Dengan artian setiap kita berkumpul di mata air ini akan memberikan berkah dan agar kita semakin dekat sang pencipta. Umbul Besuki terbentuk pada awalnya adalah karena inspirasi dari kepala desa Ponggok. Dahulu Umbul Besuki ini hanyalah sebuah mata air yang digunakan sebagai sumber irigasi warga. Dengan tanggul yang berbatu dan dikelilingi oleh sawah serta pepohonan yang rimbun serta akses jalan yang masih pematang sawah membuat sumber air ini sulit dilewati. Sebelum mulainya pengembangan lokasi wisata ini, ketika pukul 17.30 WIB lebih banyak dari masyarakat yang sudah tidak mendekati sumber mata air tersebut dikarenakan jalannya yang sukar dan terlihat gelap, selain itu juga sering digunakan sebagai tempat berkumpul oleh orang yang membuat resah warga. Pada tahun 2016 setelah melakukan musyawarah, kepala dukuh Kiringan akhirnya bekerjasama dengan warga sekitar melakukan renovasi. Dana dalam proses pengembangan tersebut berasal dari warga setempat.

Wisata air ini sebelum dikembangkan adalah aliran air kecil yang digunakan warga sekitar untuk keperluan irigasi sawah, perikanan dan untuk kebutuhan sehari-hari warga. Umbul Besuki secara resmi mulai beroperasi pada bulan maret 2020 dan dikenal dengan taman rekreasi air.



Umbul Besuki dikembangkan oleh Pokja 4 Kiringan dengan Pemerintah desa Ponggok memiliki luas lahan sebesar 3000m<sup>2</sup> dengan debit air 175liter/detik. Harga tiket Umbul Besuki relatif murah yaitu Rp. 10.000 untuk setiap orang pada hari normal dan weekend dengan jam operasional buka mulai pukul 08:00-17:00 WIB.

Taman wisata air ini dibangun untuk menjadi tempat hijau dengan suasana pedesaan yang unik. Kelebihan Umbul Besuki dibandingkan objek wisata air sejenisnya adalah lingkungannya yang masih asri dengan banyak pepohonan, sungai dan sawah alami, lahan yang luas untuk pengembangan, dan fasilitas pendukung wisata seperti, 4 kolam renang, mushola, area parkir, kuliner, gazebo dan toilet serta wahana bermain seperti, atv dan *flying fox*. Selain fasilitas penunjang wisata Umbul Besuki juga menerima reservasi untuk *camping ground*, *wedding party*, *outbond* dan bekerja sama dalam *event organizer* tertentu.

Kapasitas pengunjung yang dapat ditampung setiap harinya di Umbul Besuki sebanyak 300-400 wisatawan. Kunjungan wisatawan pada hari Senin- Jum'at sebanyak 50-300 orang sedangkan ketika di akhir pekan atau pada hari libur dapat mencapai 300-700 kunjungan wisatawan.

## 2. Visi dan Misi Objek Wisata Umbul Besuki

Objek wisata Umbul Besuki merupakan wisata mata air yang dikembangkan dan dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata atau Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan. Untuk mendapatkan hasil yang terbaik dalam melayani setiap wisatawan atau masyarakat sekaligus untuk mewujudkan

visi dan misi Umbul Besuki maka berikut visi dan misi tersebut. Visi Objek Wisata Umbul Besuki

Pokdarwis Umbul Besuki telah menetapkan Visi sebagai berikut “*ULTIMATE CHOICE OF PONGGOK*”. Yang berarti bahwa Umbul Besuki menjadi pilihan utama wisata air yang berada dalam kawasan Desa Wisata Ponggok.

a. Misi Objek Wisata Umbul Besuki

Misi yang dilakukan Pokdarwis untuk meningkatkan objek wisata Umbul Besuki adalah dengan mengoptimalkan sumber daya manusia (SDM) dan (SDA) sumber daya alamnya.

3. Logo Objek Wisata



**Gambar 2. Logo Objek Wisata Umbul Besuki**

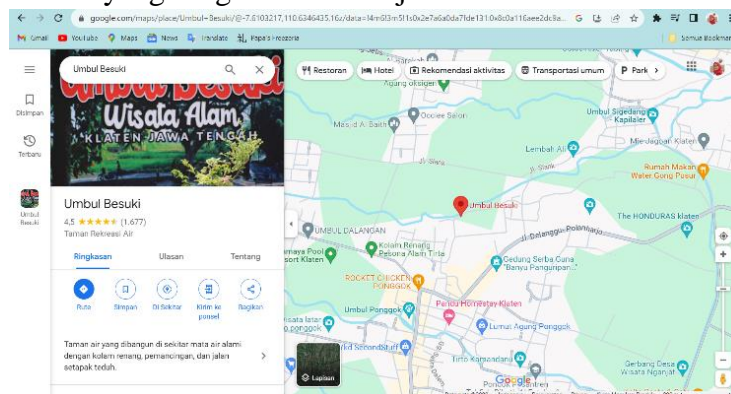
**(Sumber : Manajemen Pengelola)**

Logo objek wisata Umbul Besuki memiliki maksud bahwa mata air Besuki merupakan warisan alam dan memiliki filosofi tentang air untuk kehidupan. Serta tempat wisata ini membantu merelaksasi dengan suasana yang menyatu dengan alam, tempat wisata ini adalah tempat yang bagus untuk meditasi.

#### 4. Akses Jalan Menuju Lokasi Objek Wisata Umbul Besuki

Lokasi objek wisata Umbul Besuki terbilang cukup strategis karena berada pada 700 meter dari Umbul Ponggok dan 1 kilometer dari Umbul Sigedang-Kapilaler. Namun Umbul Besuki letaknya berada pada dataran tinggi dengan jalan yang hanya dapat dilewati motor dan mobil, apabila ada mobil yang bertemu maka harus bergantian untuk lewat.

Dalam perjalanan menuju Umbul Besuki ini sepanjang jalan wisatawan akan disuguhkan pemandangan tambak ikan dan gazebo yang berdiri di atas air yang sangat asri dan sejuk.



**Gambar 3. . Peta Lokasi Umbul Besuki**

**Sumber (Google maps Umbul Besuki)**

#### 5. Fasilitas dan Wahana Objek Wisata Umbul Besuki

Dalam menarik dan mendapatkan perhatian wisatawan pengelola Umbul Besuki memberikan fasilitas dan menambahkan wahana bermain, yaitu :

##### a. Kolam renang

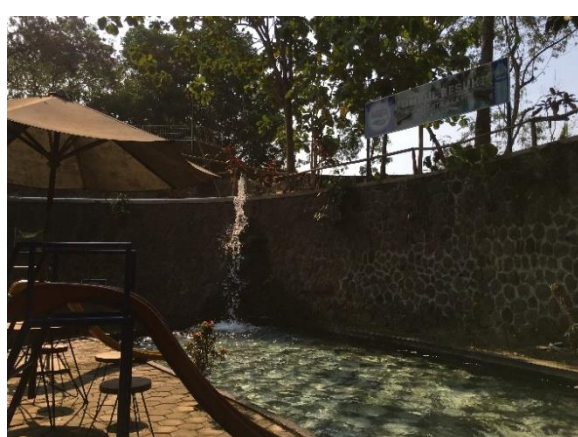
Kolam renang adalah objek wisata pertama yang ditawarkan Umbul Besuki, dengan sumber mata air yang berasal dari dalam tanah yang terus menerus mengalir dengan kesegaran dan keasliannya.

Kolam renang tersebut terbagi menjadi 4 kolam, 1 kolam renang untuk dewasa dengan kedalaman 1,5 meter dan 3 kolam renang lainnya untuk anak-anak. Dengan tempat berenang yang luas, pemandangan



***Gambar 5. Kolam Renang Dewasa***

**(Sumber : Data Primer 2023)**



***Gambar 4. Kolam Renang Anak-anak***

**(Sumber Data Primer 2023)**

sawah serta pepohonan yang hijau dan asri menambah keseruan bermain air.



***Gambar 6. Kolam Renang Anak-anak***

**(Sumber : Data Primer 2023)**



***Gambar 7. Kolam Renang Kecil***

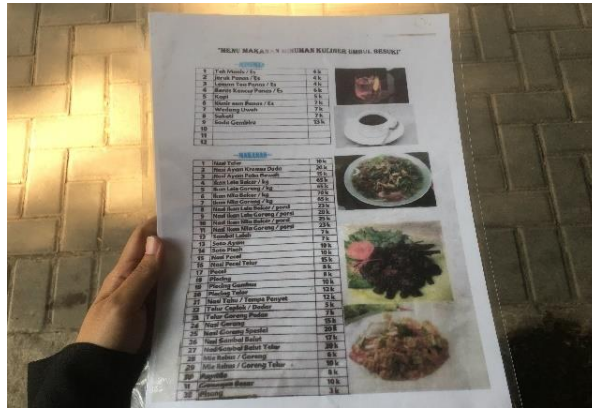
**(Sumber Data Primer 2023)**

b. Kuliner atau Tempat Makan

Setelah lelah bermain dan merasa lapar wisatawan Umbul Besuki dapat mengunjungi tempat makan yang disediakan. Menu yang ditawarkan sangat beragam dan dapat dimakan tempat ataupun



dibawa pulang. Berikut adalah beberapa menu makanan dan minuman yang ditawarkan.



**Gambar 8. Menu di Tempat Makan**

(Sumber : Data Primer 2023)

c. Gazebo dan tempat duduk

Dibangunnya gazebo di beberapa tempat strategis memiliki fungsi untuk para wisatawan dapat menyimpan barang bawaan dan untuk bersantai sambil menikmati objek wisata Umbul Besuki sendiri. Dan banyaknya meja kursi yang tersedia juga memberikan kesan unik dan estetika.



