

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan melalui wawancara, observasi lapangan dan dokumentasi diketahui bahwa pengelola Pantai Alam Indah hanya menggunakan tujuh komponen dari delapan komponen bauran promosi yang ada yaitu iklan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dapat dilakukan oleh pengelola Pulau Pahawang adalah :

1. Pengiklanan (*advertising*)

pengelola Pulau Pahawang terus bekerja sama dengan media elektronik (media sosial) agar Pulau Pahawang semakin dikenal. Kemudian pengelola membuat akun sosial media khusus untuk Pulau Pahawang dan mengundang beberapa influencer untuk berkolaborasi di akun sosial media mereka untuk mempromosikan Pulau Pahawang. Setelah akun sosial media Pulau Pahawang sudah dikenal, pengelola mulai memberikan informasi kepada masyarakat lewat foto dan video tentang informasi Pulau Pahawang yang bisa mereka unggah di akun resmi sosial media Pulau Pahawang. Keaktifan mengunggah postingan di media sosial juga sangat penting karena menginformasikan kepada

masyarakat tentang informasi terkini terkait Pulau Pahawang sehingga masyarakat Mendapatkan informasi secara aktual, selain itu aktif membagikan berbagai konten terbaru sangatlah mudah dilakukan saat ini karena mampu berkomunikasi secara real – time kepada masyarakat, bukan hanya itu aktif membagikan konten di media sosial juga termasuk dalam strategi mempromosikan destinasi wisata pulau pahawang agar banyak dikenal oleh masyarakat di luar Lampung karena pada masa pandemic saat ini sangat mudah untuk diakses oleh masyarakat.

2. Penjualan personal (*personal selling*)

Pengelola Pulau Pahawang terus menerus update membuat instastrory dan mengunggah foto Pulau Pahawang yang sudah dikemas melalui proses editing yang kreatif agar wisatawan semakin tertarik berkunjung karena wisatawan melihat unggahan Pulau Pahawang lebih menarik

3. Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Melakukan Kerjasama dengan biro perjalanan dan menawarkan diskon tiket masuknya karena dengan bekerjasama dengan biro perjalanan Pulau Pahawang bisa lebih mudah mendapatkan pengunjung

4. Hubungan masyarakat (*public relation*)

Hubungan dengan masyarakat, hotel-hotel, dan biro perjalanan di Kota Lampung harus tetap terjalin dengan baik serta pengelola diharapkan bisa melibatkan masyarakat sekitar Pulau Pahawang lebih jauh lagi untuk mengembangkan Pulau Pahawang dengan cara memberikan

pelatihan kepada paguyuban pedagang di Pulau Pahawang, meskipun saat ini pemerintah pusat sudah mengizinkan adanya kerumunan. Pengelola bisa membuat event kecil seperti pelatihan, seminar, atau workshop. Selain biaya yang dikeluarkan tidak banyak, kegiatan tersebut juga tidak terlalu menimbulkan banyak kerumunan.

5. Pemasaran Langsung (*direct marketing*)

Pengelola Pulau Pahawang lebih sering mengikuti acara promosi di Luar daerah contohnya mengikuti acara yang diadakan dikota-kota besar sehingga nama Pulau Pahawang semakin dikenal

Selain itu sarana prasarana yang ada di Pulau Pahawang dinilai belum memadai, Kurangnya sistem informasi merupakan suatu penghambat bagi wisatawan menemukan tempat sarana dan prasarana yang ingin dituju. Supaya pengunjung di pulau Pahawang dapat dengan mudah menemukan sarana dan prasana maka dari itu perlu dibuat perancangan sistem informasi atau *sign system* yang bertujuan sebagai alat komunikasi bagi wisatawan dengan lokasi-lokasi sarana dan prasarana. Sistem informasi ini dirancang agar mempermudah pengunjung menemukan fasilitas sarana dan prasarana yang ada di pulau Pahawang.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan disimpulkan , maka saran yang ditujukan untuk strategi promosi di Pulau Pahawang yaitu:

