

**Strategi Promosi Pariwisata Air Terjun Untuk Mendukung Pemangunan Daerah  
(Studi Pada Wisata Air Terjun *Palak Siring*, Kelurahan Kemumu Kecamatan  
Arma Jaya, Kabupaten Bengkulu Utara)**

**Tantri Suhrini, Lisa Adhrianti, Eka Vuspa Sari**  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Bengkulu  
[tantrisuhri90@gmail.com](mailto:tantrisuhri90@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi pariwisata melalui *Promotion Mix* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara pada objek wisata Air Terjun *Palak Siring* untuk mendukung Pembangunan Daerah. Penelitian ini menggunakan teori *Promotion Mix*. Data penelitian ini diperoleh dari informan dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam terhadap 7 informan, observasi partisipan dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan cara triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara adalah melalui berbagai variabel promosi diantaranya yaitu periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Namun ada hal yang menjadi permasalahan pada strategi promosi pariwisatanya yakni tidak ada dana anggaran yang diberikan pemerintah untuk mengembangkan potensi pariwisata pada objek wisata Air Terjun *Palak Siring* Kemumu, pemasaran langsung juga belum terlaksana dengan optimal.

**KataKunci:** Strategi Promosi, Pariwisata, Pembangunan Daerah

**Waterfall Tourism Promotion Strategy to Support Regional Development (Study on  
Palak Siring Waterfall Tourism, Kemumu Village, Arma Jaya District, North Bengkulu  
Regency)**

**ABSTRACT**

This study aims to determine the tourism promotion strategy through the Promotion Mix carried out by the North Bengkulu Regency Tourism Office at the Palak Siring Waterfall tourist attraction to support Regional Development. This study uses the Promotion Mix theory. The data of this research were obtained from informants using purposive sampling technique. Data collection techniques were carried out by means of in-depth interviews with 7 informants, participant observation and documentation. Data analysis technique is done by triangulation of sources. The results showed that the tourism promotion strategy carried out by the North Bengkulu Regency Tourism Office was through various promotional variables including advertising, personal selling, sales promotion, public relations, and direct marketing. However, there is a problem with the tourism promotion strategy, namely there is no budgetary fund provided by the government to develop tourism potential at the Palak Siring Kemumu Waterfall tourist attraction, direct marketing has also not been carried out optimally.

**Keywords:** Promotion Strategy, Tourism, Regional Development

## **PENDAHULUAN**

Menurut Undang-Undang Kepariwisata Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 1 Pariwisata yang merupakan berbagai kegiatan industri perjalanan wisata dan diselenggarakan oleh berbagai dinas dan pemerintahan yang diberikan langsung oleh daerah, pengelola keuangan, dan pemerintah setempat.

Pariwisata sendiri memiliki kata dasar wisata, khususnya perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mengunjungi suatu tempat untuk tujuan rekreasi dalam waktu singkat. Pariwisata di Indonesia sangat mendunia dan terkenal akan keindahan alamnya yang memiliki berbagai jenis kunjungan, seperti wisata sosial, wisata alam, dan wisata edukasi.

Komunikasi pariwisata merupakan sesuatu kegiatan manusia dalam mengantarkan data tentang ekspedisi ke sesuatu wilayah ataupun objek wisata yang hendak didatangi turis dengan menikmati ekspedisi dari sesuatu objek ke objek wisata lain sehingga turis tertarik serta hingga pada sesuatu aksi buat mendatangi. Dunia pariwisata selaku lingkungan produk, membutuhkan komunikasi buat mengkomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan destinasi, serta sumber energy kepada turis serta segala stakeholder pariwisata tercantum

membentuk kelembagaan pariwisata (Bungin,2015:86).

Bengkulu merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang menetapkan bahwa kawasan industri sektor pariwisata sebagai salah satu sektor yang diunggulkan dan dikembangkan. Disampaikan oleh Yudi Satria, Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu (2017) dalam kegiatan Bimbingan Teknis (Bimtek) SDM kepariwisataan, mengatakan bahwa industry pariwisata akan menjadi sektoran dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah serta memperluas pengembangan keuangan daerah dan masyarakat.