**Gambar 9. Tersedia tempat untuk duduk dan bersantai**

(Sumber Data Primer 2023)

d. Area Parkir

Hal yang penting dimiliki oleh setiap wisata yaitu memiliki tempat parkir luas. Area parkir di Umbul Besuki ini terdapat 2 tempat yaitu untuk area motor dan mobil, jadi kendaraan roda dua dan empat tidak menjadi satu tempat. Tempat parkir yang luas dapat menampung sekitar 20 lebih kendaraan.

e. Mushola

Fasilitas dalam mushola ini diperlukan bagi wisatawan yang beragama muslim untuk menunaikan kewajibannya. Sebagai bentuk fasilitas juga area wudhu untuk laki-laki dan perempuan pun dipisah.

f. Toilet

Setiap tempat wisata seperti objek wisata air menyediakan kamar mandi atau kamar ganti dalam jumlah yang banyak dan terawat kebersihannya merupakan bentuk fasilitas yang disediakan. Di Umbul Besuki menyediakan kamar ganti tersebut berada di dekat dengan kolam renang.

g. Reservasi Tempat

Objek wisata Umbul Besuki merupakan wisata mata air yang dapat dinikmati keindahan dan kesegaran airnya. Umbul Besuki tidak hanya menyediakan fasilitas kolam renang saja melainkan juga menawarkan berbagai reservasi tempat untuk *wedding party* yang memberikan pengalaman acara tersebut dengan konsep *outdoor*, untuk kegiatan *outdoor* seperti *camping ground* dan *outbond* pihak pengelola

menawarkan jasa berupa paket untuk camping ground dan paket untuk outbond beserta fasilitas yang akan diperoleh dan untuk kegiatan *event* juga dapat dilakukan di Umbul Besuki sebagai salah satu media partner. Berikut adalah paket *camping ground* dan *outbond* yang ditawarkan.



**Gambar 10. Brosur Paket Outbond dan Camping Ground**  
(Sumber : Instagram Umbul Besuki)

#### h. Wahana Bermain

Untuk semakin menarik minat dan jumlah wisatawan Pokdarwis memberikan wahana bermain untuk wisatawan agar pengalaman mengunjungi Objek Wisata Umbul Besuki semakin membekas dan makin dikenal masyarakat luas. Wahana bermain yang disediakan adalah flying fox dan ATV. Tarif yang ditawarkan untuk setiap wahana berbeda, flying fox ditarik tarik Rp. 15.000 per orang dan



untuk wahana ATV tarif yang ditawarkan untuk ukuran besar Rp. 20.000 dan ATV kecil Rp. 10.000.



**Gambar 11. Wahana Flying Fox**  
(Sumber : Data Primer 2023)

#### 6. Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan

Pokdarwis Wanua Tirta Desa Kiringan mulai dibentuk pada tanggal 1 September 2017. Pokdarwis Wanua Tirta dibentuk untuk mengembangkan dan mempromosikan objek wisata air di Desa Ponggok Kecamatan Polanharjo khususnya Objek Wisata Umbul Besuki dan Umbul Sigedang-Kapilaler. Pemerintah Kabupaten Klaten pada tahun 2020 menetapkan Desa Ponggok sebagai Desa Wisata, karena Desa Ponggok menjadi daerah di Kabupaten Klaten yang memberikan banyak pilihan wisata sehingga kepariwisataan di daerah Ponggok meningkat secara signifikan.

Pokdarwis Wanua Tirta merupakan organisasi yang berasal dari masyarakat dan kembali kepada masyarakat. Organisasi ini bergerak dalam sektor pariwisata dan ekonomi yang sumber dana wisata berasal dari Pemerintah Desa. Sumber Daya Manusia (SDM) Pokdarwis diambil

dari penduduk Desa Ponggok berdasarkan wilayah objek wisata. Pada setiap objek wisata di Desa Ponggok Pokdarwis Wanua Tirta membagi Kelompok Kerja (Pokja) berdasarkan lokasi wisata, yaitu Umbul Sigedang-Kapilaler dan Umbul Besuki.

Dengan gerakan warga yang antusias dalam pembangunan kembali Umbul Besuki, kemudian Pemerintah Desa beserta warga dan Pokdarwis bekerjasama dalam mengelola pengembangan dan pembangunan Umbul Besuki. Pada proses pemilihan anggota Pokdarwis tersebut tidak semua ikut berpartisipasi menjadi kelompok kerja (Pokja) karena adanya perbedaan pendapat. Dengan perbedaan pendapat tersebut kemudian ketua dari Pokdarwis ini melakukan musyawarah lagi dengan masyarakat. Memberikan pengertian dan penjelasan barulah masyarakat mulai memahami dan akan berpartisipasi dengan pengembangan objek wisata. Karena nantinya hasil dari kerja keras tersebut akan kembali ke masyarakat.

Dengan strategi yang telah dirancang untuk merespon masalah strategis yang dihadapi dan untuk mencapai visi, misi dan organisasi. Maka berikut merupakan struktur pengelola Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan:

1. Ketua Pokdarwis : Bapak Triyono
2. Sekretaris : Bapak Sholeh
3. Bendahara : Bapak Rismadi
4. Ketua Pokja 4 Umbul besuki : Bapak Nur Kholis

5. Bendahara : Bapak Efendi
6. Marketing : Bapak Eko
7. Pengembangan : Bapak Suharto
8. Perawatan : Bapak Subagyo
9. Humas : Bapak Suharno  
Bapak Slamet Widoyo
10. Koordinator Lapangan : Bapak Sugeng

Struktur yang telah disusun tersebut memiliki tanggung jawab sebagai pelaksana dalam mewujudkan visi, misi agar tercapai, maka berikut tugas masing-masing pengelola Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan :

**a. Ketua Pokdarwis**

- 1) Perantara dalam koordinasi pengelola objek wisata dengan Pokdarwis dan Pemerintah Desa Ponggok.
- 2) Memantau dan mengevaluasi kegiatan pelaksanaan pengelolaan pariwisata Umbul Besuki.
- 3) Berkoordinasi dengan pihak luar untuk turut serta mengembangkan kawasan wisata.
- 4) Memberikan dukungan dan pelatihan kepada pengelola objek wisata Umbul Besuki.
- 5) Melakukan evaluasi kinerja setiap bagian untuk meningkatkan profesionalisme.

**b. Sekretaris**

- 1) Tugas kesekretarian dalam mendukung aktivitas Pokdarwis
- 2) Memenuhi tugas administrasi umum kegiatan operasional Pokdarwis.
- 3) Menangani surat menyurat dalam aktivitas eksternal dan internal Pokdarwis.
- 4) Mengelola kearsipan data.
- 5) Mengelola informasi yang berkaitan dengan Pokdarwis.

**c. Bendahara**

- 1) Melaksanakan kebijakan operasional pengelolaan fungsi keuangan Pokdarwis.
- 2) Mengelola gaji pengurus Pokdarwis.
- 3) Manajemen pembelian dan pasokan.
- 4) Menyusun laporan pengelolaan keuangan Pokdarwis.
- 5) Kelola arus kas sesuai dengan keperluan.

**d. Ketua Kelompok Kerja Lapangan 4**

- 1) Menjembatin antara pengelola Umbul Besuki dengan Pokdarwis.
- 2) Mengkoordinasi setiap kegiatan penyelenggaraan Umbul Besuki yang akan dilaporkan kemudian pada pihak Pokdarwis.

- 3) Berkoordinasi dengan Pokdarwis dalam mengevaluasi kinerja masing-masing bagian terhadap tanggung jawab pengelolaan Umbul Besuki.
- 4) Melaksanakan tugas pengelolaan lainnya yang berkaitan dengan pengelolaan pariwisata Umbul Besuki.

**e. Bendahara**

- 1) Melaksanakan kebijakan operasional pengelolaan fungsi keuangan di Umbul Besuki
- 2) Menyusun laporan keuangan Umbul Besuki
- 3) Bertanggung jawab dalam keuangan kemudian dilaporkan pada pihak bendahara Pokdarwis.
- 4) Mengelola arus keuangan Umbul Besuki.

**f. Marketing**

- 1) Bertanggung jawab dalam promosi objek wisata Umbul Besuki
- 2) Mengelola media sosial Umbul Besuki.
- 3) Menyampaikan informasi wisata sebagai bentuk promosi.
- 4) Menyusun laporan kegiatan kepada pihak Pokdarwis.

**g. Pengembangan**

- 1) Bertanggung jawab dalam pengembangan fasilitas dan pengelolaan Umbul Besuki.

- 2) Melakukan perencanaan dan penyusunan program pengembangan Umbul Besuki yang kemudian dilaporkan kepada pihak Pokdarwis.

#### **h. Perawatan**

- 1) Bertanggung jawab terhadap pemeliharaan sarana dan prasarana pada kelayakan fasilitas Umbul Besuki.
- 2) Melaksanakan tanggung jawab dari pihak Pokdarwis yang berkaitan dengan pengembangan objek wisata Umbul Besuki.

#### **i. Humas**

- 1) Bertanggung jawab pada hubungan pengelola Umbul Besuki dengan pihak eksternal
- 2) Melaksanakan tanggung jawab yang diberikan oleh manajemen yang berkaitan dengan pembangunan objek wisata Umbul Besuki.
- 3) Menyampaikan informasi penting dari internal kepada masyarakat.

#### **j. Koordinator Lapangan**

- 1) Melakukan pengawasan, meneliti dan pengarahan setiap pelaksanaan kerja di Umbul Besuki
- 2) Melaporkan hasil pekerjaan secara rutin kepada pihak Ketua lapangan dan Pokdarwis.

- 3) Melakukan koordinasi dengan pengelola dan pengurus Umbul Besuki secara rutin.
- 4) Melakukan pekerjaan tambahan untuk membantu setiap bagian dari pihak manajemen dalam mengelola Umbul Besuki.

## **B. Sajian Data**

Dari data penelitian yang tersedia, peneliti mengumpulkannya di lapangan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi dengan beberapa informan yang mempunyai kaitan dengan topik masalah penelitian ini. Maka syukur Alhamdulillah peneliti mendapat data yang relevan dengan topik masalah yang diangkat.

Berdasarkan hasil penelitian, deskripsi sajian data ini adalah hasil dari pengumpulan data yang dicari saat dilapangan, setelah itu data disajikan dalam bentuk presentasi atau uraian tertulis yang lebih rinci dan mendalam. Dalam uraian ini peneliti akan menjelaskan data dari wawancara terhadap informan yang telah diidentifikasi sebelumnya.