1. Pengelola Pulau Pahawang

- a. Pengelola Pulau Pahawang diharapkan fokus untuk mempromosikan Pulau Pahawang meskipun sebagai Instansi Pemerintahan harus mendukung obyek daya tarik wisata lain berkembang.
- b. Pengelola Pulau Pahawang diharapkan memberi pelatihan kepada para masyarakat sekitar khususnya dibidang pemasaran agar masyarakat sekitar dapat mengembangkan Pulau Pahawang
- c. Pengelola Pulau Pahawang diharapkan membuat akun media sosial dan website resmi agar mempermudah mempromosikan destinasi dan mudah diketahui oleh masyarakat
- d. Pengelola Pulau Pahawang diharapkan menambah sarana dan prasarana seperti tanda petunjuk arah agar wisatawan mudah menemukan agar mempermudah pengunjung menemukan fasilitas sarana dan prasarana yang ada di pulau Pahawang

2. Paguyuban Pedagang Pulau Pahawang

- a. Pedagang Pulau Pahawang diharapkan mulai belajar mempromosikan dagangannya melalui media elektronik seperti yang dilakukan oleh pengelola Pulau Pahawang dan tidak terlalu bergantung kepada pengelola Pulau Pahawang dalam melakukan promosi.

- b. Pedagang Pulau Pahawang diharapkan bisa sejalan dan bekerja sama dalam mempromosikan produknya.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Abdillah, D. 2016. Pengembangan Wisata Bahari Di Pesisir Pantai Teluk Lampung. *Jurnal Destinasi Kepariwisata Indonesia Vol, I*, 45-66
- Alma, Buchari. 2016. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV. Alfabeta.
- Cooper, dkk. (1995). *Tourism, Principles and Practice*. London: Logman
- Eddy Yunus. 2016. Manajemen Strategis. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Hasan, Ali. 2015. Tourism Marketing. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Manajemen, 15th Edition New Jersey*. Pearson Prentice Hall, Inc
- Rangkuti, Freddy. 2004. Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Rangkuti, Freddy. 2014. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus

B. JURNAL

- Abdillah, Dariusman. "Pengembangan wisata bahari di pesisir pantai Teluk Lampung." *Jurnal Destinasi Kepariwisata Indonesia Vol 1.1* (2016): 45-66. Tersedia https://www.academia.edu/download/53217508/03_JDP_03_WISATA_BAHARI_DARIUSMAN_1.pdf
- Adinda, Sakinah. *Pengaruh Media Sosial Instagram@ exploremalang terhadap Minat Berkunjung Followers ke Suatu Destinasi (Survey Pada Pengunjung Kampung Warna-Warni Jodipan)*. Diss. Universitas Brawijaya, 2019. Tersedia <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/172241/>
- Agustin, Mella Eryanti. "ANALISIS SWOT OBJEK WISATA PANTAI BANGSRING DI KABUPATEN BANYUWANGI." Tersedia <https://www.researchgate.net/profile/Mella>
- Amdani, Suut. "Analisis Potensi Obyek Wisata Alam Pantai Di Kabupaten Gunung Kidul." *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Geografi UMS (2008). Tersedia <http://eprints.ums.ac.id/967/>
- Atiko, Gita, Ratih Hasanah Sudrajat, and Kharisma Nasionalita. "Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram@

Indtravel)." *eProceedings of Management* 3.2 (2016). Tersedia
https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article_view/2344

Fahlevi, Roby. "Strategi Promosi Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Hutan Mangrove BSD Kota Bontang." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6 (2018). Tersedia
[https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/02/Jurnal%20Robby%20Fahlevy%20\(02-12-18-10-31-46\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/02/Jurnal%20Robby%20Fahlevy%20(02-12-18-10-31-46).pdf)

Ivana, Keisha Natasha. *ANALISIS BAURAN PEMASARAN KAFE SASTRA BALAI PUSTAKA TERHADAP MINAT PENGUNJUNG*. Diss. Universitas Mercu Buana Jakarta-Menteng, 2021. Tersedia
<https://repository.mercubuana.ac.id/57506/>

