
PENGEMBANGAN BUDAYA LOKAL SEBAGAI POTENSI DAERAH MELALUI PROMOSI PARIWISATA DI BUTON TENGAH

Hadawiah, Zelfia

Universitas Muslim Indonesia, Jl. Urip Simoharjo No 5 Panaikang, Kota Makasar, Sulawesi Selatan

E-Mail:

hadawiah.hadawiah@umi.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to determine the promotion of tourism in the development of local culture as a potential area in the Central Buton district. by using qualitative descriptive analysis methods. Primary data were collected using interviewing techniques with several informants, namely the Head of the Tourism Office, the Head of Promotion and Marketing, the Head of Tourism Destinations, and several local tourists who visited Central Buton. While secondary data is obtained through literature review, namely books, journals and internet sites that have relevance to the object of research. The results of this study indicate that the Central Buton District Tourism Office applies a promotional mix in increasing the number of tourist visits, namely advertising, sales promotions, public relations, personal sales and direct marketing. The supporting factors of promotional activities are the high tourism potential in Central Buton. While the inhibiting factors are inadequate Human Resources such as employment staff, Central Buton that are not too well known by people outside the Buton area, as well as inadequate facilities and infrastructure.

Keywords: *Tourism Office, promotion, Central Buton.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui promosi Pariwisata dalam pengembangan budaya lokal sebagai potensi daerah di kabupaten Buton Tengah. dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Data primer dikumpulkan menggunakan teknik wawancara terhadap beberapa informan yaitu Kepala Dinas Pariwisata, Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran, Kepala Bidang Destinasi Pariwisata, serta beberapa wisatawan lokal yang berkunjung ke Buton Tengah. Sementara data sekunder didapatkan melalui kajian pustaka yaitu buku-buku, jurnal-jurnal serta situs internet yang memiliki relevansi terhadap objek penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah menerapkan bauran promosi dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisata, yaitu Iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan pemasaran langsung. Adapun faktor pendukung aktivitas promosi adalah tingginya potensi wisata di Buton Tengah. Sementara faktor penghambatnya adalah Sumber Daya Manusia yang kurang memadai seperti tenaga kerja kepegawaian, Buton Tengah yang belum terlalu dikenal oleh masyarakat di luar daerah Buton, serta sarana dan prasarana yang kurang memadai.

Kata Kunci: Dinas Pariwisata, Promosi, Buton Tengah.

1. Pendahuluan

Pengembangan industri pariwisata ini adalah salah satu strategi yang dipakai oleh suatu organisasi pemerintah atau non-pemerintah (swasta) untuk mempromosikan wilayah tertentu. Berdasarkan Undang-Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisata, adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

Secara estetika negara Indonesia adalah negara yang memiliki beraneka ragam wisata dan budaya yang terbentang dari Sabang sampai Marauke. Selain objek wisata yang kaya akan keindahan wisata alam, taman wisata, taman budaya, juga biasanya menawarkan keanekaragaman kuliner. Banyak orang menyebutkan Indonesia sebagai “Surga Dunia” karena memiliki aneka ragam wisata yang khas dimana tiap daerahnya memiliki kebudayaan berbeda-beda yang melambangkan identitas daerah tersebut. Tidak sedikit turis domestik maupun mancanegara yang mengagumi keanekaragaman budaya dan wisata di Negara Indonesia.

Beberapa destinasi wisata unggulan Indonesia terdapat di propinsi Sulawesi Tenggara diantaranya; Taman Nasional Wakatobi (TNW) yang merupakan salah satu dari 50 (lima puluh) taman nasional di Indonesia yang terletak di Kabupaten Wakatobi, Air Terjun Moramoyang berada di Kota Kendari, Benteng Keraton Buton yang merupakan benteng terluas di dunia terletak di atas bukit dan tidak jauh dari pusat Kota Baubau. Selain itu ada Permandian Tamborasi merupakan sungai yang konon terpendek di dunia terletak di ujung Kabupaten Kolaka berbatasan dengan Kabupaten Kolaka Utara, Pantai Taipa merupakan pantai tersembunyi yang terletak di Kabupaten Konawe Utara,

Pantai Bokori merupakan pantai yang sangat indah dan bersih terletak di Kota Kendari, Pantai Toronipa merupakan pantai yang cukup populer di Kota Kendari terletak di Kabupaten Konawe, Taman Nasional Rawa Aopa Watumohai (TNRAW) terletak di Kecamatan Tinanggea Kabupaten Konawe Selatan, Pantai Nirwana merupakan salah satu pantai yang wajib dikunjungi di Kota Baubau, Pantai Katembe merupakan salah satu pantai yang terkenal di Kabupaten Buton Tengah.

