

**ANALISIS PROMOSI PARIWISATA DAN BUDAYA MASYARAKAT LOKAL DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI KOTA BAUBAU PROVINSI SULAWESI TENGGARA****Sartika, Bakhtiar Abbas, Nofal Supriaddin, Muh. Nur, Rince Tambunan  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam Enam Kendari, Indonesia**Email: tikaxfajri@gmail.com, tiaraabbas.17@gmail.com, nofalsupriaddin.stie66@gmail.com,  
muh.nur363@gmail.com, rincetambunan110281@gmail.com,**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis (1) Promosi pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Baubau; (2) Program Budaya masyarakat lokal di Kota Baubau dalam meningkatkan kunjungan wisatawan; dan (3) Dampak kunjungan wisatawan di Kota Baubau. Adapun informan dalam penelitian ini sebanyak lima orang. Adapun alat analisis yang digunakan yaitu Analysis Interactive Model dari Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data (data collection), reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (conclusions). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) Promosi pariwisata menggunakan advertising, sales promotion, personal selling, dan personal selling dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Baubau; (2) Budaya masyarakat lokal yang dinilai dari alat-alat teknologi, sistem ekonomi, sistem keluarga, dan sistem kekuasaan politik dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Baubau; dan (3) Kunjungan wisatawan yang dinilai dari peningkatan kedatangan pengunjung asing dan domestic, peningkatan pendapatan devisa dari sektor pariwisata, perluasan lapangan pekerjaan, peningkatan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB/PDRB dan peningkatan daya saing pariwisata di Kota Baubau berdampak baik untuk masyarakat Kota Baubau

**Kata kunci:** Promosi Pariwisata, Budaya Masyarakat Lokal, Kunjungan Wisatawan**Abstract**

*This study aims to find out and analyze (1) Tourism promotion in increasing tourist visits in Baubau City; (2) Cultural programs of local communities in Baubau City in increasing tourist visits; and (3) The impact of tourist visits in Baubau City. The informants in this study are five people. The analysis tool used is the Analysis Interactive Model from Miles and Huberman, which divides the steps in data analysis activities into several parts, namely data collection, data reduction, data display, and conclusions or verification. Based on the results of the study, it can be concluded that (1) Tourism promotion using advertising, sales promotion, personal selling, and personal selling can increase tourist visits in Baubau City; (2) The culture of the local community which is judged from technological tools, economic systems, family systems, and political power systems can increase tourist visits in Baubau*

|                      |   |
|----------------------|---|
| <b>How to cite:</b>  | Sartika, Bakhtiar Abbas, Nofal Supriaddin, Muh. Nur, Rince Tambunan (2024) Analisis Promosi Pariwisata dan Budaya Masyarakat Lokal dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kota Baubau Provinsi Sulawesi Tenggara, (06) 07. |
| <b>E-ISSN:</b>       | <a href="#">2684-883X</a>   |
| <b>Published by:</b> | <a href="#">Ridwan Institute</a>  |

*City; and (3) Tourist visits assessed from the increase in the arrival of foreign and domestic visitors, the increase in foreign exchange income from the tourism sector, the expansion of employment opportunities, the increase in the contribution of the tourism sector to GDP/GDP and the increase in tourism competitiveness in Baubau City has a good impact on the people of Baubau City.*

**Keywords:** *Tourism Promotion, Local Community Culture and Tourist Visits*

## PENDAHULUAN

Pembangunan yang berkelanjutan pada hakekatnya ditujukan untuk mencari pemerataan pembangunan antar generasi pada masa kini maupun masa mendatang. Pembangunan berkelanjutan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi manusia. Karena itu kebijakan pembangunan harus senantiasa berpijak pada bagaimana mendorong pertumbuhan ekonomi yang tinggi, perluasan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan dan distribusi pendapatan yang merata. Untuk mencapai tujuan tersebut, pembangunan harus dilaksanakan secara terencana, bertahap dan berkesinambungan secara terus menerus tanpa akhir (Widodo, 2006)

Rencana yang pertama adalah Rencana Jangka Panjang Nasional (RPJPN) sebagai acuan perencananan yang paling penting secara hirarkis dan mencakup periode pembangunan dari tahun 2005 hingga 2025. Rencana jangka panjang pemerintah ini digunakan sebagai titik tolak untuk seluruh Indonesia (termasuk pemerintah daerah, masyarakat dan dunia usaha) untuk mencapai tujuan nasional seperti yang telah direncanakan dan diformulasikan oleh pemerintahan terpilih di Indonesia dan akan dijabarkan pelaksanaannya oleh pemerintah daerah. Rencana pembangunan jangka panjang ini berjalan hingga tahun 2025 dan dibagi dalam beberapa rencana berjangka menengah yang ditunjang oleh program percepatan dan perluasan pembangunan ekonomi pada semua daerah pemerintah provinsi dan kabupaten yang ada di seluruh Indonesia.