Hal inilah yang membuat Pemerintah Provinsi Bengkulu menetapkan program “Visit 2020 Wonderfull Bengkulu” sebagai gol terbesar dalam sektor pariwisata Bengkulu. Selain mempersiapkan objek wisatanya, tentunya Pemerintah Provinsi Bengkulu juga akan mempersiapkan sumber daya manusianya (SDM). Agar masyarakat Provinsi Bengkulu menjadi SDM pariwisata yang handal.

Dalam meningkatkan potensi objek wisata yang beragam, Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Utara membuat produk Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPARDA) yang

ditetapkan pada tahun 2017 yang merupakan arahan pembangunan kepariwisataan di kabupaten Bengkulu Utara dan semua itu adalah sebagai bentuk keseriusan dalam hal mendukung rencana strategis dan regulasi sektor kepariwisataan yang berkelanjutan.

Dengan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPARDA) ini diharapkan agar dapat meningkatkan lapangan pekerjaan, kesempatan bekerja, pengurangan kemiskinan, dan pelestarian lingkungan yang dilaksanakan dengan sistem tata kelola yang baik, serta mampu untuk mendorong kemitraan sektor public dan swasta.

Salah satu tempat objek wisata yang ada di Provinsi Bengkulu Utara yang sudah jarang di kunjungi oleh masyarakat lokal bahkan masyarakat Provinsi Bengkulu sendiri adalah objek wisata Air Terjun *Palak* Siring yang terletak di Kelurahan Kemumu, Kecamatan Arma Jaya, Kabupaten Bengkulu Utara. Selain terkenal dengan 1.000 anak tangganya, Air Terjun *Palak* Siringnya, mekarnya puspa langka Bunga *Rafflesia Gadutensis* dan bendungan yang memanjang mirip dengandam. Kali ini, objek wisata Air Terjun *Palak* Siring dihiasi dengan bermacam kreasi unik dari para pemuda setempat atau Pengelola Karang Taruna.

Disana juga terdapat beberapa objek wisata lain yang menjadi daya tarik yaitu puspa langka bunga *Rafflesia Gadutensis*. Objek wisata 1000 anak tangga yang sebenarnya tidak 1000 melainkan sekitar dua ratusan saja.

Selain itu agar lebih dikenal oleh wisatawan lokal ataupun luar serta menarik untuk dikunjungi, Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara berupaya melakukan promosi melalui berbagai media untuk memberikan informasi kepadacalon wisatawan agar berkunjung ke Air Terjun *Palak* Siring. tentunya kegiatan promosi menjadi salah satu cara yang efektif untuk mendukung pembangunan daerah serta meningkatkan kunjungan wisatawan ke Air Terjun *Palak* Siring ini.

Maka dari itu peneliti disini menggunakan teori Promotion Mix dimana promosi ini masih termasuk kedalam bagian dari pendekatan strategi Marketing Mix untuk membedah penelitian yang peneliti teliti. Didalam Promosi Mix ini terdapat lima komponen yang nantinya akan di jabarkan satu persatu tentang strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara untuk mendukung pembangunan daerah, apakah dengan kegiatan promosi tersebut objek wisata Air Terjun *Palak* Siring ini sudah mampu untuk menciptakan

lapangan kerja baru dan merangsang perkembangan pertumbuhan ekonomi diwilayah tersebut.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Strategi Promosi

Promosi yang menggambarkan bagian dari pendekatan strategi marketing mix, serta menurunkan sesuatu himpunan strategi yang setelah itu diketahui dengan promotion mix. Bagi Kotler & Armstrong variable-variabel yang terdapat didalam Promotion Mix terdapat 5 :

#### 1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah segala kegiatan objek wisata dalam menyampaikan pesan yang bersifat impersonal dengan menggunakan suatu media berbayar.