Objek Wisata Umbul Besuki menjadi salah satu aspek yang memberikan pengaruh terhadap perekonomian warga Dukuh Kiringan. Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan merupakan organisasi yang bertanggung jawab di wilayah Pemerintah Dukuh Kiringan di bidang ekonomi dan pariwisata. Jika strategi komunikasi yang efektif digunakan untuk mempromosikan objek wisata Dukuh Kiringan, hasilnya akan positif. Ini akan

meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan membantu pertumbuhan ekonomi Dukuh Kiringan.

Menurut data jumlah wisatawan yang diperoleh dari Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan bahwa kunjungan wisatawan di Objek Wisata Umbul Besuki mengalami peningkatan di tahun 2023.

**Tabel 4. Data Jumlah Wisatawan Umbul Besuki**

**(Sumber : Manajemen Data Pokdarwis)**

No	Bulan	Jumlah Wisatawan
1	Januari	5619
2	Februari	3466
3	Maret	4974
4	April	3760
5	Mei	5079
6	Juni	6957
7	Juli	8027
8	Agustus	7265
9	September	8840
Total		53987



Berdasarkan tabel diatas bahwa pada tahun 2023 kunjungan wisatawan ke Umbul Besuki pada setiap bulannya terkadang naik ataupun turun. Pada kunjungan tertentu banyaknya wisatawan yang datang ke Objek Wisata Umbul Besuki yaitu di hari-hari tertentu seperti *weekend*, hari besar seperti idhul fitri, idhul adha, saat libur sekolah dan saat adanya *event*. Dan bulan yang menunjukkan penerununan kunjungan yaitu pada bulan Februari, untuk mengatasi penurunan kemudian di bulan selanjutnya seharusnya dilakukan kegiatan guna menambah jumlah wisatawan dengan mengadakan event atau promosi yang menarik. Sehubung dengan hal itu Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan selaku pengelola dan pengurus Objek Wisata Umbul Besuki bertugas untuk membuat dan mengatur strategi atau rencana-rencana yang telah disusun dengan baik agar wisatawan berdatangan secara teratur dan terus-menerus.

Strategi komunikasi adalah hal penting dalam proses pengembangan objek wisata Umbul Besuki. Bentuk penyampaian pesan kepada para wisatawan harus baik dan menarik karena dengan semakin banyak wisatawan yang datang maka akan meningkatkan jumlah wisatawan yang akan diperoleh pengelola objek wisata. Dengan strategi yang berkelanjutan serta baik tidak hanya meningkatkan jumlah wisatawan, namun juga memberikan dampak baik ekonomi warga sekitar dan pengelola.

Dari hasil penelitian secara wawancara dan observasi peneliti di lapangan memperoleh data sebagai berikut :

Pertama, dalam menentukan segmentasi wisatawan Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan merujuk pada semua kalangan dalam berbagai usia atau keluarga. Karena hal ini sesuai sasaran dan arahan dalam pembuatan program dalam penentuan segmentasi wisatawan. Pemilihan kalangan di berbagai usia tersebut diyakini dapat lebih memberikan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.

Hal ini telah dijelaskan oleh Bp. Triyono selaku ketua Pokdarwis “sasaran dan target kita sebagai pengelola agar objek wisata ini semakin dikenal dan semakin berkembang adalah semua kalangan dari semua umur dapat menikmati dan berwisata ke Umbul Besuki. Karena Umbul Besuki ini memberikan banyak penawaran sebagai salah satu wisata air di daerah Ponggok” (wawancara dengan Bp. Triyono pada tanggal 15 Oktober 2023).

Selain menyuguhkan pemandangan alamnya yang asri, kolam renang dan wahana bermain, masyarakat juga bisa melakukan kegiatan edukasi seperti *outbond* dan *camping ground*. Dengan fasilitas dari *outbond* dan *camping ground* yang diberikan tersebut memberikan banyak kemudahan masyarakat dalam menikmati waktu istirahatnya. Semua wisatawan dapat menikmati fasilitas, wahana dan pilihan kegiatan edukasi tersebut secara umum. Seperti yang dikatakan Bapak Suharno selaku Humas Umbul Besuki :

“Wisata air ini awalnya ramai dikalangan anak muda dan anak-anak tapi setelah semakin banyak yang tau menjadi salah satu wisata keluarga. Jadi, kita mulai menyesuaikan permbangunan fasilitas menjadi ramah untuk semua kalangan”(Wawancara dengan Bapak Suharno 1 Oktober 2023).

Pengaruh media terhadap kehidupan sehari-hari masyarakat membuat eksistensi terhadap wisata meningkat, sehingga banyak dari

berbagai kalangan yang tertarik berkunjung untuk mendapatkan spot foto menarik dan disebarakan melalui media sosial.

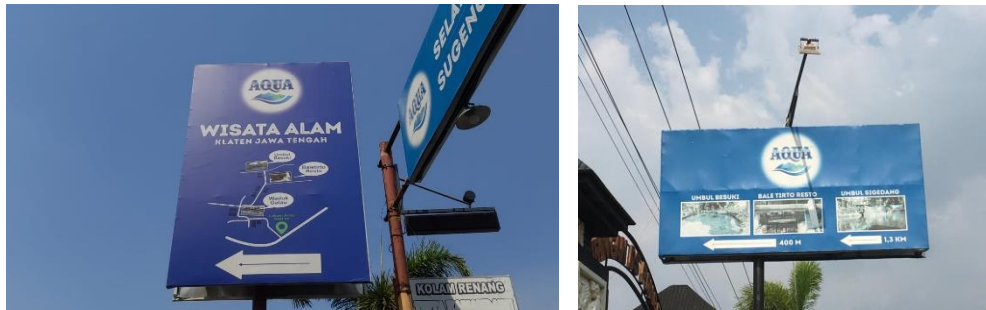
Seperti yang diutarakan Bapak Suharno selaku humas

“karena semua orang sekarang pasti sudah mengenal media sosial, pasti banyak yang ingin eksis dan dipublikasikan ke teman-teman, jadi tidak hanya dari kalangan muda mudi tapi banyak dari orang tua juga. Selain itu wisata air ini tidak hanya untuk rekreasi tapi terdapat juga edukasinya dengan mengenal alam lewat outbond dan camping ground itu mbak” (wawancara dengan Bapak Suharno pada tanggal 1 Oktober 2023)

Kedua, dalam proses menyusun pesan Pokdarwis memiliki peran sebagai komunikator untuk mengenal khalayak atau calon wisatawan. Sangat penting bahwa isi pesan yang disampaikan oleh pengelola objek wisata dirangkai dengan menarik dan efektif oleh Pokdarwis karena tidak semua orang yang menerima pesan dapat memahami apa yang dimaksudkan dengan pesan tersebut.

Terkait penyusunan pesan dalam pengelolaan objek wisata Umbul Besuki Pokdarwis sebagai pengelola dalam penggunaan penyampaian pesan secara verbal dan non-verbal. Pesan verbal disampaikan secara lisan dan langsung ataupun berbentuk tulisan seperti berupa brosur, spanduk dan lainnya. Pesan secara non-verbal dilakukan pada saat komunikasi

langsung terjadi dengan menggunakan bahasa tubuh seperti, *body language*, mimik, gerakan tangan dan tindakan.



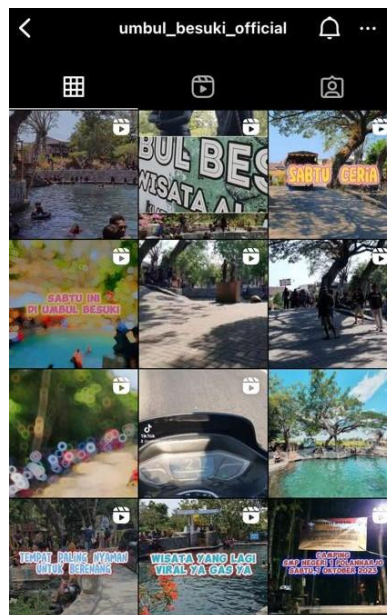
**Gambar 12. Spanduk Objek Wisata**

**(Sumber : Data Primer 2023)**

Pengembangan objek wisata Umbul Besuki masih terus dilakukan agar fasilitas dan wahana bermain memberikan rasa aman dan percaya wisatawan. Dalam proses pembangunan tersebut, hal penting yang harus selalu dikomunikasikan kepada masyarakat Dukuh Kiringan dan pengelola Umbul Besuki. Dengan cara melakukan diskusi atau musyawarah guna mencari solusi dan bertukar pikiran dalam memajukan potensi dan pengelolaan objek wisata.

Hal ini dikatakan Bapak Triyono selaku Ketua Pokdarwis : “setiap proses dan perjalanan membangun wisata ini tidak lepas dengan adanya diskusi dan campur tangan warga Dukuh Kiringan mbak. Karena pada halnya semua akan kembali ke masyarakat dan untuk masyarakat” (wawancara dengan Bp. Triyono pada tanggal 15 Oktober 2023).

Sosial media adalah salah satu sarana yang banyak memberikan dampak, penggunaan media online Instagram dan Facebook yang memuat postingan foto dan video yang berasal dari pihak pengelola Umbul Besuki maupun wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata Umbul Besuki. Yang dimana postingan tersebut dibuat menarik sehingga memberikan rasa keingintahuan kepada calon wisatawan lain. Penggunaan media yang telah ditentukan menjadikan informasi yang disampaikan efektif jika mampu membangkitkan dan mampu menarik perhatian khalayak serta mudah diperoleh.



**Gambar 13. Akun Instagram Umbul Besuki**

**(Sumber : Instagram Umbul Besuki Official)**

Penyusunan struktur pesan disesuaikan pada informasi yang akan disampaikan, kemudian pesan tersebut di edit sedemikian rupa agar terlihat unik saat pertama kali dilihat. Gambar diatas adalah bentuk

postingan dari akun instagram Umbul Besuki. Tujuan pembuatan konten atau postingan yang berisi informasi tersebut agar lebih menarik khalayak.