Makalew, Arlen JL, Lisbeth Mananeke, and Debry Ch A. Lintong. "Analisis Faktor faktor yang Mempengaruhi Revisit Intention (Minat kunjungan ulang) Wisatawan pada Objek Wisata Alam Batu Angus di Bitung." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 7.3 (2019). Tersedia
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/23712>

Mulyati, Yofina, and Miko Afrinata. "Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik)." *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* 6.2 (2018): 191-200. Tersedia
<https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAEMB/article/view/1014>

SOPYAN, Sopyan, and Ibnu WIDIYANTO. *Analisi Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu)*. Diss. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, 2015. Tersedia
<http://eprints.undip.ac.id/45803/>

Susanti, Meri. "Strategi Promosi Pariwisata Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung Dalam Perspektif Ekonomi Islam." (2017). Tersedia
<https://core.ac.uk/reader/295420540>

Susanti, Meri. *Strategi Promosi Pariwisata Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pantai Batu Lapis Kalianda Lampung Selatan)*. Diss. UIN Raden Intan Lampung, 2017. Tersedia
http://repository.radenintan.ac.id/1213/2/BAB_1.pdf

UM, Web Developer Perpustakaan. "Analisis SWOT untuk pengembangan objek wisata Pantai Dlado Kabupaten Tulungagung/Nahrowi." *SKRIPSI Mahasiswa UM* (2021). Tersedia

<http://mulok.library.um.ac.id/index3.php/70657.html>

Yusendra, M. Ariza Eka. "KAJIAN STRATEGIS DESTINASI WISATA PANTAI SARI RINGGUNG PESAWARAN LAMPUNG DENGAN ANALISIS SWOT." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 5.2 (2015): 133-152. Tersedia <http://jurnal.ubl.ac.id/index.php/jmb/article/view/931>

C. UNDANG – UNDANG

Undang – Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Pariwisata

D. INTERNET

<https://www.merdeka.com/jabar/mengenal-pengertian-pariwisata-menurut-para-ahli-berikut-penjelasan-nya-klm.html> Di akses pada tanggal 11 Januari 2022 Pukul 21:00

<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/> Di akses pada tanggal 11 Januari 2022 Pukul 21:20

<https://blog.skillacademy.com/analisis-swot-pengertian-tips-dan-contoh> Di akses pada tanggal 19 Januari 2022 Pukul 19:20

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian



**YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.

Nomor : 1066/Q.AMPTA/IV/2022
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

21 April 2022

Yth. Pengelola POKDARWIS Cinta Bahari
Kecamatan Marga Punduh, Kabupaten Pesawaran
Provinsi Lampung

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Pulau Pahawang Lampung selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 25 April 2022 sampai dengan tanggal 24 Mei 2022, bagi mahasiswa kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Made Nita Santari
No. Induk Mahasiswa : 518100910
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun laporan penelitian yang berjudul :

Strategi Promosi sebagai Upaya untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Pulau Pahawang Lampung. (proposal penelitian terlampir).

Atas ketjasarna dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,



Drs. Dibatno, M.M

Lampiran 2 : Hasil Wawancara

Key Informan 1

Nama : Herwin

Jabatan : Pengembangan Usaha

P: Selamat siang mas, perkenalkan Saya Made Nita Santari mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Saya ingin menanyakan beberapa pertanyaan untuk mas Herwin selaku Pengembangan Usaha yang mewakilkan Bapak Suhendi sebagai Pengelola Pulau Pahawang. Pertanyaan pertama Bagaimana potensi pariwisata di Pulau Pahawang ?

N: Selamat siang mba, sebelumnya saya menyampaikan permintaan maaf oleh bapak Suhendi tidak bisa hadir dikarenakan sakit, jadi saya diminta mewakilkan bapak Suhendi untuk melakukan wawancara. Potensi pariwisata saat ini di Pulau Pahawang sudah cukup meningkat seperti yang mba lihat di bulan Februari dan April ini, dikarenakan beberapa hari lagi hari raya Pulau Pahawang sudah penuh pemesanan untuk villa/Homestay terdekat.

P: Apa daya tarik utama yang ada di Pulau Pahawang ya mas ?

N: Daya tariknya banyak ya mba ada spot snorkling di berbagai pulau, melihat ikan nemo, spot foto, rumah pohon, villa yang menarik, serta pendopo untuk beristirahat di pinggir pantai.

P: Apa saja pengembangan produk – produk wisata yang sudah dilakukan ?

- N: Pengembangan Produk seperti mengemas paket wisata dengan biro-biro perjalanan wisata agar wisatawan lebih mudah untuk berwisata di Pulau Pahawang. Selain itu juga ada produk seperti Souvenir yang beraneka ragam dan khas di Pulau Pahawang yang membedakan dari wisata lain mba
- P: Apakah di Pulau Pahawang pernah menggelar event – event pariwisata ?
jika sudah event apa yang sudah digelar ?
- N: Sebelumnya sudah dilakukan setiap tahunnya mba namun dikarenakan adanya pandemic sudah beberapa tahun ini tidak ada pagelaran budaya di Pulau Pahawang
- P: Bagaimana respon masyarakat dan wisatawan terhadap event yang pernah dilakukan ?
- N: Respon masyarakat untuk saat ini diterima dengan baik bahkan beberapa tahun ini tidak ada sering bertanya kapan ada event lagi. Masyarakat sangat senang karena adanya hiburan serta masuknya pendapatan karena ramai pengunjung
- P: Bagaimana strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Pulau Pahawang ? serta upaya apa yang sudah dilakukan ?
- N: Untuk saat ini strategi promosi yang kita jalankan adalah mengikuti event yang ada di hotel-hotel yang ada di kota Lampung maupun luar Lampung. Selain itu juga upaya kita sebagai pengelola dengan memposting di media sosial seperti Instagram dan Facebook mba.

P: Bagaimana cara pengelola dalam mempromosikan produk dari Objek Wisata Pulau Pahawang ?

N: Biasanya kami mempromosikan di sosial media seperti Instagram dan Facebook mba. Selain itu juga kan biro perjalanan wisata mempunyai media sosial masing-masing itu juga sangat membantu kami dalam mempromosikan Pulau Pahawang

P: Apakah ada promosi untuk wisatawan atau paket wisata yang disediakan ?

N: Untuk wisatawan yang berkunjung lebih dari 20 orang akan diberikan diskon seperti yang mba lihat kemarin ada bus pariwisata beberapa masuk ke Pulau Pahawang. Untuk paket wisata kami menyediakan mba untuk one day trip, 3D2N, dan villa.

P: Sejauh ini strategi apa yang sudah dilakukan oleh pihak pengelola dalam meningkatkan jumlah kunjungan ?

N: Diawal sudah saya sampaikan kami selaku pengelola sudah berupaya meningkatkan jumlah kunjungan dengan mempromosikan Pulau Pahawang di sosial media, mengikuti event-event diluar Pulau Pahawang, dan bekerjasama dengan biro perjalanan wisata

P: Apa destinasi Pulau Pahawang memiliki akun sosial media? Jika ada apa ? Dan apakah secara rutin menyampaikan kegiatan-kegiatan sebingga promosi dan beriklan produk pariwisata di sosial media tersebut ?

N: kami memiliki akun sosial media Instagram dan facebook yang bernama @desawisatapahawang dan @pulaupahawang. Kami secara rutin menunggah dan beriklan di media sosial tersebut. Kadang mba kami

pengelola beberapa hari tidak mengunggah karena kendala jaringan atau adanya wisatawan yang datang belum melalui biro perjalanan

P: Apa target yang ingin dicapai dalam beberapa tahun kedepan dalam meningkatkan jumlah wisatawan? (misalnya memperbaiki objek wisata dan sebagainya)

N: Tentunya kami mempunyai target mba misal seperti kemarin mba datang hutan mangrove belum bisa diakses karena terkena genangan ombak sehingga kayu-kayu berserakan untuk saat ini belum dibenahi karena mendekati hari raya. Kami pun berencana membuat spot foto serta wahana permainan anak-anak untuk kedepannya

P: Apakah pengelola sudah pernah melakukan personal selling ke berbagai instansi yang ada di Lampung ?