Selain potensi wisata daratan, Kabupaten Buton Tengah dikenal pula sebagai “Negeri 1000 Goa”. Oleh karena banyaknya potensi wisata di Sulawesi Tenggara, khususnya di Kabupaten Buton Tengah. Tetapi, sampai saat ini pariwisata Buton Tengah belum dikenal dan dilirik oleh masyarakat nusantara maupun mancanegara.

2. Objek dan Metode Penelitian

Dalam tipe penelitian ini penulis menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang digunakan peneliti sebagaimana yang dikemukakan Miles dan Hubberman (Sugiyono, 2007: 204) yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Data primer dikumpulkan menggunakan teknik wawancara terhadap beberapa informan yaitu Kepala Dinas Pariwisata, Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran, Kepala Bidang Destinasi Pariwisata, serta beberapa wisatawan lokal yang berkunjung ke Buton Tengah. Sementara data sekunder didapatkan melalui kajian pustaka yaitu buku-buku, jurnal-jurnal serta situs internet yang memiliki relevansi terhadap objek penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Kabupaten Buton Tengah dibentuk berdasarkan Undang-Undang (UU) No.15 tahun 2014 tentang pembentukan Kabupaten Buton Tengah sebagai daerah otonomi baru yang disahkan pada 24 Juli 2014 yang kemudian ibu kota Kabupaten Buton Tengah bertempat di Labungkari.

Kabupaten Buton Tengah yang berdasarkan letak geografis luas lautannya 1.377,76 km² hampir dua kali lipat dari luas daratannya yang hanya 958,31 km². Kabupaten Buton Tengah terdiri dari 7 cakupan wilayah, yaitu; Kecamatan yang paling luas wilayahnya adalah Kecamatan Mawasangka dengan luas 269,55 km² atau 28,48%, Mawasangka Tengah 152,22 km² atau 15,88%, Kecamatan Mawasangka Timur dengan luas 126,23 km² atau sebesar 13,17%, Kacamatan Lakudo dengan luas 225 km² atau 23,48%, Kecamatan Gu dengan luas 104 km² atau 10,85%, Kecamatan Talaga Raya dengan luas 71,31 km² atau 7,44% terhadap total luas wilayah Kabupaten Buton Tengah. Sedangkan wilayah yang paling kecil adalah Kecamatan Sangia Wambulu dengan luas wilayah 10 km² atau 1,04% dari total luas wilayah Kabupaten Buton Tengah.

Dari hasil peninjauan telah ditentukan bahwa jenis wisata goa yang menjadi prioritas utama pemerintah daerah Buton Tengah untuk dikembangkan, melihat kekayaan dan keindahan wisata goa di darat maupun goa bawah laut. Oleh sebab itu, tidak salah jika Buton Tengah disebut sebagai “Negeri 1000 Goa”

Gambar 1. Pengunjung saat berpose di Pantai Mutiara. Pantai eksotis di Buton Tengah
(<https://penasultra.com>)



Gambar 2. Pantai Katembe, Pantai eksotis di Buton Tengah
(<https://panoramapulaubutonrizalkamaru.wordpress.com>)





Seksi promosi dan pemasaran dalam struktur kelembagaan Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah memiliki peranan penting dalam merancang strategi-strategi mulai dari bentuk sampai pada penggunaan medianya. Hal tersebut tidak terlepas dari konsep komunikasi pemasaran dalam menentukan kegiatan promosi.

Bentuk promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Buton Tengah yaitu membuat acara televisi “Pencarian Jodoh Kamomose” disalah satu siaran TV nasional (Trans7) yang bekerjasama dengan pemerintah Kabupaten Buton.