Hal ini dijelaskan oleh Bapak Suharno selaku bagian Humas

“pada penyusunan pesan kita juga menggunakan media sosial mba, salah satunya instagram. Dengan selalu mengupdate kegiatan keseharian di instagram serta di edit dan dibuat sedemikian rupa agar menarik orang untuk melihat dan berkunjung. Karena selain postingan yang menarik informasi yang disampaikan harus informatif” (wawancara dengan Bapak Suharno pada 1 Oktober 2023)

Ketiga, mengenai metode penyampaian pesan yang dilakukan Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan dalam pengelolaan potensi Duku Kiringan untuk mewujudkan visi misi Objek Wisata Umbul Besuki tidak lepas dari proses tersebut. Dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan menggunakan beberapa metode berdasarkan cara pelaksanaan dan metode informatif, edukatif dan persuasif.

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Triyono selaku pengelola Umbul Besuki bahwa

“Kita saat memberikan informasi mengenai Umbul Besuki ini dengan mulut kemulut ke orang-orang yang kita kenal atau kepada wisatawan Umbul Besuki sendiri. Bahwa di daerah Ponggok ada wisata air yang selain untuk renang tapi bisa untuk acara-acara keluarga atau lainnya. Selain itu kita semua pengurus dan pengelola umbul ini memiliki kewajiban dalam proses penyebaran informasi mbak. Menyampaikan kepada para wisatawan maupun saat kami bertemu orang dimanapun diluar objek wisata dan kami juga selalu mengarahkan untuk memfollow kami melalui media instagram dan facebook” (wawancara dengan Bp. Triyono pada tanggal 15 Oktober 2023).

Selain penyampaian pesan secara informatif pihak pengelola mempromosikan objek wisata dengan bekerja sama dengan *event*

*organizer* untuk mengadakan event di Umbul Besuki. *Event* tersebut diadakan saat ada kerja sama dengan pihak luar.

Hal ini dikatakan oleh Bapak Triyono selaku Ketua Pokdarwis Umbul Besuki :

“Kita juga bekerja sama dengan pihak luar atau event organizer luar untuk semakin dikenal. Dengan memiliki keunggulan halaman yang luas dan ada pendopo yang menjadi pusat acara. event itu bisa dengan membuat acara disini dan kami menjadi media partnernya mbak” (wawancara dengan Bp. Triyono pada tanggal 15 Oktober 2023).



**Gambar 14. Acara camping ground**

**(Sumber : Data Primer 2023)**

Keempat, Setelah metode menentukan khalayak, menyusun pesan dan metode penyampaian pesan dilakukan agar komunikasi tersebut tersampaikan dengan baik maka dalam pemilihan media haruslah selektif. Media komunikasi menjadi salah satu alat atau sarana yang memberikan kemudahan pada proses penyampaian informasi dari komunikator ke komunikan agar tujuan tercapai.

Dari bermacam-macam jenis media, pihak pengelola objek wisata Umbul Besuki menggunakan media sosial sebagai perantara

menyampaikan informasi. Pemilihan penggunaan media sosial tersebut agar komunikasi yang ingin disampaikan dapat menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, sehingga dapat diterima dan dipahami. Hal ini disampaikan pada hasil wawancara dengan Bapak Triyono sebagai berikut :

“Ya dalam penggunaan media kita pasti dengan media sosial dulu, karena sangat berpengaruh. Di media sosial itu kita pakai instagram, youtube dan facebook mbak. Di instagram kita selalu usahakan aktif setiap harinya dan sudah memiliki 4.600 an pengikut. Facebook kita juga selalu update tentang kegiatan Umbul Besuki. Selain itu kita juga ada iklan yang disebarakan lewat dua media itu” (wawancara dengan Bapak Triyono, 15 Oktober 2023).

Penggunaan media online dinilai efektif dalam mempromosikan objek wisata Umbul Besuki. Dengan dibuatnya akun instagram, youtube dan facebook Umbul Besuki diharapkan akan semakin bertambah dan dikenal masyarakat. Sosial media instagram digunakan sebagai media promosi yang memberikan pengaruh besar dimana setiap postingan berupa gambar atau video diunggah dan diedit secara sedemikian rupa agar menarik masyarakat untuk berkunjung. Selain melakukan postingan dan update harian, masyarakat dapat berinteraksi dengan menandai akun instagram Umbul Besuki. Youtube juga digunakan sebagai media menyebarkan kegiatan-kegiatan Umbul Besuki agar masyarakat mengenal lebih dalam.

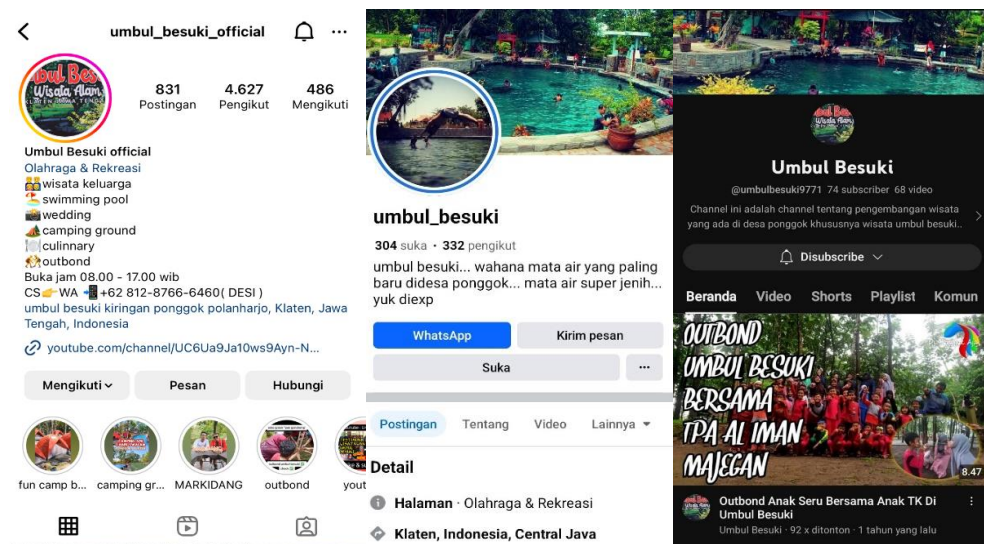
Strategi yang dilakukan pihak pengelola media sosial Umbul Besuki adalah dengan menetapkan *prime time* atau waktu emas dalam mengunggah konten, yaitu pagi hari pada pukul 9 hingga 10 pagi saat



siang hari pukul 12 siang, atau pada sore hari pukul 3 hingga 4 sore Waktu Indonesia barat.

Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Suharno selaku bagian Humas

“Dan agar postingan tersebut lebih mudah diterima khalayak kita mengupload konten tersebut di jam dimana orang sedang istirahat atau sedang menggunakan media sosial, yaitu saat pagi hari jam 9 sampai 10 atau siang di jam 12 ataupun di sore hari jam 3 sampai 4 mbak, jadi dari salah satu waktu tersebut” (wawancara dengan Bapak Suharno pada tanggal 1 Oktober 2023).



**Gambar 15. Akun Instagram, Facebook dan Youtube Umbul Besuki**

**(Sumber : Instagram, Facebook dan Youtube Umbul Besuki)**

Informasi yang telah tersebar melalui media sosial masyarakat luas menjadi lebih mudah mendapatkan informasi baru mengenai objek wisata Umbul Besuki. Dengan selalu memberikan informasi terbaru dan menarik kepada masyarakat memberikan efek dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Dan orang lain semakin banyak mengetahui tentang objek wisata Umbul Besuki di Dukuh Kiringan Desa Ponggok dan tertarik untuk berwisata.

### **C. Analisis Data**

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan keseluruhan data yang didapatkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi lapangan mendapatkan informasi yang penting dan cukup diperoleh untuk diketahui dengan tujuan penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut teori yang digunakan untuk menganalisis data adalah teori menurut Anwar Arifin, ada 4 strategi komunikasi yang mendukung dalam proses meningkatkan jumlah wisatawan di Umbul Besuki sebagai berikut :

#### **1. Mengenal Khalayak**

Langkah awal agar strategi komunikasi dapat berjalan dengan baik adalah dengan mengenal khalayak. Karena suatu objek wisata menjadi sarana rekreasi bagi masyarakat untuk rekreasi, menikmati waktu dengan keluarga, bersenang-senang hingga aktivitas wisata lainnya, Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan objek wisata Umbul Besuki mensegmentasikan wisata air ini untuk bisa dinikmati semua umur baik dari anak-anak, remaja sampai orang tua dan untuk semua kalangan tidak hanya untuk kalangan tertentu. Tidak ada batasan untuk semua orang berkunjung dan rekreasi sekedar menghilangkan penat, menikmati keindahan alam untuk disebarakan ke media sosial. Hal tersebut diyakini dengan tujuan yang ditetapkan akan memberikan kemajuan pada jumlah kunjungan wisatawan untuk semua umur dapat menikmati objek wisata Umbul Besuki. Saat ini

penggunaan media tidak hanya dikalangan anak muda saja tapi sudah banyak dari orang tua yang sudah mulai mengikuti kemajuan media sehingga mereka juga akan menyebarkan aktivitas mereka di media sosial.

Dalam tahapan segmentasi Pokdarwis membagi wisatawan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik yang sama. Langkah ini dilakukan untuk memudahkan dalam pendekatan kepada wisatawan. Pendekatan tersebut berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, wilayah, gaya hidup dan manfaat yang di cari wisatawan. Pokdarwis memilih tidak mengkhususkan pada pendekatan tertentu, semua bentuk pendekatan dapat menikmati pelayanan dan fasilitas objek wisata Umbul Besuki.