#### 2. Penjualan Perorang (*Personal Selling*)

Penjualan perorang adalah alat promosi yang banyak melibatkan komunikasi langsung secara personal antara objek wisata dengan audiens baik perorangan atau kelompok.

#### 3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah perlengkapan komunikasi pemasaran yang ialah perangsang untuk sasaran pelanggan buat lekas melaksanakan aksi pembelian ataupun kunjungan.

#### 4. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Hubungan Masyarakat adalah wujud komunikasi non-personal yang bertujuan untuk menciptakan citra baik suatu destinasi serta mengganti opini public secara luas.

#### 5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran Langsung adalah komunikasi langsung dengan pelanggan yang diincar secara special buat mendapatkan asumsi langsung

### Komunikasi Pariwisata

Bidang komunikasi pemasaran pariwisata (*tourism marketing communication*) ataupun TMC ialah bidang yang mengkaji secara totalitas dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang kajian ini menarangkan menimpa 4P (*product, price, place and promotion*), serta 7P (*product, price, place, promotion, people, physical environment and process*). Komunikasi pemasaran ialah metode merepresentasikan gabungan seluruh unsur-unsur yang terdapat dalam bauran pemasaran ataupun marketing mix setelah itu memfasilitasi terbentuknya pertukaran dengan menghasilkan sesuatu makna yang disebarluaskan kepada pelanggan ataupun kliennya (Terence A. Shimp, 2003).

## **Pembangunan Daerah**

Pembangunan Daerah merupakan serangkaian kegiatan atau latihan yang dilakukan pemerintah daerah bersama dengan masyarakat dalam mengawasi dan menggunakan sumber daya yang ada dan membina suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru serta merangsang perkembangan pertumbuhan ekonomi dalam wilayah tersebut. Selanjutnya, pemerintah daerah beserta partisipasi masyarakatnya dan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada harus mampu memiliki potensi sumber daya yang diperlukan untuk merencanakan dan membangun perekonomian daerah (Arsyad, 1999: 128).

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Dalam pengumpulan data primer menggunakan tiga teknik, yaitu: pertama wawancara, peneliti mewawancarai pihak-pihak terkait yang tercantum kedalam informan kunci serta informan pokok. Kedua observasi, disini peneliti melaksanakan observasi terkait dengan hal-hal yang berkaitan dengan

komunikasi promosi pariwisata pada objek wisata Air Terjun *Palak* Siring. Ketiga dokumentasi, peneliti melaksanakan dokumentasi penerapan aktivitas penelitian lewat foto ataupun video. Kemudian data sekunder, data yang ditambahkan atau pelengkap yang bisa didapatkan dari studi pustaka dan literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian. Data sekunder bisa diperoleh dari buku, jurnal, internet, dan lain-lain.

Teknik analisa data dalam penelitian ini ialah meliputi: Reduksi data, Tahapan yang akan dilakukan peneliti di sini adalah merangkum informasi yang diperoleh dari lapangan, mencari tahu hal-hal mendasar yang bergantung pada ide-ide tertentu, subjek dan klasifikasi. Penyajian data, Dalam proses ini, data informasi yang telah direduksi akan diperkenalkan sebagai penggambaran yang dapat berupa kutipan pernyataan artikulasi dari para informan, khususnya Sekretaris Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara, Kepala Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara, Kepala Bidang Perekonomian dan Sumber Daya Alam Dinas Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Bengkulu Utara, Pengelola Karang Taruna Kelurahan Kemumu dan wisatawan objek wisata air terjun *Palak* Siring Kemumu. Kemudian kesimpulan,

kesimpulan awal yang diajukan masih singkat dan bersifat sementara, dan akan diubah jika tidak ada bukti kuat untuk membantu berbagai data informasi berikutnya.

### HASIL PENELITIAN

Berikut ini adalah hasil wawancara informan dan observasi yang dilakukan peneliti melalui analisis berdasarkan promosi pemasaran (Promotion Mix) yang terdiri dari Periklanan, Penjualan Perorang, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat dan Pemasaran Langsung:

- **Advertising (Periklanan)**

Berdasarkan hasil wawancara, Karwiyanto S.Sos (Informan Pokok 1) selaku Sekretaris Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara, mengatakan bahwa:

*“Kita memakai media promosi yaitu media cetak, media elektronik dan media online”* (Wawancara, 2 Juni 2021)

- **Personal Selling (Penjualan Perorang)**

Berdasarkan hasil wawancara, Lasdi Arman (Informan pokok 3) selaku Ketua Karang Taruna Kemumu, mengatakan bahwa:

*“Untuk penjualan tatap muka yang kita lakukan disana yaitu kami mengadakan event*

*pertunjukan kesenian daerah seperti Kuda Kepang, untuk namanya itu Kuda Kepang Beringin Jaya.”* (Wawancara, 2 Juni 2021)

- **Sales Promotion (Promosi Penjualan)**

Berdasarkan hasil wawancara, Karwiyanto S.Sos (Informan pokok 1) selaku Sekretaris Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara mengatakan, bahwa:

*“karena di objek wisata Palak Siring ini terdapat daya tarik lain seperti puspa langka bunga Rafflesia Gadutensis dan kebetulan juga saat ini bunga tersebut sedang mekar di hutan sekitaran wisata Palak Siring.”* (Wawancara, 2 Juni 2021)

Lasdi Arman (Informan pokok 3) selaku Ketua Karang Taruna disana, mengatakan bahwa:

*“Kami sebagai Karang Taruna di sini menawarkan Paket Wisata, yang dimaksud Paket Wisata itu seperti misalkan orang luar ingin berkunjung kesini untuk menikmati berbagai objek wisata yang ada pada Kelurahan Kemumu”* (Wawancara, 2 Juni 2021)

- **Public Relations (Hubungan Masyarakat)**

Berdasarkan hasil wawancara, Karwiyanto S.Sos (Informan pokok 1) selaku sekretaris Dinas Pariwisata

Kabupaten Bengkulu Utara, mengatakan bahwa:

*“kita melakukan kerjasama dengan Pengelola Karang Taruna, kemudian karang taruna berkerjasama dengan pihak CSRPLN”* (Wawancara, 2 Juni 2021)

- **Direct Marketing (Pemasaran Langsung)**

Berdasarkan hasil wawancara, Karwiyanto, S.Sos (Informan pokok 1) selaku Sekretaris Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara mengatakan bahwa:

*“Kita Dinas Pariwisata belum melaksanakan Pemasaran langsung ke lokasi objek wisata, karena terhalang dana juga saat ini sedang pandemi Covid-19 jadi sulit untuk kita melaksanakan pemasaran langsung ke lokasi.”* (Wawancara, 2 Juni 2021)

### **Analisis Strategi dan Faktor Penghambat dalam Promosi Pariwisata Melalui Promotion Mix**

- **Advertising (Periklanan)**

Media cetak yang digunakan sudah banyak menginformasikan kepada masyarakat luas. Hanya saja, untuk penempatan Spanduk atau Banner lebih baik di pasang lebih banyak di tiap titik-titik lokasi strategis lainnya.

Media elektronik yang digunakan sekarang hanya mengandalkan film dokumenter, namun masih kurangnya

orang yang berpengalaman dalam pembuatan film baik itu dalam segi talent, pengeditan video dll. Media online yang digunakan melalui Grup Desa Wisata dan Facebook Dinas Pariwisata Kabupaten BU, Sedangkan untuk Pengelola melalui akun instagram & YT @explore\_kemumu. Namun dari berbagai strategi periklanan ini tentunya masih terkendala oleh dana anggarannya.

- **Personal Selling (Penjualan Perorang)**

Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara tahun ini mentiadakan event-event kegiatan karena masih pandemi Covid-19. akan tetapi Pengelola Karang Taruna sesekali melakukan penjualan perorang kepada wisatawan yg berkunjung seperti mengadakan event pertunjukan kesenian Kuda Kepang, Hal tersebut bisa menarik minat wisatawan baru serta bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi sehingga UKM yang ada disana dapat meningkatkan penghasilan lebih besar dari hari biasanya.