Tahun 2016 dan 2017, Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah mempromosikan pariwisata Buton Tengah di acara televisi jalan-jalan dan petualangan di beberapa siaran TV nasional (Trans7, MNCTV, KompasTV, Antv) yang bertujuan untuk memperkenalkan kekayaan dan kemurnian wisata bahari, wisata goa, wisata budaya dan wisata kuliner Buton Tengah kepada masyarakat internasional. Promosi tersebut berhasil yang ditandai dengan adanya peningkatan pengunjung yang meningkat disetiap tahunnya.

Gambar 3. Pesona Blue Hole di Laut Buton Tengah Part 1

Laut biru Buton Tengah menyembunyikan pesona unik bagi penggila selam, salah satunya gua Loba-loba di perairan desa One Waara, Sulawesi Tenggara. Fenomena grafis langka Blue hole ditemukan dari kedalaman 24 meter di bawah permukaan air laut. Blue hole adalah gradasi warna biru nila yang muncul saat cahaya matahari tepat sejajar dengan mulut gua.



Gambar 4. Jejak petualang - petualangan bahari di buton tengah (1/5/17) 3-3 tayang setiap hari senin - rabu pukul 15.15 wib.



Selain dari promosi tersebut, bentuk promosi lain yang dilakukan adalah melalui media sosial sebagaimana yang dikutip dari Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran, Haymuddin, S. Ag: “Sejauh ini bentuk promosi yang sering kami lakukan adalah promosi media sosial melalui Youtube, Facebook dan Instagram untuk dapat memperlihatkan kepada masyarakat yang ingin berkunjung mengenai referensi tempat wisata di Buton Tengah misalnya foto-foto dan video-video. Mengingat masyarakat sangat aktif menggunakan media tersebut” Dalam penggunaan media, Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah

menyesuaikan dengan khalayak sasaran yang akan dituju. Mengingat pemilihan media merupakan hal yang sangat penting dalam penyampaian pesan Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah seperti yang diungkapkan oleh Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah tersebut.

Promosi lain yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah adalah “Pameran” sebagaimana yang dikutip dari seksi pengembangan kemitraan dan *digital marketing*, Kasmawati, S.Pd. M, Si: “Bentuk promosi yang kami lakukan adalah pameran yang merupakan salah satu program kegiatan kami setiap tahunnya, menurut kami di pameran tersebut kami bisa memperlihatkan langsung pariwisata di Buton Tengah, bukan hanya wisata bahari, kami juga memamerkan wisata-wisata lainnya seperti wisata goa, wisata budaya dan wisata kuliner”

Kegiatan pameran baik yang diadakan sendiri oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah maupun daerah lain, pusat dan mancanegara adalah kegiatan yang selalu diusahakan untuk diikuti. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam penuturan di atas bahwa pameran dapat memperlihatkan dan berkomunikasi secara langsung kepada calon pengunjung yang memang memiliki minat berwisata. Adapun contoh pameran lain yang pernah diikuti adalah “*deep and extreme Indonesia*” di Jakarta tahun 2018.

Dalam setiap kegiatan pameran biasanya panitia menyediakan *stand* bagi setiap daerah untuk menampilkan foto objek wisata unggulan dan hasil karya asli daerah seperti alat kesenian, pakaian tradisional, aneka makanan khas juga ikut ditampilkan, brosur yang menyajikan profil singkat dan daftar destinasi objek wisata didesain semenarik mungkin siap untuk dibagikan kepada setiap pengunjung *stand*.