Penentuan sasaran atau target wisatawan dilakukan untuk melihat pendekatan dari segmentasi mana yang memberikan keuntungan bagi objek wisata. Dalam pemilihan atau mengevaluasi target perlu beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu ukuran seberapa besar potensi objek wisata yang akan berkembang, *profitabilitas* segmen mana yang memiliki potensi lebih tinggi, pokdarwis mensegmentasi khalayak yang memiliki potensi berkunjung lebih tinggi yaitu dari kalangan anak-anak hingga anak muda, *aksesibilitas* seberapa mudah atau sulit untuk mencapai target, dalam mencapai target Pokdarwis mensegmentasi dari usia anak-anak dan anak muda lebih tinggi dibanding orang tua saat hari biasa dan *weekend*, manfaat setiap segmen membutuhkan manfaat yang berbeda, setiap wisatawan yang

berkunjung memiliki tujuan untuk mendapatkan manfaat yang berbeda seperti anak-anak sampai anak muda untuk berenang dan bersenang-senang, orang tua untuk bersantai dan menemani anak bermain, dan perbedaan ada perbedaan yang terukur antar segmen, perbedaan setiap segmen ada pada perbedaan tujuan, usia dan kebutuhannya. Pada kalangan usia orang tua keinginan untuk berkunjung lebih sedikit dan tidak sebanyak anak muda karena orang tua kebanyakan berkunjung untuk mengikuti keinginan anak-anak mereka.

Tahapan dalam menentukan segmentasi berikutnya adalah *positioning* bertujuan agar objek wisata Umbul Besuki lebih dikenal oleh wisatawan. Hal-hal yang dilakukan dalam *positioning* tersebut seperti dapat menawarkan solusi kepada wisatawan mengenai masalah kemudian Pokdarwis akan merancang pesan tentang masalah yang dialami wisatawan, kemudian melakukan identifikasi masalah apa yang terjadi agar wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Umbul Besuki kembali berkunjung. Pada kesempatan mewawancarai wisatawan masalah yang dirasakan wisatawan tersebut adalah masalah kebersihan saat kondisi objek wisata ramai dan kurangnya tempat untuk duduk atau untuk menaruh barang bawaan.

Selain menyuguhkan pemandangan hijaunya sawah dan asrinya pepohonan Umbul Besuki menawarkan wahana bermain yang diminati anak-anak. Wahana edukatif juga tersedia bagi khalayak

yang akan mengadakan *outbond* dengan anak-anak atau keluarga. Dengan pemanfaatan halaman dan lahan yang luas oleh pengelola objek wisata Umbul Besuki dengan terus melakukan pengembangan dan penambahan ide-ide kreatif dan inovatif untuk kemajuan objek wisata Umbul Besuki.

## 2. Menyusun Pesan

Penyusunan pesan ditujukan untuk mendapat perhatian khalayak. Dalam menyusun pesan Pokdarwis selaku komunikator berperan sebagai penyusun pesan yang telah direncanakan untuk mengenal khalayak. Pesan dapat disampaikan setelah menentukan materi dan tema. Setelah sasaran khalayak ditentukan pihak pengelola Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan objek wisata Umbul Besuki menggunakan penyusunan pesan secara verbal dan non-verbal. Pesan yang disajikan secara verbal tersebut dilakukan secara lisan dan tulisan, pada proses lisan yaitu disampaikan secara langsung kepada khalayak dan pesan secara tulisan disampaikan dengan menggunakan perantara seperti, spanduk, selebaran dan brosur). Contoh pesan di objek wisata Umbul Besuki terdapat pada papan penunjuk jalan arah jalan masuk wisata, papan tempat loket masuk, papan penunjuk mushola, toilet dan tempat parkir, papan penunjuk area kuliner dan papan pesan di area tempat duduk. Pada brosur pesan tersebut berupa brosur paket *camping ground* dan paket *outbond* yang menawarkan beberapa fasilitas dan harga yang ditawarkan. Pesan berbentuk spanduk oleh Pokdarwis

Umbul Besuki yaitu pemasangan spanduk penunjuk arah menuju tempat wisata pada jalan utama dan terletak dipinggir jalan.

Dalam visi Umbul Besuki Pokdarwis menetapkan sebagai “*Ultimate Choice Of Ponggok*” yang memiliki pesan dan tujuan agar objek wisata Umbul Besuki menjadi pilihan utama wisata air di kawasan wisata Desa Ponggok. Dengan menyediakan berbagai fasilitas dan wahana yang menarik untuk dikunjungi dan berbeda dengan kompetitor wisata lainnya. Dalam pesan pada visi tersebut oleh Pokdarwis masih terus dilakukan perbaikan dan pengembangan fasilitas agar semakin maju sehingga banyak dikenal wisatawan.

Namun, kurangnya dalam penyusunan pesan oleh Pokdarwis Umbul Besuki ini yaitu pada pemasangan spanduk yang belum banyak dan strategis sehingga bagi wisatawan masih kesusahan untuk mencari lokasi objek wisata. Penyusunan pesan menggunakan selebaran oleh Pokdarwis juga masih kurang karena proses penyebaran selebaran tersebut tidak efektif dan hanya dilakukan pada saat objek wisata Umbul Besuki di buka.

Sedangkan pesan secara non-verbal digunakan saat komunikasi secara langsung terjadi karena proses ini menggunakan *body language*, gestur, tindakan dan mimik komunikator.

Proses tersebut dikerjakan Pokdarwis bersama pengelola lapangan di Umbul Besuki dengan menyampaikan langsung informasi kepada wisatawan saat berkunjung untuk mengikuti instagram, facebook dan

youtube Umbul Besuki agar mendapatkan informasi keseharian dan informasi lainnya terkait dengan Umbul Besuki. Informasi yang disampaikan di instagram dan facebook tidak hanya berupa foto tetapi juga postingan berbentuk video dengan audio yang dibuat secara menarik. Pada postingan di youtube tersedia video yang memberikan kegiatan keseharian dan beberapa informasi terkait objek wisata Umbul Besuki. Selain mempromosikan pesan melalui media sosial pengelola juga memasang spanduk di atas atau pinggir jalan agar akses masyarakat untuk mengetahui lokasi objek wisata Umbul Besuki tersebut mudah. Namun, spanduk penunjuk arah menuju Umbul Besuki ini masih sulit, namun para wisatawan yang akan berkunjung dapat dengan mudah menemukan lokasi Umbul Besuki melalui google maps.

Proses penyampaian pesan secara non-verbal yang dilakukan Pokdarwis dan pengelola Umbul Besuki lainnya yaitu saat bertemu dengan orang lain di suatu tempat seperti, tempat bekerja, di pasar ataupun mengajak kenalan untuk berwisata ke Umbul Besuki dengan menyampaikan secara langsung dan mengenalkan objek wisata tersebut.

### **3. Menentukan Metode**

Setelah cara penyampaian pesan yang dilakukan Pokdarwis dan pengelola Umbul Besuki dengan spanduk dan penyampaian secara langsung kepada calon wisatawan melalui silaturahmi pribadi atau

sosialisasi. Tentu proses penyampaian pesan secara informatif tersebut mempermudah ingatan dalam menerima pesan oleh para khalayak. Penyampaian pesan secara informatif dilakukan Pokdarwis dengan memberikan informasi yang berisi tentang kegiatan, fasilitas dan keadaan yang terjadi di Umbul Besuki kepada wisatawan dengan jelas dan menarik. Dengan penyampaian pesan secara langsung kepada wisatawan dianggap akan lebih mudah diingat dan membekas. Bentuk informatif dalam pesan tersebut berupa pesan dalam wahana *flying fox* terdapat papan wahana dan tarif namun papan pesan tersebut kurang menarik dilihat karena ditulis dengan tangan dan papan kayu.

Penyampaian pesan dengan metode edukatif juga diterapkan oleh Pokdarwis, selain pepohonan dan pemandangan asri yang memberikan hawa sejuk, lahan luas juga menjadi potensi sebagai sarana *camping ground* dan *outbond* untuk anak-anak agar mengenal alam dan potensi disekitarnya. Dan potensi yang berada di objek wisata Umbul Besuki oleh pihak pengelola akan dijelaskan dan dikenalkan secara informatif agar menarik calon wisatawan untuk berwisata. Secara edukatif objek wisata Umbul Besuki memberikan fasilitas untuk mengenal alam sekitarnya namun kurangnya belum ada bentuk edukasi lain yang dapat dikenalkan.

Metode persuasif adalah metode yang dilakukan dengan membujuk secara langsung dan tidak langsung dapat berupa brosur, selebaran, spanduk dan apapun yang bersifat mengiklankan. Dalam



penyampaian pesan di media sosial ajakan untuk berkunjung ke objek wisata Umbul Besuki digunakan pada setiap postingan di instagram, youtube maupun facebook Umbul Besuki. Pada spanduk yang menunjukkan gambar Umbul Besuki yang menarik sehingga khalayak akan tertarik, pada brosur menawarkan fasilitas yang lengkap dan ajakan untuk mengadakan *outbond* dan *camping ground* di Umbul Besuki. Dan selebaran yang diberikan secara cuma-cuma kepada wisatawan yang berisi informasi tentang Umbul Besuki beserta fasilitas yang tersedia agar wisatawan tertarik dan akan berkunjung kembali. Mengajak wisatawan secara tidak langsung dapat dilakukan dengan menggunakan *gesture*, *mimik* dan *body language*. Saat bertemu dengan khalayak di jalan, dipasar, ditempat kerja atau mengajak kenalan untuk berwisata ke Umbul Besuki.

Metode *event* juga digunakan sebagai pengenalan khalayak, metode ini diselenggarakan pada saat hari-hari tertentu atau dilakukan sebulan sekali yaitu pada hari jadi objek wisata Umbul Besuki dan ketika ada penyelenggaraan *event* oleh media partner yang mengadakan acara di Umbul Besuki. Pada *event* inilah masyarakat akan lebih tertarik dan berwisata ke Umbul Besuki.

#### **4. Seleksi Dalam Penggunaan Media**

Media komunikasi menjadi alat atau sarana yang memudahkan dilakukannya proses penyampaian pesan dari Pokdarwis Wanua Tirta objek wisata Umbul Besuki kepada khalayak agar tujuan tersebut

tercapai. Pemilihan media yang digunakan oleh pengelola Umbul Besuki sangatlah berpengaruh dalam menarik calon wisatawan. Pokdarwis selaku pengelola menggunakan media sosial sebagai media untuk meningkatkan jumlah wisatawan media yang digunakan yaitu instagram, facebook dan youtube.