Salah satu isu strategis pembangunan Daerah Provinsi Sulawesi Tenggara diantaranya adalah percepatan laju pertumbuhan ekonomi berbasis potensi lokal. Sehingga pemerintah daerah Provinsi Sulawesi Tenggara melaksanakan tahapan pembangunan yang juga mengarah pada pengembangan pariwisata secara terintegrasi agar daerah ini menjadi tujuan para wisatawan sehingga dapat meningkatkan roda perekonomian masyarakat. Sehingga pengembangan perekonomian masyarakat akan menanggulangi masalah kemiskinan dan perbaikan standar pelayanan dasar, memantapkan capaian pembangunan daerah agar sejalan dengan aspirasi masyarakat sesuai dengan prioritas dan sasaran program pembangunan yang ditetapkan daerah Sulawesi Tenggara. (RPJMD Sultra, 2018-2023).

Pariwisata yang mempunyai potensi baik memiliki jumlah pengunjung yang tinggi hal ini harus didukung oleh promosi dan budaya masyarakat lokal. Promosi merupakan kegiatan memberitahukan produk atau jasa yang hendak ditawarkan kepada calon konsumen/wisatawan yang dijadikan target pasar. Kegiatan promosi idealnya dilakukan secara berkesinambungan melalui beberapa media yang dianggap efektif dapat menjangkau pasar, baik cetak maupun elektronik, namun pemilihannya sangat tergantung pada target pasar yang hendak dituju. Promosi pariwisata destinasi wisata yang memiliki potensi dapat disebarluaskan menggunakan berbagai media publikasi yang menarik kunjungan wisatawan. Adapun teknik promosi pariwisata diantaranya yaitu (Yusuf Perdana, Sumargono, & Valensy Rachmedita, 2019): advertising, sales promotion, personal selling dan public relations.

Industri pariwisata apabila ditinjau dari segi budaya, secara tidak langsung memberikan peran penting bagi perkembangan budaya Indonesia karena dengan adanya suatu objek wisata maka dapat memperkenalkan keragaman budaya yang dimiliki suatu negara seperti kesenian tradisional, upacara-upacara agama atau adat yang menarik perhatian wisatawan asing dan wisatawan Indonesia. (Abidin, 2014) menyebutkan kebudayaan memiliki 4 unsur pokok, yaitu: alat-alat teknologi, sistem ekonomi, sistem keluarga, dan sistem kekuasaan politik.

Saat ini pemerintah telah menyiapkan program pengembangan pariwisata di bawah arahan dari Tim Koordinasi “Program Pembangunan Pariwisata yang Terintegrasi dan Berkelanjutan (P3TB, 2019). Dalam pelaksanaan program pengembang pariwisata diperlukan 4 (empat) komponen yang terintegrasi, dimana masing-masing komponen ditargetkan dapat menyelesaikan kendala utama pertumbuhan dan daya saing pariwisata adalah : peningkatan kedatangan pengunjung asing dan domestic, peningkatan pendapatan devisa dari sektor pariwisata, perluasan lapangan pekerjaan, peningkatan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB/PDRB dan peningkatan daya saing pariwisata.

Namun demikian perbaikan roda perekonomian masyarakat khususnya dari sektor pariwisata tidak bisa berjalan secara optimal jika tidak ditunjang oleh kelembagaan pengelola, infrastruktur (jalan, pelabuhan dan bandara, ketersediaan listrik, bahan bakar minyak dan ketersediaan air bersih), manajemen promosi daerah, ketersediaan fasilitas umum, penataan pedagang, penataan lingkungan, serta penerimaan masyarakat. Oleh karena itu pemerintah pusat memberikan perhatian dalam bentuk kebijakan, program dan kegiatan untuk memajukan pariwisata di Sulawesi Tenggara khususnya di Kota Baubau.