N: Untuk saat ini pun kami masih melakukannya mba contohnya ke hotel-hotel mengajukan kerja sama menawarkan objek-objek yang ada dipulau pahawang. Ada beberapa hotel yang menolak karena masih adanya pandemic namun beberapa bulan belakangan hotel-hotel yang kemarin menolak sekarang datang karena hari raya Idul Fitri mba

P: Apakah kendala pengelola dalam melakukan promosi Objek Wisata Pulau Pahawang ?

N: Untuk saat ini ada beberapa kendala mba yang kami hadapi yaitu kurangnya akses ke media sosial seperti membuat konten-konten untuk dibagikan mba. Selain itu masih baik-baik saja mba

P: Segmentasi pasar apa yang menjadi target utama pengelola dalam kegiatan promosi ?

N: Fokus kami dalam memasarkan paket wisata mba karena kan wisatawan yang datang fokusnya ke objek wisata snorkling sedangkan itu dilakukan di berbagai pulau y amba tentunya wisatawan tertarik membeli paket wisata dari pada kebingungan mencari kapal karena rata-rata wisatawan yang datang tidak membeli paket wisata susah untuk mendapatkan kapal kalaupun adanya harganya cukup mahal untuk individu

P: Bagaimana menurut anda mengenai jumlah kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun di Pulau Pahawang ?

N: Untuk jumlah kunjungan dari tahun ketahun mengalami penurunan mba semenjak pandemic untuk saat ini pun belum stabil sperti sebelum adanya pandemic

P: Apakah kunjungan wisatawan setiap bulannya sudah memenuhi target

N: Belum mencukupi target ya mba karena kan adanya pandemic ini insyaallah di hari raya ramai yang berkunjung ya mba

P: Bagaimana cara pengelola dalam memantau kepuasan wisatawan supaya dapat berkunjung Kembali ?

N: Sebelum meninggalkan kapal kami bertanya kepada wisatawan tentang pelayanan yang kami berikan mba gimana ada yang kurang puas atau ada unek-unek gitu.

P: Sekian pertanyaan yang saya berikan ya mas, Terimakasih

Informan Pendukung 1

Nama : Komang Dewi Ningsih

Sebagai : Wisatawan dari Lampung

P: Selamat siang kak. Saya Made Nita Santari mahasiswa dari Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, saya mohon izin mewawancarai kakak untuk penelitian di Pulau Pahawang ini kak.

N: Iya kak silahkan dengan senang hati

P: Dengan kakak siapa dan asal dari mana ya kak ?

N: Saya Komang Dewi Ningsih asal dari Lampung lebih tepatnya di Tulang Bawang

P: Dari mana kakak tau Pulau Pahawang ya kak ?

N: Saya tau dari Instagram teman saya

P: Apa yang membuat kakak jadi tertarik untuk berkunjung ?

N: Penasaran snorkling di bawah laut liat ikan nemo kak, di Lampung kan hanya disini yang ada

P: Menurut kakak apakah promosi yang di lakukan Pulau Pahawang sudah efektif dalam membagikan keindahan alam yang ada disini ?

N: Menurut saya belum ya kak karena saya kebingungan akses ke media sosial karena belum ada akun resmi ya cuma ada akun-akun dari biro perjalanan. Saya jadi tertarik malah dari akun-akun biro perjalanan yang membagikan aktivitas disini kak

- P: Menurut kakak kelebihan apa yang membuat kakak memutuskan untuk berkunjung ?
- N: Saya tertarik untuk snorkling sih kak terus naik kapal menyusuri pulau ke pulau disini kan banyak ya
- P: Lalu kekurangan apa yang kakak rasakan disini ?
- N: Saya sedikit bingung untuk mencari petunjuk arah karena kan sudah usang ya kak untuk fasilitas dan lain-lain disini memadai
- P: Menurut kakak disini kenyamanan obyek wisata dari aspek kenyamanan, tempat parkir, toilet, mushola, dan tarif retribusi bagaimana kak ?
- N: Saya sih nyaman-nyaman saja ya kak dikarenakan juga fasilitas disini sudah lengkap mau cari toilet dekat dan parkir aman karena ada penjaganya
- P: Ada gak fasilitas yang perlu ditingkatkan lagi kedepannya ?
- N: Pasti ada ya kak, disini petunjuk arah sudah usang bahkan bisa dibilang tidak ada ya selain itu sih lebih ke akses media sosialnya ya kak karena kan disini kalo dilihat dari biro-biro perjalanan takutnya informasi yang disampaikan tidak signifikan kan kak apalagi beberapa bulan terakhir sering adanya gempa walau hanya getarannya saja
- P: Menurut kakak dengan membuat akun resmi dan membuat konten bisa meningkatkan jumlah kunjungan kak ?
- N: Pasti iya ya kak, karena jaman sekarang kan sudah mudah akses ke media sosial mencari destinasi ataupun berita-berita terkait wisatanya kalo pulau sebesar dan potensinya sangat baik sangat disayangkan kalo tidak

membuat akun atau membuat konten karena kan orang-orang lebih
mempercayai akun resmi daripada akun biro perjalanan kak

P: Baik kak terimakasih banyak atas waktu yang diberikan

Informan Pendukung 2

Nama : Wayan Aan Dewa Saputra

Sebagai : Wisatawan dari Palembang

P: Selamat siang kak. Saya Made Nita Santari mahasiswa dari Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, saya mohon izin mewawancarai kakak untuk penelitian di Pulau Pahawang ini kak.

N: Iya kak silahkan

P: Dengan kakak siapa dan asal dari mana ya kak ?

N: Saya Wayan Aan Dewa Saputra dari Palembang

P: Dari mana kakak tau Pulau Pahawang ya kak ?

N: Saya tau dari teman

P: Apa yang membuat kakak jadi tertarik untuk berkunjung ?

N: Saya penasaran untuk snorkling terus foto-foto dibawah laut

P: Menurut kakak apakah promosi yang di lakukan Pulau Pahawang sudah efektif dalam membagikan keindahan alam yang ada disini ?

N: Saya rasa sudah karena saya lihat di Instagram sudah banyak yang membagikan ya kak

P: Menurut kakak kelebihan apa yang membuat kakak memutuskan untuk berkunjung ?

N: Saya tertarik untuk snorkling sih kak

P: Lalu kekurangan apa yang kakak rasakan disini ?

N: Saya rasa homestay disini jauh dari lokasi penjagaan

- P: Menurut kakak disini kenyamanan obyek wisata dari aspek kenyamanan, tempat parkir, toilet, mushola, dan tarif retribusi bagaimana kak ?
- N: Nyaman aja sih kak cuma rada takut kalo malam hari di homestay jauh dari penjagaan
- P: Ada gak fasilitas yang perlu ditingkatkan lagi kedepannya ?
- N: Untuk saat ini belum ada ya kak saya lihat pulaunya bersih
- P: Menurut kakak dengan membuat akun resmi dan membuat konten bisa meningkatkan jumlah kunjungan kak ?
- N: Menurut saya iya kak, kan sekarang banyak anak muda sekarang haus akan tempat-tempat instagramable gitu ya. Jadi kalau membuat konten menurut saya sangat membantu
- P: Baik kak terimakasih banyak atas waktu yang diberikan

Informan Pendukung 3

Nama : Ratnasari

Sebagai : Wisatawan dari Lampung

P: Selamat siang kak. Saya Made Nita Santari mahasiswa dari Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, saya mohon izin mewawancarai kakak untuk penelitian di Pulau Pahawang ini kak.

N: Iya kak monggo

P: Dengan kakak siapa dan asal dari mana ya kak ?

N: Saya Ratnasari dari Lampung kak

P: Dari mana kakak tau Pulau Pahawang ya kak ?

N: Saya tau dari Instagram sama teman-teman saya

P: Apa yang membuat kakak jadi tertarik untuk berkunjung ?

N: Saya tertarik tempatnya kak air pantainya jernih banget enak buat berenang

P: Menurut kakak apakah promosi yang di lakukan Pulau Pahawang sudah efektif dalam membagikan keindahan alam yang ada disini ?

N: Sudah sih kak tadi saya dating tanpa biro disini langsung ada yang menawarkan

P: Menurut kakak kelebihan apa yang membuat kakak memutuskan untuk berkunjung ?

N: Saya tertarik untuk berenang karena air pantainya jernih

P: Lalu kekurangan apa yang kakak rasakan disini ?

- N: Penunjuk arahnya sudah pudar kak walaupun disini ada guide nya saya sedikit kebingungan
- P: Menurut kakak disini kenyamanan obyek wisata dari aspek kenyamanan, tempat parkir, toilet, mushola, dan tarif retribusi bagaimana kak ?
- N: Nyaman aja sih kak kan saya pakai guide
- P: Ada gak fasilitas yang perlu ditingkatkan lagi kedepannya ?
- N: Perlu ditambah adanya diving sih disini soalnya air lautnya bagus banget terus terumbu karangnya masih terjaga banget
- P: Menurut kakak dengan membuat akun resmi dan membuat konten bisa meningkatkan jumlah kunjungan kak ?
- N: Menurut saya iya kak, kan sekarang banyak anak muda sekarang haus akan tempat-tempat instagramable gitu ya. Jadi kalau membuat konten menurut saya sangat membantu
- P: Baik kak terimakasih banyak atas waktu yang diberikan

Lampiran 3 Lembar Bimbingan



NAMA MAHASISWA: Made Mita Santari
NO. MAHASISWA: 510100310
JUDUL PENELITIAN: Strategi promosi dalam meningkatkan jumlah penempatan di pulau perikanan Lampung
NAMA PEMBIMBING II: MORA ESTHERINA PERIANTO, S.P., M.P.

NAMA PEMBIMBING I: Drs. Buoi-Hermawan, M.M

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	9/3/22	→ Tata Penulisan	
		→ Unsur paragraf	
		Referensi - Paragraf	
		- Cara mengkalibrasi	
		- Kerangka penulisan	
		- Metode penulisan	
		- dan analisis	
	9/3/22	→ Cara kelola	
		→ Kerangka Penulisan	
		→ Referensi	
		(Uraian - Catatan)	
		(Dilakukan)	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1.	22-03-22	Libat tatapan di dalam	Mora
2.	25-03-22	Paragraf, rujukan, metode	Mora
3.	07-04-22	paragraf, indikator	Mora
4.	13-04-22	paragraf, penulisan, wawancara, wawancara, wawancara, wawancara, wawancara, wawancara	Mora
		paragraf, indikator	
		paragraf, penulisan	
		Draft pustaka	

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : _____
 NO. MAHASISWA : _____
 JUDUL PENELITIAN : _____

NAMA PEMBIMBING I : _____

NAMA PEMBIMBING II : _____

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PABAF
	18/3/22	→ Insistansi KWT	✓
		→ Metabolologi	✓
		→ Sumbat Lupa	✓
	29/3/22	→ Insistansi ESD	✓
		→ Bauran Protein	✓
		→ Insistansi 2	✓
	14/2/22	→ proposal 2	✓
		→ Asemen II	✓
	24/5/22	→ Sumpi Asemen	✓

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PABAF
5	10-09-22	ACC proposal	mm
6	10-05-22	Lihat catatan sebelum lempang abstrak	mm
7	24-05-22	Perbaiki abstrak	mm
8	25-05-22	ACC Ujian	mm