Dalam penyampaian pesan untuk semakin menarik wisatawan postingan yang diunggah di beberapa platform tersebut diedit agar terlihat unik dan bervariasi. Karena update postingan tersebut dilakukan setiap hari dengan memposting kegiatan harian Umbul Besuki. Saat mengunggah konten ke media sosial tersebut pengelola memilih waktu emas atau waktu dimana informasi lebih mudah diakses, yaitu sekitar di pagi hari pukul 9 hingga 10 pagi, untuk siang pukul 12 siang atau akan di unggah pada sore hari pukul 3 sampai 4 sore Waktu Indonesia Barat (WIB). Bentuk pesan yang diposting tersebut berupa video tentang kegiatan harian di Umbul Besuki seperti, wisatawan yang sedang berkunjung, berenang dan menunjukkan fasilitas apa saja yang tersedia. Wisatawan juga dapat menandai akun Umbul Besuki di instagram maupun facebook sebagai bentuk apresiasi dan pemberian masukan. Dengan semakin dikenalnya Umbul Besuki dan meningkatkan jumlah wisatawan, pengikut di akun instagram Umbul Besuki juga mulai bertambah dan mulai dikenal banyak khalayak.

Penggunaan media untuk penyampaian pesan juga terdapat dalam spanduk, brosur dan selebaran. Dalam media spanduk atau baliho pesan yang disampaikan mengenai lokasi dan gambar wisata yang terletak di tempat masuk menuju wisata dan berada di pinggir jalan, dalam brosur menawarkan paket wisata berupa *outbond* dan *camping ground* di Umbul Besuki dengan fasilitas yang juga disediakan oleh pihak pengelola dan brosur tersebut dapat dilihat pada *highlight* instagram Umbul Besuki atau melalui pengelola secara langsung, dan dalam bentuk selebaran media tersebut menyampaikan pesan untuk mengajak calon wisatawan mengunjungi Umbul Besuki dan biasanya selebaran ini akan diberikan cuma-cuma kepada wisatawan yang datang ke objek wisata.

Penggunaan media lainnya sebagai sarana penyampaian pesan seperti media elektronik dan media cetak, pihak pengelola yaitu Pokdarwis belum menjalin kerjasama dengan pihak dari stasiun-stasiun televisi, radio dan koran. Promosi yang dilakukan melalui media elektronik dan cetak dapat memberikan banyak manfaat untuk Umbul Besuki, namun pihak pengelola masih kurang dalam melakukan penyebaran informasi sehingga khalayak yang tidak menggunakan media sosial belum mengetahui keberadaan objek wisata Umbul Besuki.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian selama 1 bulan yaitu pada tanggal 27 September-27 Oktober 2023 hasil analisis dari penelitian yang peneliti jelaskan pada bab-bab sebelumnya, diperoleh kesimpulan strategi komunikasi yang dilakukan Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan selaku pengelola objek wisata Umbul Besuki dalam meningkatkan jumlah wisatawan tersebut diterapkan pada empat metode :

Pertama, yaitu mengenal khalayak. Objek wisata adalah tempat hiburan untuk berkumpul, berlibur, berkegiatan dan berwisata untuk menghilangkan penat setelah seharian bekerja dan untuk refreshing. Pengelola objek wisata Umbul Besuki telah menentukan sasaran dalam menentukan target yang dituju. Maka dari itu Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan mensegmentasikan objek wisata Umbul Besuki dapat dinikmati oleh semua khalayak dari berbagai usia, dari anak-anak, remaja sampai orang tua dan keluarga. Dan dapat dinikmati oleh berbagai kalangan dan tidak untuk kalangan tertentu.

Kedua, menyusun pesan. Pada penyusunan pesan yang berkaitan dengan pengembangan objek wisata Umbul Besuki, Pokdarwis dan pengelola menggunakan 2 penyajian jenis pesan, yaitu penyajian pesan secara verbal dan non verbal. Pesan verbal disajikan dalam lisan yang bentuk pesannya disampaikan secara langsung dan berbentuk tulisan seperti penyampaian dalam brosur, spanduk dan selebaran. Sedangkan pesan secara non verbal sering dilakukan saat komunikasi langsung,

contohnya dengan *body language*, *gesture* dan tindakan komunikator. Dalam menjalankan proses ini, Pokdarwis dan pengelola lapangan objek wisata Umbul Besuki yang bertanggung jawab.

Ketiga, yaitu menentukan metode. Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan melakukan metode penyampaian pesan secara informatif, edukatif dan persuasif. Selain menggunakan media sosial dan spanduk, cara yang digunakan yaitu secara lisan langsung ke masyarakat atau calon wisatawan yang disampaikan lewat sosialisasi ataupun silaturahmi pribadi, menyampaikan pesan secara informatif ini akan memudahkan untuk menerima pesan yang telah dijelaskan oleh Pokdarwis atau pengelola objek wisata Umbul Besuki kepada khalayak. Secara edukatif yaitu dengan mengenalkan atau menjelaskan potensi yang berada di objek wisata Umbul Besuki seperti, mengadakan *outbond* dan *camping ground* di alam. Dan secara persuasif bentuk pesan dalam spanduk, brosur dan selebaran yang berisi mengajak untuk berwisata ke objek wisata Umbul Besuki.

Keempat, yaitu seleksi dalam penggunaan media. Pemilihan media untuk menyampaikan pesan dan metode yang telah disusun sangat berperan penting dalam meningkatkan jumlah wisatawan. Media komunikasi yang digunakan Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan dalam menyebarkan informasi dan mempromosikan objek wisata Umbul Besuki adalah media sosial. Beberapa media sosial yang dipakai yaitu, instagram, facebook dan youtube.

Dalam proses penyampaian pesan pihak pengelola Umbul Besuki selalu membuat postingan yang unik dan menarik dalam bentuk foto atau video. Karena update postingan tersebut dilakukan setiap hari dengan memposting kegiatan harian

Umbul Besuki. Dan dilakukan pada waktu emas yaitu saat pagi hari pukul 9 hingga 10 pagi, siang pada pukul 12 siang atau sore diunggah pada pukul 3 hingga 4 sore WIB. Wisatawan juga dapat menandai akun Umbul Besuki di instagram maupun facebook sebagai bentuk apresiasi dan pemberian masukan.

## **B. Saran**

Penelitian ini yang membahas mengenai “Strategi Komunikasi Pokdarwis Objek Wisata Umbul Besuki Polanharjo Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan” memberikan saran yang diharapkan bermanfaat bagi perkembangan Umbul Besuki sebagai salah satu objek wisata di kota Klaten, sebagai berikut :

### **1. Secara Akademis**

Setelah melakukan penelitian, saran dari peneliti untuk peneliti selanjutnya yang penelitiannya dengan mengangkat strategi komunikasi pada objek wisata, khususnya Umbul Besuki diharapkan untuk lebih dalam saat menjalankan penelitian yang berkaitan dengan topik masalah yang diteliti.

### **2. Secara Praktis**

Bagi pengelola objek wisata Umbul Besuki Pokdarwis selain menggunakan media sosial seperti, instagram, facebook dan youtube, pemanfaatan media lain seperti media elektronik dan media cetak sangat efektif sebagai sarana informasi untuk dapat ditingkatkan. Dalam penyampaian informasi lewat website untuk memberikan detail tentang objek wisata Umbul Besuki dan memberikan sejarah terbentuknya. Karena hal tersebut dapat membantu masyarakat untuk mengetahui gambaran objek wisata Umbul Besuki.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A. (1984). *Strategi Komunikasi*. Bandung: CV. Armico.
- Bakarudin. (2009). *Perkembangan Permasalahan Kepariwisataaan*. Padang: UNP Press.
- Bungin, B. (2017). *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: prenadamedia Grup.
- Cangara, H. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Cangara, H. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Damanik, Janianton, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta: PUSBAR UGM & ANDI YOGYAKARTA.
- Denzin, N. K. (n.d.). *The logic of Naturalistic Inquiry in Sociological Methods: A Sourcebook* (N.K Denzin; McGraw-Hill, Ed.).
- Effendy, O. U. (1984). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (1993). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fajar, M. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fandeli, C. (1995). *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisataaan Alam*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Fandy, T. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Genny Gustina Sari, Y. F. (2019). POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Desa Koto

- Sentajo Mempromosikan Objek Wisata Budaya Rumah Godang. *Journal of Servite*, 1(2), 4.
- Haris, H. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Harold D. Lasswell. (2009). Structure an Function of Communication in Societ. *Dalam Wilbur Schramm. (Ed)*.
- Ir. Firmansyah, R. (2012). *Pedoman Kelompok Sadar Wisata*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Wisata Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Ivancevich, J. (2007). *Perilaku & Manajemen Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Jogloabang. (2019). UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. Retrieved from <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-10-2009-kepariwisataan>
- Kusumaningrum, D. (2009). *Persepsi Pengunjung Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang*. Universitas Gadjah Mada.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moeleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Novedha. (2019). *Analisis Potensi Pariwisata Di Obyek Wisata Kahyangan Di Kecamatan Tirtoyomo Kabupaten Wonogiri Tahun 2018*. (2).
- Pendit, N. S. (2004). *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Pradaya Paramita.
- Pitana, I Gde, Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Prof. Dr. Ir. Suhadi, M. S. (2022). *Pengantar Pariwisata* (Eureka Media Aksara, Ed.).



Purbalingga.

Ridwan. (2020). *Ekonomi Dan Pariwisata*. Makassar: Garis Khatulistiwa.

Ruslan, R. (2008). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Sekaran, U. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

Spillane. (1987). *Pengertian Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

Subkhi, Akhmad dan Jauhar, M. (2013). *Pengantar Teori dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Prestasi Pustaka.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: ALFABETA CV.

Suryanto. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Utami, H. (2020). *Analisis Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Umbul Brintik di Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten Tahun 2020*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Widya Dharma Klaten, Klaten.

Yoeti, O. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradaya Paramita.