Kota Baubau khususnya pada sektor pariwisata belum bisa memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian masyarakat Kota Baubau. Hal ini disebabkan oleh jumlah kunjungan yang masih rendah sehingga belum sepenuhnya memberikan peningkatan kesejahteraan secara optimal kepada masyarakat Kota Baubau karena berbagai permasalahan yang dihadapi antara lain diversifikasi usaha yang terbatas sebagai akibat dari kurangnya keterampilan usaha masyarakat dalam memanfaatkan potensi lokal khususnya pariwisata budaya, cagar budaya, pengelolaan kondisi alam dan pariwisata kuliner yang harus menjadi perhatian utama oleh pemerintah daerah Kota Baubau pada saat ini dan kedepan serta minimnya pengetahuan masyarakat lokal dalam mempromosikan pariwisata yang ada di Kota Baubau.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wolah, 2016) menunjukkan bahwa kegiatan promosi ternyata memegang peranan penting dalam mempengaruhi wisatawan untuk menentukan pilihannya berkunjung di tempat-tempat wisata yang ada di Kabupaten Poso. Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh (SIKKA, 2021) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang harus diterapkan adalah strategi agresif. Sehingga alternatif strategi yang tepat diterapkan adalah memaksimalkan promosi dan menjaga kualitas objek wisata.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hadawiah & Zelfia, 2020) 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. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Sugiyarto, (Amaruli, Maulany, & Sulistiyono, 2018) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi pengemasan budaya lokal khususnya budaya lokal Kabupaten Demak, budaya lokal

Kabupaten Kudus, dan budaya lokal Kabupaten Jepara. Keberadaan Jateng Fair dapat dijadikan media promosi dan pengenalan daerah tujuan wisata (DTW) budaya lokal. Tujuan dari penulisan proposal ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis promosi pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Baubau. Budaya masyarakat lokal di Kota Baubau dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Serta mengetahui Dampak kunjungan wisatawan di Kota Baubau.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Lexy, 2011; Sugiyono, 2019). Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Peneliti akan terjun ke lapangan sendiri, baik pada grand tour question, tahap focused and selection, melakukan pengumpulan data, analisis dan membuat kesimpulan (Creswell & Creswell, 2017). Untuk menguji keabsahan data, dalam penelitian ini penulis menggunakan cara triangulasi agar data yang dihasilkan merupakan data yang valid untuk penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Promosi Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kota Baubau**

Hasil penelitian yang dilakukan terkait promosi pariwisata yang dinilai dari segi *advertising*, *sales promotion*, *personal selling* dan *public relations* mampu meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Baubau.

Upaya pemerintah setempat dalam mempromosikan pariwisata di Kota Baubau melibatkan berbagai langkah dan strategi, antara lain:

- a. Pengembangan Infrastruktur: Pemerintah Kota Baubau berupaya meningkatkan aksesibilitas dengan memperbaiki dan membangun infrastruktur jalan, pelabuhan, dan bandara. Hal ini dilakukan agar wisatawan dapat mencapai destinasi wisata dengan lebih mudah dan nyaman.
- b. Pengelolaan dan Pengembangan Destinasi Wisata: Pemerintah melakukan perbaikan dan pengembangan fasilitas di tempat-tempat wisata, seperti kebersihan, keamanan, dan penambahan fasilitas pendukung seperti tempat makan, toilet, dan tempat istirahat.
- c. Promosi Digital dan Media Sosial: Menggunakan platform digital dan media sosial untuk mempromosikan destinasi wisata. Pemerintah sering kali bekerja sama dengan influencer, blogger, dan vlogger untuk menarik perhatian wisatawan potensial.
- d. Penyelenggaraan Event dan Festival: Mengadakan berbagai acara dan festival budaya, olahraga, dan kuliner untuk menarik wisatawan. Event-event ini tidak hanya menarik wisatawan domestik tetapi juga internasional.

- e. Kerjasama dengan Pihak Swasta dan Komunitas: Pemerintah bekerja sama dengan pihak swasta dan komunitas lokal untuk mengembangkan paket wisata dan promosi bersama. Sinergi antara pemerintah dan sektor swasta dapat meningkatkan daya tarik wisata dan pelayanan kepada wisatawan,
- f. Pelatihan dan Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Memberikan pelatihan kepada masyarakat lokal dalam bidang pariwisata, seperti hospitality, bahasa asing, dan pengelolaan usaha kecil terkait pariwisata. Ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan.
- g. Promosi di Pameran dan Forum Pariwisata: Berpartisipasi dalam berbagai pameran dan forum pariwisata baik di dalam maupun luar negeri untuk mempromosikan destinasi wisata Kota Baubau.
- h. Penyediaan Informasi dan Materi Promosi: Mencetak dan menyebarkan brosur, peta wisata, dan panduan wisata dalam berbagai bahasa untuk membantu wisatawan. Informasi ini juga tersedia di pusat-pusat informasi wisata yang dikelola oleh pemerintah.

Dengan strategi-strategi ini, pemerintah Kota Baubau berupaya meningkatkan kunjungan wisatawan dan mengembangkan sektor pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan daerah.