Gambar 5. Pemerintah daerah (Pemda) kabupaten buton melalui dinas pariwisata menyiapkan 65 stand pameran pada Pameran Buton Expo yang dimulai sejak Tanggal 19 - 25 Agustus 2016 di Kompleks Perkantoran Takawa, Kecamatan Pasarwajo. (teropongsultra.com)



Gambar 6. Buton Tengah menorehkan prestasi sebagai juara II stand terbaik pada Pameran Inavest 2017 di Semarang. (butonpos.com)



Pameran yang pernah diikuti oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah tidak hanya sekedar menampilkan objek wisata dalam sebuah *stand* yang disediakan tetapi para pegawai yang ditugaskan untuk

mengikuti pameran dituntut untuk memiliki peran aktif dalam mempersentasikan mengenai gambar dan hasil karya daerah yang ditampilkan. Oleh karena itu, kecakapan komunikasi khususnya kemampuan untuk mempersentasikan setiap obyek wisata dan hasil karya daerah sangat dibutuhkan bagi pegawai yang bertugas mengawasi *stand* pameran, bahkan tidak jarang seorang pegawai menggunakan bahasa Inggris pada saat persentasi jika pengunjungnya adalah orang asing (turis).

Pada prakteknya Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah juga membuat buklet dan brosur yang di dalamnya berisikan objek-objek wisata unggulan Kabupaten Buton Tengah kemudian menyebarkannya diberbagai pusat keramaian. Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah juga memuat beberapa kegiatan-kegiatan pariwisata yang telah dan yang akan dilaksanakan ke dalam brosur guna menarik perhatian calon wisatawan serta Dinas Pariwisata juga mempromosikannya melalui media cetak dan media elektronik, sebagaimana yang dikemukakan oleh Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah, Safrin, S.ST.Par, yaitu sebagai berikut: “Kami mempromosikan kegiatan-kegiatan dan event-event kami baik yang telah dan akan kami laksanakan diberbagai media cetak yang memiliki oplah yang tinggi untuk dibaca oleh wisatawan dan juga membuat brosur dan buklet untuk memuat informasi mengenai pariwisata Buton Tengah”

Penggunaan media cetak dan elektronik adalah hal yang paling sering dilakukan oleh setiap instansi ataupun lembaga pemerintah dan non pemerintah sebagai media menyampaikan pesan baik itu berupa regulasi, profil instansi dan lain-lain. Sama halnya dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah menggunakan media cetak

dan elektronik sebagai media informasi objek wisata Buton Tengah

Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah tidak lepas dari bauran promosi. Adapun bentuk bauran promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah dalam (Hafied Cangara: 2014) sebagai berikut:

Iklan (*advertising*)

Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi tentang keunggulan objek wisata Buton Tengah, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran wisatawan untuk melakukan kunjungan, seperti iklan cetak maupun acara televisi.

Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah menggunakan media elektronik, media cetak, dan media sosial untuk mempromosikan objek wisata. Media Elektronik Pembuatan acara televisi tersebut bertujuan untuk memperlihatkan keunggulan keindahan panorama “Negeri 1000 Goa” Buton Tengah. Hal ini memungkinkan penyampaian informasi terkait objek wisata dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat luas karena memiliki daya persuasif terhadap penonton. Kekurangan dari promosi menggunakan media elektronik yaitu membutuhkan anggaran yang sangat besar sedangkan anggaran yang dimiliki Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah untuk melakukan promosi mungkin sangat terbatas.

Media Cetak

Iklan melalui media cetak seperti brosur, buku dan majalah juga dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah dalam mempromosikan objek wisata. Iklan melalui media cetak mempunyai kelebihan diantaranya tepat waktu, mampu menangkap pasar lokal dengan baik, dan

mudah di distribusikan kepada wisatawan. Selain itu, media cetak juga memiliki biaya yang tergolong murah dibanding penayangan iklan di media elektronik.

Informasi yang terdapat dalam media cetak yaitu mengenai profil obyek wisata di Kabupaten Buton Tengah diharapkan menginformasikan, membujuk dan mengingatkan akan adanya obyek wisata di Buton Tengah.

Media Sosial

Iklan melalui media sosial yaitu Facebook dan Instagram juga dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah dalam mempromosikan objek wisata. Iklan melalui media sosial lebih mudah dilakukan karena bisa diakses dengan mudah oleh masyarakat luas bahkan melalui ponsel sekalipun.

Media sosial juga menjadi media promosi yang sering dilakukan oleh Dinas Pariwisata untuk dapat memperlihatkan kepada masyarakat yang ingin berkunjung mengenai referensi tempat wisata di Buton Tengah misalnya foto-foto dan video-video. Mengingat masyarakat sangat aktif menggunakan media sosial.