Yoeti, Oka. (1985). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

Yoeti, Oka. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

## Lampiran 1. Transkrip Wawancara

### Interview Guide

#### Wawancara 1

**Nama Informan** : Triyono

**Jabatan** : Ketua Pokdarwis

1. Bagaimana sejarah terbentuknya Pokdarwis Wanua Tirta di Desa Kiringan?

**Jawab** : “Pokdarwis itu kan lembaga berkegiatan dalam hal ini memang yaitu, relawan yang kemudian intinya pokdarwis dibentuk dipinggok untuk menyambut visi, misi pemerintah desa ponggok yaitu sebagai desa wisata. Desa wisata itu sendiri didirikan nanti seberapa banyak masyarakat yang terlibat langsung di sektor wisata. Kalau dulu itu ponggok baru ada yang namanya umbul ponggok yang viral itu dibawah oleh BUMDES, jadi bagaimana untuk mengoptimalkan di masing-masing wilayah RW karena nanti itu potensi ekonominya akan berkembang pesat jadi dibentuklah pokdarwis dan pokja walaupun pokja sendiri itu teman-teman dari pengurus pokdarwis juga”.

2. Sejak kapan Pokdarwis Wanua Tirta ini dibentuk?

**Jawab** : “jadi pokdarwis ini didirikan sejak 1 September 2017, dibentuk untuk menggerakkan visi, misi sebagai desa wisata yaitu untuk mengembangkan sebagai objek wisata”.

3. Bagaimana struktur organisasi di umbul besuki dan bagaimana tugasnya?

**Jawab** : “Untuk struktur organisasinya bisa saya jelaskan seperti ini mba.

Ketua Pokdarwis	: Bapak Triyono
Sekretaris	: Bapak Sholeh
Bendahara	: Bapak Rismadi
Ketua Pokja 4 Umbul besuki	: Bapak Nur Kholis
Bendahara	: Bapak Efendi
Marketing	: Bapak Eko
Pengembangan	: Bapak Suharto
Perawatan	: Bapak Subagyo
Humas	: Bapak Suharno
	Bapak Slamet Widoyo
Pengurus lapangan	: Bapak Sugeng

4. Apa visi, misi dari Objek Wisata Umbul Besuki?

**Jawab** : “Visi adalah “*ULTIMATE CHOICE OF PONGGOK*” yang memiliki arti sebagai pilihan utama wisata air di daerah ponggokk. Harapannya nanti dikemudian hari akan menjadi wisata yang memiliki pemandangan dan kolam air yang lengkap dan untuk misinya yaitu untuk meningkatkan objek wisata Umbul Besuki adalah dengan mengoptimalkan sumber daya manusia (SDM) dan (SDA) sumber daya alamnya”.

5. Siapa pemilik Objek Wisata Umbul Besuki ini?

**Jawab** : “Karena objek wisata ini dikelola oleh masyarakat Desa Kiringan Rw. 04 atau disebut Pokja 4 dan dibawah oleh Pokdarwis Wanua Tirta jadi objek ini milik masyarakat Desa Kiringan. Karena hasil nya akan kembali ke masyarakat”.

6. Bagaimana konsep dari Objek Wisata Umbul Besuki?

**Jawab** : “Konsep dari wisata umbul besuki ini alami mba, konsep alami yang tidak banyak dimiliki wisata lain. Karena di umbul ini selain menyuguhkan kolam renang juga menyuguhkan pemandangan yang masih asri dengan banyak pepohonan dan wilayah nya juga terletak di bukit sehingga bentuk tanahnya yang menanjak dengan sawahnya masih mengelilingi umbul. Selain itu wisata air kami juga menyediakan tempat untuk *outbond*, *camping ground*, pertemuan untuk skala besar, *wedding party* dan *culinary*”.

7. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak pengelola Objek Wisata Umbul Besuki untuk menarik wisatawan?

**Jawab** : “Pengurus umbul selalu meningkatkan fasilitas dan wahana, peningkatan fasilitas berupa penambahan gazebo, mushola, kamar mandi dan lapangan *outbond*, lalu wahana berupa pengadaan flying fox dan atv yang juga dapat disewa oleh semua wisatawan”

8. Siapa saja khalayak yang ditargetkan dan apakah ada spesifikasi tersendiri?

**Jawab** : “untuk target atau sasaran pengunjung, kami tidak memandang umur mba. Karena wisata ini akan masih terus berkembang dan masih akan terus dikenalkan ke semua umur. Dengan tujuan menjadi tempat untuk berwisata, refreshing dan *outbond* semua khalayak”

9. Bagaimana Penyusunan Pesan dalam menjalankan strategi komunikasi?

**Jawab** : “saat kita masih proses dalam pengembangan Umbul Besuki pada awalnya tidak sedikit masyarakat Dukuh Kiringan Rw 4 yang tidak

10. Bagaimana penyusunan metode yang dilakukan sebagai strategi dalam komunikasi?

**Jawab** : “Kita semua yang menjadi pengelola Umbul Besuki wajib untuk selalu menyebarkan informasi terkait objek wisata ke wisatawan dan calon wisatawan dimanapun berada. Mengajak saat bertemu langsung dan saat melayani wisatawan dan mengarahkan untuk mem follow akun instagram, facebook dan youtube Umbul Besuki. Juga memasang spanduk penunjuk jalan mbak, ya walaupun masih dinilai kurang tapi kami akan memperbaiki dan menjadi evaluasi kami selanjutnya”

11. Apakah ada seleksi dalam menggunakan media sebagai strategi komunikasi untuk mengiklankan atau memfollow up Objek Wisata Umbul Besuki?

**Jawab** : “dalam menyampaikan informasi itu kita langsung terfikir untuk lewat media sosial mbak, karena dinilai efektif dan mudah maka kita mulai menggunakan instagram dulu kemudian membuat akun facebook dan youtube Umbul Besuki. Dengan rutin untuk memposting keseharian kegiatan di Umbul Besuki ternyata memberikan respon bagus di masyarakat dan kami mulai kenal. Dan mulai banyak orang yang menandai kami melalui video maupun foto. Dan kami juga membuat konten yang berisi kegiatan atau sarana apa saja yang ada di Umbul Besuki di youtube kami”.

12. Keuntungan apa yang diperoleh Objek Wisata Umbul Besuki dalam iklan?

**Jawab** : “Tentu saja sangat mempengaruhi dalam naiknya jumlah wisatawan mbak, karena ternyata yang datang berwisata tidak hanya dari dalam kota tapi juga dari luar kota”

## Wawancara 2

**Nama Informan** : **Suharno**

**Jabatan** : **Humas**

1. Siapa saja khalayak yang ditargetkan dan apakah ada spesifikasi tersendiri?

**Jawab** : “agar wisata Umbul Besuki ini semakin dikenal kita saat awal melakukan riset mbak, apakah ada spesifikasi pada wisata air ini. Karena saat pembangunan kita terfokus pada perbaikan dan daya tariknya. Wisata air ini awalnya ramai dikalangan anak muda dan anak-anak tapi setelah semakin banyak yang tau menjadi salah satu wisata keluarga. Jadi, kita mulai menyesuaikan pembangunan fasilitas menjadi ramah untuk semua kalangan”.

2. Bagaimana Penyusunan Pesan dalam menjalankan strategi komunikasi?

**Jawab** : “pada saat awal pembangunan Umbul Besuki ini kita bersama masyarakat terutama perangkat dan tokoh-tokoh desa melakukan sosialisasi dulu. Karena awal perkembangan tidak mudah dilakukan dan pasti banyak pro dan kontra nya. Dengan pendekatan kepada masyarakat kemudian kami saling bergotong royong membangun wisata ini. Setelah semua mulai stabil, kita dari pihak pengelola mulai melakukan promosi objek wisata Umbul Besuki melalui spanduk, brosur, percakapan langsung, instagram dan facebook. Dengan tujuan membantu perekonomian dan memperkenalkan wisata air baru”.

3. Bagaimana penyusunan metode yang dilakukan sebagai strategi dalam komunikasi?

**Jawab** : “metode kita lakukan secara sosialisasi ke masyarakat langsung dengan menjelaskan secara rinci kegiatan, sarana dan fasilitas yang ditawarkan Umbul

Besuki. Dari informasi yang kita jelaskan itu bersifat informatif dan edukatif juga mbak. Selain itu kita juga mengajak atau bentuk persuasif dalam mengajak masyarakat untuk berkunjung, misal saat kita bertemu di jalan atau bertemu di pasar ataupun ditempat-tempat lainnya”

4. Apakah ada seleksi dalam menggunakan media sebagai strategi komunikasi untuk mengiklankan atau memfollow up Objek Wisata Umbul Besuki?

**Jawab** : “seleksi pemilihan media kita menggunakan media sosial dulu mbak, karena untuk bekerja sama dengan pihak lain belum mampu. Jadi, melalui media sosial seperti instagram, facebook dan youtube kita memposting konten berupa gambar ataupun video yang memberikan informasi menarik tentang keseharian kegiatan yang ada di Umbul Besuki. Dan agar postingan tersebut lebih mudah diterima khalayak kita mengupload konten tersebut di jam dimana orang sedang istirahat atau sedang menggunakan media sosial, yaitu saat pagi hari jam 9 sampai 10 atau siang di jam 12 ataupun di sore hari jam 3 sampai 4 mbak, jadi dari salah satu waktu tersebut”.

5. Apakah dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak pengelola sudah optimal?

**Jawab** : “dalam kerja samanya dan membantu proses promosi sudah cukup baik dapat dilihat 3 tahun ini. Semua pihak pengelola Umbul Besuki maupun dari Pokdarwisnya sendiri saling bergotong royong dan selalu mengingatkan satu sama lain. Tapi masih banyak yang harus diperbaiki dan terus dikembangkan lagi karena akan semakin banyak kompetitor yang berkembang”.



### Wawancara 3

**Nama Informan** : Sugeng

**Jabatan** : **Pengurus Lapangan Umbul Besuki**

1. Kapan Umbul Besuki diresmikan menjadi Objek Wisata?

**Jawab** : “Umbul besuki diresmikan pada bulan desember 2019, yang mana baru mulai dibukanya kemudian pada awal tahun 2020 harus tutup karena pademi covid, jadi setelah covid baru mulai buka akhir tahun 2020 dengan protokol kesehatan”.

2. Kapan pengembangan Umbul Besuki dimulai?

**Jawab** : “Mulai dikembangkan dan direnovasi pada tahun 2016 mba, tapi akses masuk nya masih berupa tanah dan belum seperti sekarang ini, karena ini masih akan terus melakukan perkembangan”.