Pemerintah setempat dan masyarakat di Kota Baubau menggunakan media cetak seperti spanduk untuk mempromosikan pariwisata. Berikut beberapa cara penggunaannya:

- a. Pemasangan spanduk di lokasi strategis: Spanduk dipasang di tempat-tempat strategis seperti pusat kota, bandara, pelabuhan, dan jalan-jalan utama untuk menarik perhatian penduduk lokal dan wisatawan yang baru tiba.
- b. Spanduk di event dan festival: Selama acara dan festival lokal, spanduk digunakan untuk mengumumkan jadwal acara, informasi penting, dan lokasi-lokasi wisata yang dapat dikunjungi.
- c. Kampanye promosi bersama: Pemerintah bekerja sama dengan pelaku usaha pariwisata, seperti hotel, restoran, dan agen perjalanan, untuk memasang spanduk promosi bersama yang mencantumkan berbagai penawaran menarik dan paket wisata.
- d. Spanduk di destinasi wisata: Di setiap destinasi wisata utama, spanduk sering kali dipasang untuk memberikan informasi kepada pengunjung tentang fasilitas, aturan, dan sejarah tempat tersebut.
- e. Edukasi dan kampanye kesadaran: Selain promosi, spanduk juga digunakan untuk kampanye edukasi terkait kebersihan, pelestarian lingkungan, dan budaya lokal, yang bertujuan untuk menjaga keindahan dan kelestarian destinasi wisata.
- f. Kerjasama dengan sekolah dan komunitas: Pemerintah dan masyarakat sering kali mengajak sekolah dan komunitas lokal untuk berpartisipasi dalam kampanye promosi pariwisata melalui pembuatan dan pemasangan spanduk, sehingga meningkatkan partisipasi dan kesadaran kolektif.

Dengan menggunakan spanduk sebagai salah satu alat promosi, pemerintah setempat dan masyarakat di Kota Baubau dapat menjangkau berbagai kalangan, termasuk mereka yang mungkin tidak aktif di media digital, sehingga informasi tentang pariwisata dapat tersebar lebih luas. Mempromosikan pariwisata di Kota Baubau menggunakan brosur,

katalog, dan pameran merupakan strategi yang efektif. Berikut adalah cara-cara penggunaan masing-masing media promosi tersebut:

**Brosur:**

- a. Distribusi di lokasi strategis: Brosur dapat didistribusikan di bandara, pelabuhan, hotel, restoran, pusat informasi wisata, dan tempat-tempat umum lainnya untuk menjangkau wisatawan.
- b. Informasi terperinci: Brosur memberikan ruang yang cukup untuk menyampaikan informasi rinci tentang destinasi wisata, atraksi, sejarah, budaya, fasilitas, dan peta.
- c. Desain menarik: Brosur dapat didesain dengan gambar yang menarik dan tata letak yang rapi untuk menarik minat pembaca.
- d. Kolaborasi dengan agen perjalanan: Pemerintah dan pelaku usaha pariwisata dapat bekerja sama dengan agen perjalanan untuk menyertakan brosur dalam paket wisata mereka.

**Katalog:**

- a. Promosi terpadu: Katalog yang mencakup berbagai destinasi wisata di Kota Baubau dapat disusun dan didistribusikan secara berkala.
- b. Informasi mendalam: Katalog memungkinkan penyajian informasi yang lebih mendalam dan lengkap tentang destinasi wisata, akomodasi, kuliner, serta kegiatan yang bisa dilakukan.
- c. Distribusi ke pihak terkait: Katalog dapat dikirimkan ke agen perjalanan, operator tur, dan mitra bisnis lainnya untuk digunakan sebagai bahan referensi dalam mempromosikan pariwisata Kota Baubau.
- d. Versi digital: Selain versi cetak, katalog juga dapat dibuat dalam versi digital yang dapat diakses dan diunduh dari situs web resmi pariwisata atau platform digital lainnya.

**Pameran:**

- a. Partisipasi dalam Pameran Pariwisata: Mengikuti pameran pariwisata baik nasional maupun internasional untuk mempromosikan Kota Baubau kepada audiens yang lebih luas.
- b. Booth Informasi: Menyediakan booth informasi lengkap dengan brosur, katalog, dan materi promosi lainnya, serta staf yang siap menjawab pertanyaan pengunjung.
- c. Presentasi dan Demo: Mengadakan presentasi, demo budaya, dan penampilan seni tradisional untuk menarik perhatian dan memberikan pengalaman langsung tentang kekayaan budaya Baubau.
- d. Networking: Pameran merupakan kesempatan untuk membangun jaringan dengan pelaku industri pariwisata lainnya, yang bisa membantu dalam kerjasama promosi dan pengembangan pariwisata.