Dalam penggunaan media, Dinas Pariwisata menyesuaikan dengan khalayak sasaran yang akan dituju. Mengingat pemilihan media merupakan hal yang sangat penting dalam penyampaian pesan.

Penjualan Pribadi (*Personal selling*)

Penjualan Pribadi (*Personal selling*) dilakukan Dinas pariwisata Kabupaten Buton Tengah dengan melakukan komunikasi langsung kepada wisatawan. Hal ini bertujuan untuk membentuk pemahaman wisatawan terhadap objek wisata yang ditawarkan sehingga membuat wisatawan berminat untuk mengunjungi objek wisata di Buton Tengah.

Pameran “*deep and extreme*” di Jakarta dan pameran di acara ulang tahun Sulawesi

Tenggara “Hallo Sultra” merupakan contoh kesempatan langsung yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah untuk berkomunikasi secara langsung. Komunikasi tersebut terjadi ketika pengunjung pameran mendatangi *stand* pameran dan kemudian pegawai yang bertugas akan menyampaikan atau mempersentasikan mengenai objek-objek wisata yang ada di Buton Tengah.

Selain pameran, *event* juga merupakan bentuk *personal selling* karena *event* yang diadakan maupun yang diikuti oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah juga memberikan peluang yang sangat besar untuk mengkomunikasikan objek wisata kepada wisatawan.

Promosi penjualan (*sales promotion*)

Berdasarkan hasil penelitian tidak ditemukan jenis bauran promosi ini. Promosi penjualan dalam perspektif pemasaran merupakan bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang dapat diatur untuk merangsang jumlah pembelian dengan segera, seperti pemberian hadiah, pemberian kupon, diskon pada wisatawan.

Dinas pariwisata Kabupaten Buton Tengah juga menggunakan promosi dalam bentuk Hubungan Masyarakat (*Public relations*). Dalam penerapannya Dinas pariwisata Kabupaten Buton Tengah melakukan upaya komunikasi menyeluruh untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok wisatawan terhadap obyek wisata Buton Tengah.

Penjualan Langsung (*direct marketing*)

Bauran promosi ini bersifat interaktif, memanfaatkan 1 (satu) media atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan transaksi di semua lokasi. Bentuk pemasaran langsung yang saat ini lazim dilakukan oleh Dinas

Pariwisata Kabupaten Buton Tengah yaitu melalui media sosial.

Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah memanfaatkan media sosial guna menginformasikan objek wisata Buton Tengah. Selain itu, Dinas Pariwisata juga menerbitkan buku mengenai kebudayaan dan keindahan “Negeri Seribu Goa” Buton Tengah dalam upaya mempromosikan objek wisata. Kegiatan promosi merupakan hal penting dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Buton Tengah. Kepuasan seseorang dalam melakukan kegiatan wisata juga perlu diperhatikan dalam pengembangan wisata di Buton Tengah, hal ini dikarenakan salah satu bentuk promosi paling ampuh yaitu penyampaian informasi yang dilakukan wisatawan dari mulut ke mulut kepada orang-orang di sekitarnya. Hal yang sama diungkapkan oleh (Kismono: 2001) bahwa pengalaman dan kepuasan seseorang yang telah menikmati suatu produk atau perjalanan merupakan suatu media yang paling ampuh guna dijadikan media promosi dalam bentuk *by mouth promotion* yang paling dipercaya kebenarannya.

Promosi pariwisata yang saat ini sedang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah yaitu melalui media brosur, pamflet atau majalah obyek wisata dan lainnya dianggap sudah cukup efektif. Pemasaran di bawah boks atau mendatangkan pejabat terkait dari berbagai negara maupun artis yang sedang viral juga dianggap sangat efektif. Pola pemasaran pariwisata di bawah boks lebih efektif karena pejabat terkait dari negara maupun artis yang diundang dapat menyaksikan langsung keindahan obyek wisata yang dimiliki daerah tujuan wisata. Selain itu, juga dapat melihat langsung keramahan dan tradisi budaya masyarakat yang menjadi *image* daerah tujuan wisata

4. Kesimpulan dan Rekomendasi

Promosi Pariwisata Kabupaten Buton Tengah dalam pengembangan potensi daerah dan budaya Wisata adalah dengan menerapkan *promotion mix* atau bauran promosi dalam usaha meningkatkan jumlah kunjungan wisata di Kabupaten Buton Tengah. Dinas Pariwisata menerapkan ke 5 (lima) bentuk promosi yaitu: Periklanan (*advertising*), Penjualan Pribadi (*personal selling*), Promosi Penjualan (*sales promotion*), Hubungan Masyarakat (*Public Relation*) dan Pemasaran Langsung (*direct marketing*).

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence.2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Angipora, Marius P.1999. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bagyono. 2007. *Pariwisata & Perhotelan*. (cetakan 2). Bandung: Alfabeta.
- Ardianto, Elvinaro.2012. *Komunikasi Pembangunan Perubahan Sosial, Perspektif Dominan, Kaji ulang dan teori Kritis*.Depok: Rajawali Pers.
- Bahar, Herman.2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Boone L.E dan Kurtz D.L. 2001. *Pengantar Bisnis*. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Jakarta: Erlangga.
- Boyd, Walker, Larreche.2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global* (edisi 2). Jakarta: Erlangga.
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi pariwisata, tourism communication Pemasaran dan Brand destinasi, prenadamedia grup, Indonesia*.

- Bajari, Atwar. 2017. Metode Penelitian Komunikasi prosedur, trend an etika, Bandung, PT. Remaja Rosda Karya.
- Cangara, Hafied.1998. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- , 2014. Perencanaan & Strategi Komunikasi (edisi revisi). Jakarta: Rajawali Pers. Effendi, Rustam.1982. Pengertian Promosi. Jakarta: PT. INDEKS
- Kismono, Gugup. 2001. Pengantar Bisnis. (edisi 1). Yogyakarta: BPFEE.
- Kotler, Philip.2001. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol Jakarta: PT. Prehallindo
- Lamb, Hair, Mc-Daniel.2001. Pemasaran. (edisi 1). Jakarta: Salemba Empat Lupiyoadi, Rambat, A. Hamdani.2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat. Madura, Jeff. 2001. Pengantar Bisnis (Introduction to Business). Terjemahan Saroyini W. R. Salib. Jakarta: Salemba Empat.
- Majid, Abd, dan Rayudaswati Budi.2013. Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi (program studi ilmu komunikasi universitas muslim Indonesia). Makassar: PT. Leutika Nouvalitera.
- Margono. 2007. Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta. Morissan.2010. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana
- Mulyana, Deddy.2005. Ilmu Komunikasi (suatu pengantar). Bandung: Remaja Rosdakarya. Nurudin.2014. Pengantar Komunikasi Massa. (edisi 1). Jakarta: Rajawali Pers.
- Purba, Amir, dkk.2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Medan: Pustaka Bangsa Perss. Simamora, Henry.2001. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Siregar, Syofian MM.2014. Statistika Deskriptif untuk Penelitian. (edisi revisi). Jakarta: Rajawali Pers.
- Soemanagara, 2006. Strategic Marketing Communication (konsep strategi dan terapan). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta. Suryana. 2001. Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutopo. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Surakarta: UNS.
- Swastha, Basu, dan Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty. Tjiptono, Fandy. 2004. Strategi Pemasaran. (edisi 2). Yogyakarta.
- Ambarawati, Ayu. 2011. Evaluasi Strategi Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Bali Dalam Event Pesta Kesenian Bali Untuk Menari Wisatawan Mancanegara. Jurnal diterbitkan Yogyakarta. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".
- Meidila. M, Mariska. 2014. Aktivitas Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wakatobi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Wakatobi Sulawesi Tenggara. Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Rismayadi, Toni. 2016. Aktivitas Promosi

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
Kabupaten Lombok Barat dalam
Meningkatkan Jumlah Kunjungan
Wisata. Departemen Ilmu

Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik. Universitas
Hasanuddin. Makassar.