- **Sales Promotion (Promosi Penjualan)**

Promosi penjualan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara selain menggunakan media periklanan juga melalui daya tarik

yang ada pada objek wisata Air Terjun *Palak Siring* itu sendiri dengan mempromosikan bunga *Rafflesia* yang sedang mekar. Kemudian Pengelola juga ikut melakukan promosi seperti menawarkan Paket Wisata kepada wisatawan.

- **Public Relations (Hubungan Masyarakat)**

Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara berkerja sama dengan Karang Taruna Arga Tirta Kelurahan Kemumu untuk kemajuan objek wisata Air Terjun *Palak Siring*. Untuk anggaran yang akan diajukan nantinya akan diverifikasi oleh BAPPELITBANGDA, dari Dinas pariwisatanya tidak ada anggaran khusus untuk wisata Air Terjun *Palak Siring*, hanya ada anggaran untuk biaya merehab pembangunan, kemudian Pengelola Karang Taruna juga berkerja sama dengan pihak CSR PLN yang akan diberi bantuan bangunan rumah pemasaran UKM dan sarana prasarana lainnya.

- **Direct Marketing (Pemasaran Langsung)**

Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara dan Pengelola Karang Taruna dalam pemasaran langsung pada objek wisata Air Terjun *Palak Siring* dikatakan masih belum dilaksanakan, karena ada beberapa kendala seperti

kurangnya pemahaman masyarakat setempat sehingga untuk pemasaran secara langsung yang dilakukan masih kurang optimal.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pada strategi Periklanan (Advertising), Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara dalam mengiklankan objek wisata Air Terjun *Palak Siring* ini melalui media cetak, media luar ruangan, media elektronik, dan media online.
2. Pada strategi Penjualan Perorang (Personal Selling), Pengelola Karang Taruna mengadakan pertunjukan kesenian kuda kepang untuk menarik minat wisatawan agar berkunjung.
3. Pada strategi Promosi Penjualan (Sales Promotion), Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara dan Pengelola Karang Taruna mempromosikan dengan mengandalkan daya tarik dari objek wisata seperti bunga *Rafflesia Gadutensis* dan juga paket wisata.

4. Pada Hubungan Masyarakat (Public Relations), Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkulu Utara berkerjasama dengan pihak Pengelola Karang Taruna Arga Tirta Kelurahan Kemumu dan Karang Taruna juga berkerja sama dengan pihak CSRPLN.
5. Pada strategi Pemasaran Langsung (Direct Marketing), antara Dinas Pariwisata dan Pengelola Karang Taruna saat ini masih belum melakukan pemasaran langsung.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, Yoga dan Supriatna, Yuda. 2018. Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Lebak Banten. *Jurnal Sains Manajemen* Volume. 4 No.2
- Arsyad, L. (1999) Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenada Media Kencana Group
- Chamdani, Usman. 2018. *Komunikasi Dalam Pembangunan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish
- Erisman, Afridan Azhar, Andi. 2015. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Deepublish
- Herlambang, Susatyo. 2014 *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Gosyen Publishing
- Moleong, Lexi J. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Penasumatra.co.id. 2017. Objek Wisata Siring Kemumu Bengkulu Utara, Mulai Dipadati Pengunjung. (<https://penasumatera.co.id/objek-wisata--siring-kemumu-bengkulu-utara-mulai-dikerumuni-pengunjung/>, diakses pada 27 Juni 2017)
- Ridho, Muhammad Haqqir. 2018. Strategi Komunikasi Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kabupaten Gresik. Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Senoaji, Gunggung dan Cahyadinata, Indra. 2019. Analisis Potensi

Objek dan Daya Tarik Wisata  
(ODTW) di Kabupaten Bengkulu  
Utara. Argamakmur: Dinas  
Pariwisata Kabupaten Bengkulu  
Utara

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian  
Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*  
Bandung: Alfabeta