3. Apa keunikan Umbul Besuki dibandingkan dengan kompetitor lainnya?

**Jawab** : “Keunikannya yang lebih unggul dari wisata lainnya yaitu, pada pemandangannya yang masi menyuguhkan alamnya yang masih asri. Banyak pohon-pohon, sawah yang masih banyak disekitar umbul sama pemandangan gunung merapi yang jelas yang tidak banyak dimiliki wisata lainnya”.

4. Fasilitas apa saja yang disediakan di Umbul Besuki?

**Jawab** : “disini kami menyediakan 4 kolam renang yang satu untuk dewasa dengan kedalaman 2-3 meter dan tiga kolam renang untuk anak-anak, ada persewaan pelampung juga mba, gazebo, mushola, toilet dan tempat parkir. Selain

itu, kini kami juga punya wahana baru mba, yang bisa dinaiki oleh wisatawan maupun untuk *outbond* yaitu, wahana *flying fox* dan ATV untuk *offroad*".

5. Mulai buka dari jam berapa Objek Wisata Umbul Besuki ini dan berapa harga tiket masuknya?

**Jawab** : "Ya mba, umbul besuki ini buka pagi di jam 08.00 sampai jam 17.00 mba. Untuk tiket masuknya kita mengambil tarif Rp. 10.000 per orangnya".

#### **Wawancara 4**

**Nama Informan** : **Mutoharoh**

**Sebagai** : **Wisatawan Umbul Besuki**

1. Siapa nama dan berapa umur anda?

**Jawab** : "Mutoharoh 34 tahun"

2. Anda berasal dari mana?

**Jawab** : "saya asal Sukoharjo mbak"

3. Dari manakah anda mengetahui informasi mengenai Objek Wisata Umbul Besuki ini?

**Jawab** : "awal tau Umbul Besuki dari instagram karena saya sering scroll dan tiba-tiba ada video dari akun Umbul Besuki yang lewat kemudian saya liat dan tertarik berkunjung"

4. Apakah yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi Objek Wisata ini?

**Jawab** : "karena tempat ini nyaman mbak, dan untuk anak kecil juga sangat aman karena juga sejuk ada wahana bermain juga"

5. Sudah berapa kali anda mengunjungi Objek Wisata ini?

**Jawab** : "sudah tiga kali saya ke umbul ini"

6. Menurut anda dengan harga tiket yang sudah ditentukan apakah itu sudah terjangkau?

**Jawab** : “menurut saya sangat terjangkau mbak dengan fasilitas dan wahana yang ada”

7. Bagaimana dengan akses masuk atau jalan menuju Objek Wisata ini? Apakah mudah ditemukan dengan penunjuk arah atau sedikit membingungkan?

**Jawab** : “untuk akses jalan awal dulu kesini sempat kesulitan karena lewat jalan yang sangat kecil dan rumah-rumah tapi setelah tau jalan yang lebih mudah jadi lebih mudah juga ”

8. Bagaimana tanggapan anda mengenai keseluruhan dari Objek Wisata ini?

**Jawab** : “sejauh ini saya sudah cukup puas dengan yang disediakan dari fasilitas dan wahana karena saya juga membawa anak-anak juga jadi sejauh ini saya sangat puas”

9. Apa kritik dan saran anda untuk Objek Wisata ini?

**Jawab** : “kebersihan aja sih mbak kalau saat hari *weekend* itu jadi makin banyak sampah dan gak enak dilihat”

## **Wawancara 5**

**Nama Informan** : **Diah Permatasari**

**Sebagai** : **Wisatawan Umbul Besuki**

1. Siapa nama dan berapa umur anda?

**Jawab** : “Diah Permatasari umur 21 tahun”

2. Anda berasal dari mana?

**Jawab** : “saya dari Cepogo Boyolali”

3. Dari manakah anda mengetahui informasi mengenai Objek Wisata Umbul Besuki ini?

**Jawab** : “awal tau Umbul Besuki ini dari tiktok mbak, ada yang buat video tentang wisata di Klaten yang sedang hits jadi saya tertarik dan akhirnya kesini’

4. Apakah yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi Objek Wisata ini?

**Jawab** : “waktu awal kesini pas masih belum banyak yang tau, itu masih asri dan nyaman bgt mbak dan buat sekarang karena emakin dikenal dan banyak yang tau sama fasilitas udah makin di ditambah dan diperbaiki jadi semakin puas sama umbul ini”

5. Sudah berapa kali anda mengunjungi Objek Wisata ini?

**Jawab** : “sudah dua kali ke umbul ini”

6. Menurut anda dengan harga tiket yang sudah ditentukan apakah itu sudah terjangkau?

**Jawab** : “menurut saya dari parkir kan Rp. 3000 dan tiket masuk Rp. 10.000 ditambah dapat air mineral itu menurut saya udah terjangkau dan murah mbak”

7. Bagaimana dengan akses masuk atau jalan menuju Objek Wisata ini? Apakah mudah ditemukan dengan penunjuk arah atau sedikit membingungkan?

**Jawab** : “untuk akses jalan kalau dari jalan besar klaten-boyolali dan sampai ke jalan besar yang sekitar wisata mudah untuk ditemukan mbak. Namun saat akan masuk ke umbulnya karena saya menggunakan mobil agak susah untuk masuk karena masih bergantian dengan mobil lain yang lewat”

8. Bagaimana tanggapan anda mengenai keseluruhan dari Objek Wisata ini?

**Jawab** : “sejauh ini saya puas dan menikmati semua fasilitas yang ada juga untuk pemandangannya jadi salah satu spot foto yang bagus mbak”

9. Apa kritik dan saran anda untuk Objek Wisata ini?

**Jawab** : “mungkin untuk kebersihan aja sih mbak, karena kalau saat ramai sampah jadi makin banyak dan tidak dibuang pada tempatnya. Untuk saran bisa ditambah lagi gazebo untuk wisatawan karena saat ramai bingung untuk mencari tempat”

## Lampiran 2. Dokumentasi



Gambar 18. Wawancara dengan Bapak Triyono selaku Ketua Pokdarwis



Gambar 17. Wawancara dengan pengurus Umbul Besuki



Gambar 16. Wawancara dengan Bapak Sugeng selaku pengurus lapangan Umbul Besuki



Gambar 20. Wawancara dengan Mutoharoh sebagai wisatawan Umbul Besuki



Gambar 19. Wawancara dengan Diah sebagai wisatawan Umbul Besuki

### Lampiran 3. Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**  
**FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**

Jl. Pandawa Pucangan Kartasura Sukoharjo Telp. (0271) 781516 Fax. (0271) 782774  
 Homepage : [fud.iain-surakarta.ac.id](http://fud.iain-surakarta.ac.id) E-mail: [fud@iain-surakarta.ac.id](mailto:fud@iain-surakarta.ac.id)

Nomor : B- 3053/Un.20/F.I/PP.01.1/09/2023 Surakarta, 29 September 2023  
 Lampiran : -  
 Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth  
**Ketua Pokdarwis Umbul Besuki**  
 Jl. Dk. Kiringan, Ponggok, Kec. Polanharjo Kab. Klaten Jawa Tengah 57474

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Prof. Dr. Islah., M. Ag  
 NIP : 19730522 200312 1 001  
 Pangkat : Pembina TK. I /(IV/b)  
 Jabatan : Guru Besar/Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
 UIN Raden Mas Said Surakarta Surakarta

Memohon izin Penelitian bagi mahasiswa kami:

Nama : Qorin Dururi Hamid  
 NIM : 181211185  
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Waktu Penelitian : 27 September – 27 Oktober 2023  
 Lokasi : Pokdarwis Wanua Tirta 4 Kiringan  
 Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pokdarwis Objek Wisata Umbul Besuki  
 Polanharjo Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan

Demikian surat ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



**Prof. Dr. Islah., M. Ag**  
 19730522 200312 1 001



## Lampiran 4. Surat Telah Selesai Pene



**POKDARWIS WANUA TIRTA**  
 PEMERINTAH KABUPATEN KLATEN  
 KECAMATAN POLANHARJO  
 DESA PONGGOK  
 Jl Raya Ponggok No.110 Kode Pos 57474

No : 002/PWT/P.X/2023  
 Lamp : -  
 Perihal : Keterangan Penelitian

Kepada Yth, **Pembina TK. I/(IV/b)**  
 Guru Besar/Dekan Fakultas Ushaludin dan Dakwah  
 UIN Raden Mas Said Surakarta

Assallamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Triyono  
 Jabatan : Ketua Pokdarwis Desa Ponggok Polanharjo Klaten  
 Alamat : Umbul Sari, Ponggok, Polanharjo, Klaten

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa :

Nama : Qorin Dururi Hamid  
 NIM : 181211185  
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah melakukan penelitian yang dilaksanakan selama satu bulan pada tanggal 27  
 September – 27 Oktober 2023

Tempat : Desa Ponggok Polanharjo Klaten  
 Lokasi : Wisata Alam Umbul Besuki  
 Judul skripsi : Strategi Komunikasi Wisata Alam Umbul Besuki Dalam  
 Meningkatkan Jumlah Wisatawan.

Selama melakukan penelitian di Wisata Alam Umbul Besuki yang bersangkutan telah mempelajari tentang program marketing untuk peningkatan jumlah wisatawan. Yang bersangkutan telah melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.

Demikian surat keterangan penelitian ini kami buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya

Ponggok, 23 Oktober 2023  
 Ketua Pokdarwis Wanua Tirta

  
 Triyono  


## **Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup**

### **Daftar Riwayat Hidup**

#### **DATA PRIBADI**

Nama : Qorin Dururi Hamid  
Tempat, Tanggal Lahir : Klaten, 23 Agustus 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Puluhan rt 09 rw 04, Puluhan, Jatinom, Klaten  
Status : Mahasiswa  
Kewarganegaraan : Indonesia  
No. Hp : 085725844983  
E-mail : qorinhamiid@gmail.com

#### **Riwayat pendidikan**

2006-2012 SDN 1 Bonyokan  
2012-2015 MTS Al-Mukmin  
2015-2018 MA Al-Mukmin  
2018-2023 Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta