



**PERAN DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF
DALAM PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI LASIANA
DI KOTA KUPANG PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR**

Mulyana^{1,3}, Daryl Christo Fanggi²

¹Institut Pemerintahan Dalam Negeri

²Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Timur

³corresponding author: mulyana@ipdn.ac.id

ABSTRACT

The overlapping status of public or private land ownership, and the lack of facilities and infrastructure available at Lasiana Beach are the focus of this research problem. The purpose of the study was to determine the general description of the role of the Department of Tourism and Creative Economy in the development of Lasiana Beach tourism objects. This research is a qualitative descriptive study in which the researcher conducted interviews with 13 informants, observed and documented as well as performed data analysis by reducing and presenting data, drawing conclusions. The research findings indicate that the lack of facilities provided by the local government, both in terms of quantity and quality, is one of the factors driving the interest of tourist visits. In addition, the dissemination of information carried out by the local government is considered less effective so that local governments need to pay attention to the quality of the information presented in conducting promotions. The local community has been given training and coaching as well as socialization in the context of the government's role as therapy in the development of Lasiana Beach tourism objects. The conclusion of the study shows that the Department of Tourism and Creative Economy in Kupang City has carried out a role as a policy, strategy, communication tool, dispute resolution tool and therapy. However, there are still obstacles in its implementation. The author suggests that local governments can formulate related policies, evaluate promotional activities that have been carried out and improve and improve Lasiana Beach tourist facilities.

Keywords: role, local government, tourist attraction.

ABSTRAK

Terjadinya tumpang tindih status kepemilikan lahan masyarakat atau swasta, dan kurangnya jumlah sarana dan prasarana serta fasilitas yang tersedia di Pantai Lasiana menjadi fokus permasalahan penelitian ini. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui gambaran umum peran Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam pengembangan objek wisata Pantai Lasiana. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dimana peneliti melakukan wawancara kepada 13 orang informan, observasi dan dokumentasi serta melakukan analisis data dengan reduksi dan penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kurangnya fasilitas yang disediakan

Copyright (c) 2022 Mulyana, Daryl Christo Fanggi



This work is licensed under the Creative Commons
Attribution-Non Commercial-ShareAlike 4.0
International License.

oleh pemerintah daerah setempat baik dari aspek kuantitas maupun kualitas menjadi salah satu faktor pendorong minat kunjungan wisatawan. Disamping itu, penyebarluasan informasi yang dilakukan oleh pemerintah daerah setempat dinilai kurang efektif sehingga pemerintah daerah perlu memperhatikan kualitas informasi yang disajikan dalam melakukan promosi. Masyarakat lokal sudah diberikan pelatihan dan pembinaan serta sosialisasi dalam rangka peran pemerintah sebagai terapi pada pengembangan objek wisata Pantai Lasiana. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Kota Kupang telah menyelenggarakan peran sebagai kebijakan, strategi, alat komunikasi, alat penyelesaian sengketa dan terapi. Namun masih terdapat hambatan dalam pelaksanaannya. Penulis menyarakannya agar pemerintah daerah dapat merumuskan kebijakan terkait, mengevaluasi kegiatan promosi yang telah dilakukan dan memperbaiki serta meningkatkan fasilitas objek wisata Pantai Lasiana.

Kata Kunci: peran, pemerintah daerah, objek wisata

PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang memiliki peluang dan potensi untuk dikembangkan adalah sektor pariwisata. Kegiatan pengembangan dan peningkatan ini umumnya dilakukan oleh pemerintah baik pada level pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Tujuan utama dari pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah adalah agar devisa negara dapat ditingkatkan. Sementara itu peran pemerintah daerah masih sangat krusial dalam pengembangan perekonomian di Indonesia termasuk perekonomian pariwisata.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah dan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 3 Tahun 2018 tentang Kepariwisata yang didalamnya menyatakan bahwa "Pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta

dapat menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional dan global". Pemerintah daerah diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya melalui memaksimalkan peran dari sektor pariwisata tersebut. Pemerintah dalam hal ini sebagai perumus kebijakan dan peraturan perundang-undangan diharapkan mampu melahirkan peraturan-peraturan yang dapat menunjang potensi dari pariwisata tersebut.

Kota Kupang merupakan ibu kota dari Provinsi Nusa Tenggara Timur. Seperti kebanyakan kota/kabupaten di Indonesia bagian timur, Kota Kupang memiliki banyak sekali objek wisata yang menarik dan memiliki potensi lebih untuk dibangun dan dikembangkan hingga dipromosikan ke publik. Data mengenai objek wisata pantai dan jumlah pengunjungnya dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing dan Lokal di Kota Kupang Tahun 2015-2019

| No | Nama Lokasi | Tahun | | | | |
|---------------|-------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|
| | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 1 | Baumata | 22.700 | 48.000 | 21.100 | 12.100 | |
| 2 | Oenesu | 12.600 | 6.900 | 7.081 | 3.200 | 3.500 |
| 3 | Tablolong | 16.000 | 17.000 | 18.208 | 11.767 | 12.504 |
| 4 | Manikin | 4.100 | 4.545 | 4.390 | 2.300 | 1.721 |
| 5 | Fatuleu | - | - | 2.700 | 6.399 | 6.057 |
| 6 | Lasiana | 30.404 | 28.402 | 40.759 | 30.185 | 40.980 |
| 7 | Tesbatan | - | - | 1.000 | 1.000 | 832 |
| Jumlah | | 85.804 | 104.847 | 95.238 | 66.951 | 65.594 |

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi NTT,2020.

Penulis lebih memfokuskan pada Kawasan objek wisata Pantai Lasiana yang terletak di Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang karena memiliki kunjungan wisatawan yang relatif banyak dibandingkan pantai lainnya dari tahun ke tahun. Pantai Lasiana merupakan salah satu pantai yang ada di Kota Kupang yang terletak di Kelurahan Lasiana Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang yang berjarak \pm 10 km dari pusat Kota Kupang. Peran Pemerintah Kota Kupang dalam pengembangan objek wisata Pantai Lasiana yaitu sebagai pembuat kebijakan pemasaran pariwisata. Sesuai tugas dan fungsinya Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur memiliki peran yang sangat penting untuk menjalankan tugasnya pada bidang ekonomi kreatif dan pariwisata serta budaya, khususnya dalam pengembangan terhadap objek wisata Pantai Lasiana. Objek wisata Pantai Lasiana disebut sebagai objek wisata unggulan di Kota Kupang. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur sekarang ini tengah melakukan

pengembangan secara terus-menerus terhadap Pantai Lasiana agar semakin banyak menarik minat dari wisatawan, baik itu pengembangan dari segi fisik ataupun membuat suatu kebijakan, regulasi atau peraturan yang dapat menunjang pengembangan objek wisata Pantai Lasiana dengan tetap menjaga kelestarian alam dari Pantai Lasiana. Pengembangan yang telah dilakukan adalah penyediaan sarana dan prasarana serta melakukan promosi atau pemasaran pariwisata

Permasalahan yang terjadi pada pengembangan objek wisata Pantai Lasiana berkaitan dengan status kepemilikan lahan masyarakat atau swasta yang masih tumpang tindih, serta masalah resort yang dibangun tidak memiliki izin mendirikan bangunan (IMB). Permasalahan lainnya adalah mengenai kurangnya jumlah sarana dan prasarana serta fasilitas yang tersedia di Pantai Lasiana. Kondisi dari fasilitasnya kurang terawat, Hal ini membuat banyak wisatawan mengeluh karena kurangnya

kuantitas serta perawatan dari sarana dan prasarana serta fasilitas di Pantai Lasiana.

Kajian pengembangan objek wisata di Nusa Tenggara Timur pernah dilakukan sebelumnya. Disebutkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapat masyarakat di sekitar objek wisata dapat dilakukan dengan perumusan model pengembangan ekonomi kreatif dan untuk itu dibutuhkan dukungan partisipasi dari seluruh pihak terutama pemerintah daerah setempat (Batilmurik & Lao, 2022). Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh pemerintah daerah dalam mengembangkan destinasi wisata tersebut melalui strategi *tree angel* dimana perlu melakukan kerjasama antara pemerintah, swasta dan masyarakat lokal (Ringa, 2020). Hal tersebut juga ditegaskan oleh (Saputra, 2019), bahwa kerjasama yang kuat antara pemerintah daerah dengan masyarakat setempat dapat dilakukan dalam mempertahankan alam dan keindahan dari objek wisata. Sementara jika melihat kondisi eksisting dari destinasi wisata Pantai Lasiana ditemukan bahwa wisatawan yang berkunjung ke lokasi destinasi masih mengeluhkan aksesibilitas dan kurang lengkapnya fasilitas yang disediakan. Ditemukan pula bahwa peran dari pemerintah daerah pun masih belum optimal karena mempromosikan objek wisata tersebut dan berdampak pada lemahnya investasi yang masuk ke daerah (Riwukore et al., 2021). Promosi dapat dilakukan melalui website atau melalui mulut ke mulut (Manoe et al., 2017). Peluang promosi tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan media *online*, brosur/leaflet dan media massa. Dalam kegiatan promosi pengembangan objek wisata tersebut diperlukan peran dari pemerintah, dan masyarakat pun dapat berperan tidak hanya pada pelaksanaannya saja namun juga dari tahap perencanaan kegiatan pengembangan objek wisata tersebut (Kapioru, 2019).

Dukungan dari pemerintah daerah setempat tidak hanya diperlukan dalam mempromosikan objek wisata tetapi juga dalam kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi (Kobun, 2010). Selain itu partisipasi masyarakat dalam mendukung pengembangan objek wisata juga dipengaruhi oleh faktor ekonomi, budaya dan lingkungan sekitar (Beliu & Fina, 2019). Ditegaskan oleh Sanam dan Adikampana (2014), bahwa masyarakat lokal seyogyanya dapat berpartisipasi mengingat masyarakat setempat bersentuhan langsung dengan keberadaan lokasi objek wisata pantai tersebut.

Sebagaimana uraian di atas, penulis menemukan kebaruan dari penelitian ini dimana penelitian sebelumnya mengkaji pengembangan objek wisata menggunakan fokus strategi pengembangan, kondisi eksisting dan menganalisis aspek-aspek partisipasi masyarakat. Sementara penelitian ini difokuskan pada peran dari pemerintah daerah setempat. Rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana peran Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam pengembangan objek wisata Pantai Lasiana sebagai pariwisata berkelanjutan di Kota Kupang? Adapun tujuan penulis dalam melaksanakan kegiatan penelitian adalah untuk mengetahui gambaran umum peran Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam pengembangan objek wisata Pantai Lasiana sebagai pariwisata berkelanjutan di Kota Kupang. Penulis menganalisis fokus penelitian dengan menggunakan pendapat Biddle dan Thomas dalam Horoepoetri dan Santosa (2003) bahwa terdapat beberapa dimensi peran antara lain:

1. Peran sebagai kebijakan, ini berarti bahwa peran merupakan suatu kebijaksanaan yang baik untuk dilaksanakan.
2. Peran sebagai suatu strategi, berarti peran adalah sebuah strategi untuk mendapatkan dukungan dari

- masyarakat melalui berbagai tindakan.
3. Peran sebagai alat komunikasi, peran sebagai alat untuk mendapatkan informasi. Pemerintahan dirancang untuk melayani masyarakat, sehingga pandangan dari masyarakat sebagai masukan dalam rangka mewujudkan keputusan yang baik.
 4. Peran sebagai alat penyelesaian sengketa, artinya untuk mengurangi dan meredam konflik atau permasalahan yang terjadi melalui usaha pencapaian konsensus dari pendapat-pendapat yang ada, dengan cara bertukar pikiran dan pendapat untuk meningkatkan rasa pengertian, toleransi, serta dapat mengurangi rasa tidak percaya.
 5. Peran sebagai terapi, upaya mengobati masalah-masalah psikologis masyarakat seperti rasa ketidakberdayaan, kurang percaya diri dan perasaan bahwa mereka tidak penting dalam masyarakat.

METODE

Pada kegiatan penelitian, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode ini merupakan sebuah metode penelitian yang bersifat deskriptif, yang menggunakan analisis dan mengacu pada data serta menggunakan teori-teori sebagai faktor pendukung penyusunan suatu penelitian. Dengan menggunakan metode ini, diharapkan dapat menemukan makna dibalik objek ataupun subjek yang ingin diteliti. Metode penelitian kualitatif menggunakan metode kerja yang tersusun secara sistematis, terarah dan dapat dipertanggung jawabkan. Selain itu, Sugiyono (2014) juga mengemukakan bahwa penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat post positivisme, yang dapat digunakan untuk meneliti kondisi suatu objek alamiah, dimana peneliti sebagai instrument penting, teknik pengumpulan data secara

triangulasi atau gabungan, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, serta hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur, yang merupakan teknik wawancara yang tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun secara sistematis untuk pengumpulan datanya. Pedoman yang digunakan hanya berupa garis-garis besar dari permasalahan yang akan ditanyakan. Dalam wawancara tidak terstruktur, seorang penulis belum mengetahui data-data apa yang akan diperoleh, sehingga lebih banyak mendengarkan pendapat dari para informan. Penulis mewawancarai 13 orang informan, diantaranya Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Kupang, Kepala Bidang Destinasi Wisata, Kepala Bidang Pemasaran dan Kerjasama, Camat Kelapa Lima, Wisatawan, Masyarakat Setempat dan Pemilik Tempat Makan. Selain itu, penulis juga melakukan observasi dan dokumentasi. Adapun penulis melakukan analisis data dengan teknik reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Miles & A. Michael Huberman, 1992).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Lasiana Di Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur

Peran merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau sebuah lembaga dalam menjalankan tugas dan fungsinya sesuai dengan hak dan kewajiban serta berdasarkan kedudukan yang dimilikinya di dalam lembaga tersebut. Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Timur khususnya Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur memiliki peran

yang sangat penting dalam mengembangkan objek wisata Pantai Lasiana yang ada di Kota Kupang, apalagi Pantai Lasiana memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan, karena dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat dan secara tidak langsung dapat membuat Kota Kupang lebih dikenal lagi oleh masyarakat Indonesia maupun mancanegara, maka dari itu peran dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sangat dibutuhkan. Dalam melakukan analisis ini, penulis menggunakan teori Biddle dan Thomas dalam Horoepoetri dan Santosa (2003) terdiri dari 5 dimensi, yaitu:

1. Peran sebagai suatu kebijakan

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur memiliki peran langsung dalam membuat kebijakan serta peraturan yang berhubungan dengan pengembangan objek wisata Pantai Lasiana, berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Kepala Bidang Destinasi Pariwisata, Bapak Joni Lie Rohi Lodo, SH, yang mengatakan bahwa:

Dalam usaha mengembangkan potensi objek wisata yang ada di Kota Kupang, seperti Pantai Lasiana, untuk aturan sendiri telah ditetapkan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPARDA) Provinsi NTT Tahun 2015-2025, yang didalamnya terdapat rencana-rencana pembangunan pariwisata yang ada di Provinsi NTT, agar kedepannya dapat lebih maju dan berkembang. Kami pun telah membuat masterplan dan DED (Detail Engineering Design) dan juga membuat dokumen perencanaan Pantai Lasiana.

Namun terdapat beberapa hambatan dalam pelaksanaan kebijakan ini seperti

masalah mengenai status kepemilikan lahan masyarakat atau swasta yang masih tumpang tindih, serta masalah *resort* yang dibangun tidak memiliki izin mendirikan bangunan (IMB), sehingga disini sangat dibutuhkannya kebijakan dari Pemerintah khususnya Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur. Hasil wawancara dengan Kepala Bidang Destinasi Pariwisata, Bapak Joni Lie Rohi Lodo, SH, yang mengatakan bahwa:

selalu ada masalah, seperti antara masyarakat setempat dengan pihak swasta yang ingin mendirikan bangunan atau tempat makan mengenai hak kepemilikan lahan, banyak masyarakat yang mengaku memiliki hak atas lahan tersebut, dan pihak swasta juga banyak yang mendirikan beberapa tempat tanpa memiliki izin untuk mendirikan bangunan tersebut, sehingga sengketa kepemilikan lahan pasti selalu terjadi.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, diperlukan upaya yang harus dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur, Penulis juga melakukan wawancara dengan Kepala Bidang Pemasaran dan Pariwisata yaitu Bapak Alfonsius Ara Kian, S.Fil, terkait upaya yang bisa dilakukan, yang mengatakan bahwa:

Demi mengembangkan Pantai Lasiana agar lebih maju, kami menerapkan kebijakan masalah perizinan khususnya perizinan dalam hal mendirikan bangunan yang dimana apabila ada masyarakat setempat atau pihak swasta yang ingin mendirikan bangunan seperti tempat makan, maka mereka harus memiliki yang namanya surat izin mendirikan bangunan (IMB), apabila tidak ada, maka bangunan tersebut dianggap

ilegal, dan kami akan secepatnya untuk menindaklanjuti hal tersebut.

Upaya yang dapat dilakukan selanjutnya untuk menyelesaikan masalah antara masyarakat dengan pihak swasta mengenai sengketa hak atas kepemilikan lahan atau tanah, berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Camat Kecamatan Kelapa Lima yaitu Bapak Drs. Abraham Klau yang mengatakan bahwa:

perlu dilakukannya koordinasi yang baik antara masyarakat dan pihak swasta, dilakukannya investigasi dan inventarisasi bersama dengan instansi terkait serta ikut didalam penyelesaian masalah tersebut, dan antara masyarakat dan pihak swasta harus dapat menjalin kerjasama yang baik demi terwujudnya pengembangan terhadap Pantai Lasiana.

Dari hasil wawancara diatas, penulis berkesimpulan bahwa Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur telah berperan dalam menetapkan dan menerapkan kebijakan serta peraturan dalam usaha mengembangkan pariwisata yang ada di Kota Kupang, khususnya objek wisata Pantai Lasiana, dan kebijakan dan aturan tersebut harus dijalankan secara tegas dan terus-menerus agar tidak terjadi masalah atau penyimpangan dalam mengembangkan objek wisata Pantai Lasiana.

2. Peran sebagai suatu strategi

Dalam usaha mengembangkan objek wisata Pantai Lasiana, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur membuat strategi-strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan Pantai Lasiana. Menurut Hasil wawancara Penulis dengan Kepala

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur Bapak Ir. Wayan Darmawa, MT, beliau mengatakan:

Strategi yang kami lakukan untuk mengembangkan objek wisata Pantai Lasiana adalah dengan meningkatkan produk wisata 3A, yaitu akses, ability, dan atraksi. Akses yaitu meningkatkan dari segi transportasi seperti jalan raya menuju objek wisata. Ability yaitu meningkatkan infrastruktur dan fasilitas yang tersedia seperti listrik, air bersih (PDAM) dan toilet umum. Aktraksi yaitu meningkatkan atraksi wisata yang ada di Pantai Lasiana, seperti memanjat pohon lontar dan pembuatan gula air. Apabila tiga hal tersebut dapat ditingkatkan secara maksimal, maka Pantai Lasiana akan semakin banyak dikunjungi oleh wisatawan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bidang Pemasaran dan Pariwisata yaitu Bapak Alfonsius Ara Kian, S.Fil, yang mengatakan bahwa:

Untuk mengembangkan objek wisata Pantai Lasiana, ada beberapa strategi yang kami lakukan, seperti meningkatkan kerjasama dengan gerbang internasional, menerapkan pola pemasaran yang bersifat IT (ilmu Teknologi) dan meninggalkan pola yang masih bersifat hardcopy. Kami pun membuat website dinas yang terhubung dengan kementerian.

Namun masih ada hambatan mengenai fasilitas, sarana dan prasarana, sehingga diperlukan sekali strategi dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Provinsi Nusa Tenggara Timur demi mengembangkan objek wisata Pantai Lasiana. Menurut hasil wawancara penulis dengan Kepala Bidang Destinasi Pariwisata Bapak Joni Lie Rohi Lodo, SH, beliau mengatakan bahwa:

masih ada beberapa fasilitas yang kurang atau belum tersedia di Pantai Lasiana demi menunjang pengembangan, diantaranya adalah kurangnya jumlah gazebo wisata, belum ada outlet kuliner dan kantor pengelola wisata, serta belum adanya Bank Sampah dan kantor pengelolaan sampah meskipun sudah terdapat TPS di Pantai Lasiana.

Menurut hasil wawancara penulis dengan Kepala Bidang Destinasi Pariwisata Bapak Joni Lie Rohi Lodo, SH, beliau langsung memberikan upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut, yang mengatakan bahwa:

untuk meningkatkan fasilitas dan sarana prasarana yang ada Pantai Lasiana, maka akan dibangun beberapa fasilitas seperti menambah gazebo wisata, menambah jumlah toilet umum dan kamar mandi, menambah jumlah rumah makan di tepi pantai, membuat outlet kuliner dan kantor pengelola wisata.

Dari hasil wawancara diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur telah memiliki peran dalam hal membuat strategi-strategi dalam mengembangkan pariwisata yang ada di Kota Kupang, khususnya objek wisata Pantai Lasiana, namun masih harus perlu ditingkatkan lagi.

3. Peran sebagai alat komunikasi

Dalam proses pengembangan objek wisata Pantai Lasiana, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur harus dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai objek wisata Pantai lasiana, baik dari media sosial maupun media cetak. Dari hasil Wawancara penulis dengan Kepala Bidang Bina Pemasaran dan Pariwisata yaitu Bapak Alfonsius Ara Kian, S.Fil., yang mengatakan bahwa:

Untuk masalah komunikasi atau memberikan informasi kepada masyarakat Kota Kupang maupun diluar Kota ataupun luar Provinsi tentang pariwisata yang ada di Kota Kupang seperti Objek wisata Pantai Lasiana, kami telah menyampaikan informasi seperti membuat video yang isinya tentang keindahan alam dan potensi wisata yang ada di Pantai Lasiana, yang kemudian kami upload di media sosial seperti Instagram dan facebook, dan para penontonnya pun banyak yang berkomentar dan memberikan respon yang positif, ada yang memuji keindahan alam Pantai Lasiana, ada yang ingin berkunjung, serta adapula yang awalnya belum tahu menjadi tahu.

Penulis juga melakukan wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur Bapak Ir. Wayan Darmawa, MT, terkait masalah komunikasi, beliau mengatakan bahwa:

Di Kota Kupang setiap tahunnya selalu ada acara Pameran yang dimana disana terdapat stand-stand dari berbagai OPD yang ada di Kotya Kupang. Dinas

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur selalu ikut acara tersebut setiap tahunnya, yang dimana didalam stand tersebut kami memajang foto-foto objek wisata yang ada di Kota Kupang seperti Pantai Lasiana, kami pun membuat booklet tentang objek wisata serta leaflet tentang pariwisata dan kemudian memberikannya kepada para pengunjung stand kami, dan disitulah komunikasi atau interaksi terjadi, dimana para pengunjung memberikan beberapa pertanyaan seputar objek wisata, dan kami pun dengan senang hati memberikan informasi kepada pengunjung tersebut.

Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan Kepala Bidang Pemasaran dan Pariwisata yaitu Bapak Alfonsius Ara Kian, S.Fil., masih ada hambatan yang terjadi dalam peran komunikasi seperti mengenai pemasaran atau promosi, yang menyatakan bahwa:

terdapat hambatan yang dialami dalam proses pengembangan objek wisata Pantai Lasiana, yaitu antara lain masalah Pemasaran atau promosi, wisatawan khususnya diluar Provinsi Nusa Tenggara Timur masih banyak yang belum mengetahui tentang keberadaan Pantai Lasiana, karena mereka hanya tahu Labuan Bajo yang ada di Kabupaten Flores Timur, serta masih kurangnya jumlah data dan informasi mengenai Pantai Lasiana tersebut. Belum terbentuknya suatu Badan Promosi yang secara khusus menangani promosi terhadap Pantai Lasiana, serta dana APBD terhadap promosi yang masih kecil, sehingga kerjasama belum

berjalan secara maksimal. Pola pemasaran Pantai Lasiana masih bersifat parsial atau sendiri-sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Kepala Bidang Pemasaran dan Pariwisata yaitu Bapak Alfonsius Ara Kian, S.Fil, mengenai promosi terhadap objek wisata Pantai Lasiana, terdapat beberapa cara atau upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan promosi, antara lain:

1. Memasang papan iklan tentang objek wisata Pantai Lasiana di semua kabupaten/kota yang ada di NTT yang dimana didalam papan iklan tersebut digambarkan keadaan wisata yang bersih, aman, nyaman, dan memiliki kesan sehingga wisatawan dapat tertarik.
2. Membuat promosi melalui video di media sosial, seperti melalui aplikasi Instagram atau facebook yang banyak digunakan oleh seluruh masyarakat
3. Menghimpun pusat informasi pariwisata di berbagai tempat yang strategis seperti, di bandara, hotel, biro perjalanan yang berada di Kota Kupang.
4. Meningkatkan pembuatan souvenir sebagai cinderamata atau oleh-oleh, sehingga dapat menunjang terjadinya promosi yang bisa dilakukan oleh wisatawan yang telah berkunjung ke Pantai Lasiana.
5. Meningkatkan kemitraan dan kerjasama promosi secara nasional dan regional seperti Bali dan NTB, serta bekerjasama dengan pihak swasta.
6. Berpartisipasi seperti mengikuti festival, pekan wisata dan pameran diluar daerah tingkat nasional.

Dari beberapa pernyataan yang disampaikan diatas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur telah

memiliki peran dalam melakukan komunikasi atau sebagai komunikasi serta mampu menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang objek wisata Pantai Lasiana melalui kegiatan promosi, yang dimana promosi tersebut dilakukan dengan memperkenalkan produk-produk wisata yang ada disana serta dengan melalui keunikan atau ciri khas dari daerah tersebut yang dapat mempengaruhi serta menarik minat dari seseorang mengenal serta berkunjung ke Pantai Lasiana.

4. Peran sebagai alat penyelesaian sengketa

Dalam usaha melakukan pengembangan pariwisata di Pantai Lasiana, selalu saja terdapat beberapa masalah atau hambatan yang terjadi, maka dari itu sangat dibutuhkannya peran dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur dalam menyelesaikan masalah atau sengketa tersebut. Menurut hasil wawancara penulis dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur Bapak Ir. Wayan Darmawa, MT, yang mengatakan bahwa:

Untuk masalah atau hambatan pasti selalu ada dan selalu terjadi, apalagi dalam hal pembangunan dan pengembangan suatu objek wisata, contohnya di Pantai Lasiana, terdapat masalah sengketa mengenai status hak milik atas tanah atau lahan antara masyarakat sekitar objek wisata dengan pihak swasta. Kami sebagai Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memiliki kewajiban untuk menyelesaikan masalah ini. Untuk menyelesaikan masalah ini, kami melakukannya dengan cara berkoordinasi dengan instansi terkait, melakukan investigasi terhadap masalah,

dan mengajak kedua belah untuk berdamai dan melakukan kerjasama dalam memanfaatkan peluang pariwisata agar tidak ada yang dirugikan.

Kepala Bidang Destinasi Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Timur, Bapak Joni Lie Rohi Lodo, SH, juga mengatakan bahwa:

Khusus di Pantai Lasiana, masalah kebersihan masih menjadi musuh utama, banyak sampah yang berserakan di sekitar area objek wisata, sampah tersebut banyak berasal dari masyarakat setempat, para wisatawan itu sendiri, bahkan sampah bawaan dari gelombang. Kamipun mengambil suatu gerakan untuk menyelesaikan masalah ini, yaitu dengan cara bekerjasama dengan pihak Kecamatan Kelapa Lima untuk membuat sebuah TPS dan rencana kami kedepan adalah membentuk Bank Sampah yang dapat dikelola dengan baik, sehingga masalah sampah ini dapat diselesaikan.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Camat Kecamatan Kelapa Lima yaitu Bapak Drs. Abraham Klau, yang mengatakan bahwa:

sampah yang ada di Pantai Lasiana jumlahnya masih banyak serta pengelolaannya masih belum optimal. Sampah yang ada kebanyakan berasal dari sampah konsumsi dari masyarakat sekitar dan dari para wisatawan yang berkunjung ke Pantai Lasiana, serta adapula sampah yang berasal dari bawaan dari arus atau gelombang laut.

Jalan menuju Pantai Lasiana sudah mulai rusak, sehingga banyak wisatawan yang mengeluh, maka dari itu perlu dilakukannya pembenahan dan perbaikan terhadap jalan yang ada menuju Pantai Lasiana, sehingga penulis juga melakukan wawancara dengan salah satu wisatawan yang berkunjung yaitu Ibu Cia Dethan, yang berasal dari Kecamatan Oebobo tepatnya di Kelurahan Liliba dengan menanyakan hambatan apa yang dialaminya, wisatawan tersebut mengatakan bahwa:

Sejujurnya saya melihat kondisi jalan yang saya lewati menuju lokasi pantai sudah mulai rusak dan jelek, banyak jalan yang berlubang, jalan yang mengalami longsor di beberapa titik, serta banyak genangan lumpur dan air di jalan yang berlubang tersebut dikarenakan hujan yang sering terjadi, sehingga waktu tempuh semakin lama, karena kondisi jalan yang kurang bagus.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Kepala Bidang Destinasi Pariwisata Bapak Joni Lie Rohi Lodo, SH, mengenai upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi sampah, yang mengatakan bahwa:

kami telah melakukan sebuah study pembelajaran mengenai pengelolaan sampah serta bagaimana cara mengelola sampah yang ada di Pantai Lasiana dengan baik dan secepatnya akan dibentuk badan pengelolaan terhadap sampah yang ada di Pantai Lasiana, seperti akan dibentuknya Bank Sampah.

Penulis juga melakukan wawancara dengan Camat Kecamatan Kelapa Lima Bapak Drs. Abraham Klau mengenai masalah sampah, beliau memberikan tanggapan yaitu: “untuk membersihkan

sampah yang ada, dari kecamatan sendiri melakukan program gotong royong, diadakannya hari jumat bersih dan minggu bersih setiap minggunya, serta dengan adanya kesepakatan, bahwa setiap kampung memiliki petugas kebersihan yang bertugas membersihkan sampah”.

Hasil wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur Bapak Ir. Wayan Darmawa, MT yang dimana beliau menanggapi hambatan mengenai jalan yang sudah mulai rusak tersebut, dan mengatakan bahwa:

kami secepatnya akan menangani masalah jalan yang rusak tersebut, kami akan bekerjasama dan melakukan koordinasi dengan pihak Dinas Pekerjaan Umum terkait masalah tersebut, agar jalan yang rusak tersebut dapat segera diperbaiki dan dilakukannya pengaspalan ulang terhadap jalan yang rusak sehingga jalan tersebut kembali menjadi bagus dan tidak berlubang-lubang lagi.

Dari hasil wawancara diatas, penulis berkesimpulan bahwa Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur telah memiliki peran yang besar dalam menyelesaikan berbagai macam sengketa atau masalah yang terjadi di objek wisata Pantai Lasiana serta hambatan yang ada dalam proses Pengembangan objek wisata Pantai Lasiana.

5. Peran sebagai terapi

Terapi maksudnya disini adalah Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur harus berperan dalam memberikan terapi dalam pemberdayaan kepada masyarakat khususnya masyarakat di Pantai Lasiana agar mereka memiliki rasa kesadaran untuk menjaga dan merawat lingkungan

Pantai Lasiana, memanfaatkan peluang untuk usaha, serta dapat ikut berpartisipasi dalam pengembangan objek wisata Pantai Lasiana. Menurut hasil wawancara penulis dengan Kepala Bidang Destinasi Pariwisata Bapak Joni Lie Rohi Lodo, SH, yang menyatakan bahwa:

Dalam memberdayakan masyarakat, ada beberapa hal yang telah kami lakukan untuk mengembangkan SDM di Pantai Lasiana, yaitu dengan melakukan pembinaan dan pelatihan kepada masyarakat membuat cinderamata atau oleh-oleh, serta melakukan sosialisasi kepada masyarakat bahwa industri pariwisata sangatlah menguntungkan apabila kita dapat mengelolanya dengan baik.

Dari hasil wawancara penulis dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur Bapak Ir. Wayan Darmawa, MT, yang dimana beliau mengatakan:

Kami telah melakukan beberapa cara untuk melakukan pemberdayaan kepada masyarakat di Pantai Lasiana, contohnya seperti memberikan berbagai macam pelatihan-pelatihan kepada masyarakat, mengajak masyarakat untuk memanfaatkan peluang membuka usaha dengan adanya objek wisata, yang dimana itu dapat menggerakkan sektor ekonomi masyarakat, dengan munculnya mata pencaharian bagi masyarakat. Kami juga mengajak masyarakat untuk sadar dalam menjaga dan merawat lingkungan sekitar objek wisata dan lingkungan alam Pantai Lasiana, dengan tidak merusak dan

mengotorinya, agar keindahan Pantai Lasiana tetap terjaga.

Untuk mengembangkan objek wisata Pantai Lasiana, perlu dilakukannya upaya meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata dan pentingnya merawat dan menjaga lingkungan sekitar Pantai Lasiana agar tetap bersih, sehingga berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur Bapak Ir. Wayan Darmawa, MT, yang mengatakan bahwa terdapat beberapa cara untuk memberdayakan serta meningkatkan kesadaran masyarakat antara lain dengan:

1. Melakukan sosialisasi dan membentuk POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) di Pantai Lasiana.
2. Melakukan Pembinaan dan beberapa pelatihan.
3. Memberdayakan masyarakat bahwa industri pariwisata sangat menguntungkan, dan masyarakat harus dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan sebaik mungkin.
4. Mengajak masyarakat untuk menjaga dan merawat lingkungan sekitar Pantai Lasiana dengan cara tidak membuang sampah sembarangan.

Berdasarkan dari pernyataan diatas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur telah memiliki peran sebagai terapi, karena telah berperan langsung dalam hal melakukan pemberdayaan terhadap masyarakat di Pantai Lasiana, sehingga masyarakat dapat berpartisipasi dalam menunjang proses pengembangan objek wisata Pantai Lasiana.

2. Diskusi Temuan Utama Penelitian

Temuan utama penelitian menunjukkan bahwa pemerintah daerah telah berupaya dalam mengembangkan objek wisata Pantai Lasiana, namun terdapat hambatan yang perlu diminimalisir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pengembangan objek wisata, pemerintah daerah menerapkan strategi produk wisata 3A yaitu akses, *ability* dan atraksi. Hambatan yang umumnya terjadi adalah kurangnya fasilitas memadai bahkan terdapat fasilitas yang belum tersedia di Pantai Lasiana. Diantaranya jumlah gazebo yang masih kurang memadai baik secara kuantitas maupun kualitas. Fasilitas toilet umum pun masuk dalam kategori kurang memadai. Sementara fasilitas yang belum tersedia adalah outlet kuliner, kantor pengelola wisata, bank sampah dan kantor pengelolaan sampah. Fasilitas yang memadai dapat dinilai sebagai faktor pendorong dalam mengembangkan objek wisata Pantai Lasiana. Bahkan memadainya fasilitas wisata ditegaskan dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan (Setiadi, 2018). Fasilitas yang disediakan oleh pemerintah daerah merupakan penunjang kebutuhan para wisatawan dan salah satu fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan adalah toilet (Harianto et al., 2019). Fasilitas memadai seperti mushola, tempat parkir, warung makan, tempat beristirahat dan toilet menjadi faktor yang fapat memengaruhi wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata (Nurbaeti et al., 2021). Bahkan, fasilitas yang kurang memadai baik dari aspek kuantitas maupun kualitas Pantai Lasiana perlu diperhatikan oleh pemerintah daerah setempat. Pemerintah daerah diharapkan dapat memprioritaskan anggaran untuk memperbaiki dan meningkatkan kuantitas dan kualitas fasilitas tersebut. Memadainya fasilitas juga dapat berdampak pada tingkat kepuasan wisatawan (Stevianus, 2014; Sulistiyana

et al., 2015). Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Marcelina et al (2018) bahwa jumlah kunjungan wisatawan dapat ditingkatkan melalui penambahan jumlah dan perbaikan fasilitas. Kekuatan daya tarik dari objek wisata tidak terlepas dari keberadaan fasilitas yang memadai dimana fasilitas yang tidak tertata dengan baik dinilai dapat melemahkan daya tarik objek wisata tersebut (Suarnayasa & Haris, 2017).

Hambatan lainnya adalah meskipun promosi telah dilakukan oleh pemerintah daerah melalui website namun eksistensi Pantai Lasiana belum terkenal sebagaimana Labuan Bajo. Hal ini perlu dikritisi bahwa promosi yang dilakukan pemerintah daerah perlu dievaluasi. Promosi melalui situs resmi yang dimiliki oleh pemerintah daerah cenderung bersifat satu arah (Adillah, 2014). Walau demikian, di sisi lain promosi objek wisata melalui website dapat efektif apabila memperhatikan perancangan website itu sendiri. Perancangan website tersebut perlu memperhatikan ukuran, bentuk, tipografi serta warna (Mayasari et al., 2018). Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Fuadi et al (2020) bahwa pesan dan desain yang berkualitas dalam promosi mempunyai hubungan yang kuat terhadap minat kunjungan wisatawan.

Peneliti menilai bahwa selain melakukan promosi melalui website, promosi bisa diperluas dengan membuat konten *youtube* yang menyebarkan informasi terkini di Pantai Lasiana secara berkala. Promosi melalui youtube dinilai dapat lebih efektif dan efisien karena melalui Youtube memberikan dampak pada meluasnya penyiaran objek wisata. Lebih lanjut ditegaskan bahwa dalam melakukan promosi video melalui Youtube, pemerintah daerah dapat menampilkan konten video yang berbeda dan unik yang belum pernah diketahui orang lain. Promosi melalui Youtube perlu menampilkan keindahan alam dari objek wisata Pantai Lasiana tersebut (Andhika,

2019). Untuk mendukung kegiatan promosi tersebut, pemerintah daerah perlu meningkatkan kualitas sumber daya manusianya dalam aspek pemanfaatan teknologi informasi. Apabila memungkinkan maka dapat merekrut tim khusus dalam penyebarluasan informasi objek wisata Pantai Lasiana tersebut.

Promosi melalui media sosial seperti instagram, facebook atau twitter juga dapat menjadi alternatif media promosi objek wisata Pantai Lasiana. Pemerintah daerah perlu memperhatikan kelengkapan, kejelasan dan daya tarik informasi yang disajikan (Oktaviani & Fatchiya, 2019). Promosi yang dilakukan oleh pemerintah daerah dinilai dapat memengaruhi pilihan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tertentu (Wolah, 2016). Oleh sebab itu promosi yang dilakukan seyogyanya dapat menjangkau calon wisatawan dengan pengkomunikasian pesan yang efektif didalamnya (Soedarso et al., 2015).

Dalam mengembangkan objek wisata Pantai Lasiana, pemerintah daerah perlu didukung oleh partisipasi masyarakat setempat. Dimana konsep peran sebagai terapi yang dilakukan oleh pemerintah daerah setempat adalah dengan melakukan pemberdayaan masyarakat. Selain untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, pemberdayaan masyarakat juga ditujukan agar masyarakat dapat meningkatkan partisipasinya dalam turut mengembangkan objek wisata Pantai Lasiana. Pemerintah daerah telah menyelenggarakan pelatihan dan pembinaan kepada masyarakat agar masyarakat memiliki keterampilan. Selain pembinaan dan pelatihan, pemerintah daerah pun melakukan sosialisasi terkait pengelolaan objek wisata Pantai Lasiana yang memerlukan dukungan masyarakat setempat. Masyarakat dapat turut merawat dan mengelola pantai dengan lebih baik, contoh sederhana tidak membuang sampah di sekitaran pantai. Bentuk

kepedulian masyarakat dalam menjaga dan turut terlibat pada jasa usaha pariwisata dinilai sebagai salah satu partisipasi masyarakat dalam pengembangan objek wisata (Dalimunthe, 2007). Selain itu, pemerintah daerah juga dapat menyusun program kelompok sadar wisata dalam meningkatkan peran pemerintah daerah sebagai terapi pada pengembangan objek wisata Pantai Lasiana (Lutpi et al., 2016).

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka penulis menyimpulkan bahwa peran Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur dalam pengembangan objek wisata Pantai Lasiana di Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang masih belum maksimal, karena masih adanya beberapa hambatan yang dialami dalam proses pengembangan objek wisata Pantai Lasiana dan secepatnya hambatan tersebut perlu diselesaikan dan diatasi melalui upaya-upaya serta program-program yang telah direncanakan dan dilaksanakan. Oleh sebab itu penulis merekomendasikan: 1) Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur dalam melaksanakan peranannya dalam pengembangan objek wisata Pantai Lasiana seyogyanya dapat membuat peraturan yang legal, yang akan menjadi payung hukum dalam mengatur dan melindungi sektor pariwisata yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Timur; 2) Diharapkan pemerintah daerah dapat melakukan evaluasi terkait media promosi yang digunakan agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan; 3) Pemerintah daerah seyogyanya dapat memperbaiki dan meningkatkan jumlah dan kualitas fasilitas objek wisata Pantai Lasiana agar dapat menumbuhkan minat kunjungan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adillah, R. (2014). *Peran Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pada Wisatawan di Kota Bandung* [Universitas Komputer Indonesia]. <https://repository.unikom.ac.id/28714/>
- Andhika, A. (2019). Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Ke Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Mutakallimin Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31602/jm.v2i2.3515>
- Batilmurik, R. W., & Lao, H. A. (2022). Pengembangan Model Ekonomi Kreatif Bagi Masyarakat Di Daerah Objek Wisata Bahari Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 1(1). <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/183>
- Beliu, J. J., & Fina, Y. N. (2019). Kajian Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata Di Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Conference on Public Administration and Society*. <http://proceedings.undip.ac.id/index.php/copas/article/view/24/9>
- Dalimunthe, N. (2007). *Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Potensi Wisata Bahari Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai* [Universitas Sumatera Utara]. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/42222>
- Fuady, I., S.P, T. R., & Hisyam, M. A. S. G. (2020). Hubungan Terpaan Promisi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ke Objek Wisata Citumang. *Jurnal Pariwisata*, 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/par.v7i1.8082>
- Harianto, S. P., Winarno, G. D., Santoso, T., Tsani, M. K., & Masruri, N. W. (2019). *Penilaian Wisatawan Terhadap Komponen Destinasi Wisata: Atraction, Amenities, Accessibility, dan Ancillary Service Pada Objek Wisata Kebun Raya Liwa*. <http://repository.lppm.unila.ac.id/15083/>
- Horoepoetri, A., & Santosa, A. (2003). *Peran Serta Masyarakat Dalam Pengelolaan Lingkungan*. Walhi.
- Kapioru, C. (2019). Identifikasi Objek Wisata Potensial dan Strategi Pengelolaan dalam Mendukung Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kota Kupang. *Jurnal Inovasi Kebijakan*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.37182/jik.v4i1.29>
- Kobun, A. L. L. (2010). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pariwisata Obyek Wisata Pantai Kota Kupang* [Universitas Sebelas Maret]. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/17461>
- Lutpi, H., Suharsono, N., & Haris, I. A. (2016). Analisis Tingkat Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata Pantai Di Kecamatan Jerowaru. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 8(3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/jjpe.v8i3.8695>
- Manoe, S. R., Herawati, R., & Indarja. (2017). Pelaksanaan Tugas Dan Wewenang Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Kupang Dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah. *Diponegoro Law Journal*, 6(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/article/view/15625>

- Marcelina, S. D., Febryano, I. G., Setiawan, A., Budi, S., & Yuwono. (2018). Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata Di Pusat Latihan Gajah Taman Nasional Way Kambas. *Jurnal Belantara [JBL]*, 1(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.29303/jbl.v1i2.60>
- Mayasari, Y. P., Budiwiran, & Trinanda, R. (2018). Perancangan Promosi Objek Wisata Nagari Sulik Aia Kabupaten Solok Melalui Media Website. *Dekave Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.24036/dekave.v8i2.101795.g100666>
- Miles, M. B., & A. Michael Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif. Diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah, A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Pongok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.46937/17201926586>
- Ringa, M. B. (2020). Strategi Place Triangle Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Masyarakat Di Kota Kupang Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Inovasi Kebijakan*, V(2).
<http://www.jurnalinovkebijakan.com/index.php/JIK/article/view/52/39>
- Riwukore, J. R., Habaora, F., & Yustini, T. (2021). Kondisi Eksisting Destinasi Pariwisata Pantai Lasiana Kota Kupang Berdasarkan Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas, Kelembagaan, Dan Ekosistem Pariwisata. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 15(2).
<http://ejournal.kemenparekraf.go.id/index.php/jki/article/view/147/62>
- Sanam, S. R., & Adikampana, I. M. (2014). Pengembangan Potensi Wisata Pantai Lasiana Sebagai Pariwisata Berkelanjutan Di Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 2(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/JDEPAR.2014.v02.i01.p02>
- Saputra, A. H. (2019). *Strategi Pengembangan Pantai Tablolong Sebagai Destinasi Wisata Bahari Di Kabupaten Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur* [Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta (STIPRAM)].
<http://repository.stipram.ac.id/623/>
- Setiadi, B. (2018). *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi pada Objek Wisata Pantai Tiga Warna di Kabupaten Malang)* [Universitas Brawijaya].
<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/10074/>
- Soedarso, A. S., Natadjaja, L., & Erandaru, E. (2015). Perancangan Promosi Objek Wisata Green Canyon Pangandaran. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*, 1(6).
<https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/3187>

- Stevianus, S. (2014). Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 19(3). <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ekbis/article/view/1167>
- Suarnayasa, K., & Haris, I. A. (2017). Persepsi Wisatawan Terhadap Keberadaan Objek Wisata Air Terjun Di Dusun Jembong. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20132>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sulistiyana, R. T., H, D., & Azizah, D. F. (2015). Pengaruh fasilitas wisata dan harga terhadap kepuasan konsumen (studi pada konsumen museum satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1).
- Wolah, F. F. C. (2016). Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Poso. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(2). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/11722>