Menggunakan brosur, katalog, dan pameran merupakan cara yang efektif untuk mempromosikan pariwisata Kota Baubau. Ketiga metode ini saling melengkapi dan dapat menjangkau berbagai segmen audiens, baik wisatawan lokal maupun internasional. Dengan strategi yang tepat, informasi yang akurat, dan desain yang menarik, promosi pariwisata melalui brosur, katalog, dan pameran dapat meningkatkan minat dan kunjungan wisatawan ke Kota Baubau.

Promosi dengan teknik *advertising*, *sales promotion* maka dibutuhkan *personal selling* (Yasin, 2020). *Personal selling* adalah metode yang sangat efektif dalam mempromosikan

pariwisata karena memungkinkan pendekatan yang lebih personal, interaktif, dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan individu calon wisatawan. Dengan strategi yang tepat, *personal selling* dapat membantu meningkatkan minat dan kunjungan wisatawan ke Kota Baubau. Implementasi yang baik dari *personal selling* memerlukan tim promosi yang terlatih dan berpengalaman serta pemahaman mendalam tentang daya tarik pariwisata lokal.

Metode promosi melalui *public relations* dapat menjadi salah satu strategi yang sangat efektif dalam mempromosikan pariwisata (Nurfitriani & Suhartini, 2018). Berikut adalah beberapa alasan mengapa *public relations* bisa menjadi pilihan yang baik:

- a. Meningkatkan Kesadaran: *public relations* dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang destinasi pariwisata melalui liputan media, wawancara, dan acara promosi.
- b. Pengaruh yang Lebih Otentik: Liputan media tentang destinasi pariwisata yang diperoleh melalui *public relations* seringkali dianggap lebih otentik dan dapat memiliki pengaruh yang lebih besar daripada iklan yang dibayar.
- c. Memperluas Jangkauan: Melalui kerjasama dengan media dan influencer, PR dapat membantu memperluas jangkauan promosi pariwisata ke berbagai segmen masyarakat.
- d. Memperoleh Credibility: Pemberitaan positif dan rekomendasi dari pihak ketiga melalui *public relations* dapat membantu memperoleh credibility yang kuat bagi destinasi pariwisata.
- e. Meningkatkan Engagement: Dengan melibatkan masyarakat melalui berbagai kegiatan *public relations*, seperti event dan komunikasi dua arah, promosi pariwisata dapat menjadi lebih interaktif dan menarik perhatian.

Oleh karena itu, penggunaan *public relations* dalam mempromosikan pariwisata dapat menjadi strategi yang baik untuk meningkatkan awareness, credibility, dan engagement dengan masyarakat.

Promosi pariwisata adalah alat penting untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Untuk Kota Baubau, penggunaan strategi promosi yang efektif dapat menarik lebih banyak pengunjung. Berikut adalah bagaimana berbagai strategi promosi seperti advertising, sales promotion, personal selling, dan public relations dapat digunakan:

- a. Advertising (Periklanan):
  1. Media Sosial: Manfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk menampilkan keindahan alam, budaya, dan atraksi wisata di Baubau. Konten visual seperti foto dan video yang menarik dapat menarik perhatian wisatawan potensial.
  2. Iklan Digital: Gunakan iklan berbayar di Google AdWords atau media sosial untuk menargetkan pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional. Penggunaan kata kunci spesifik terkait pariwisata Baubau dapat meningkatkan visibilitas.
  3. Media Tradisional: Memasang iklan di majalah wisata, koran, radio, dan televisi, terutama yang memiliki segmen pembaca atau pendengar yang tertarik pada wisata alam dan budaya.
- b. Sales Promotion (Promosi Penjualan):
  1. Paket Wisata: Tawarkan paket wisata dengan diskon atau penawaran spesial seperti "Buy One Get One Free" atau diskon untuk keluarga dan grup.

## Analisis Promosi Pariwisata dan Budaya Masyarakat Lokal dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kota Baubau Provinsi Sulawesi Tenggara

2. Kerjasama dengan Agen Travel: Buat kerjasama dengan agen travel dan platform booking online untuk memberikan diskon khusus atau penawaran menarik bagi wisatawan yang memesan melalui mereka.
  3. Even Khusus: Selenggarakan acara atau festival yang menarik pengunjung, seperti festival budaya, kuliner, atau olahraga. Acara ini dapat dipromosikan dengan tiket masuk gratis atau harga khusus.
- c. Personal Selling (Penjualan Personal):
1. Pameran dan Expo: Partisipasi dalam pameran wisata baik nasional maupun internasional untuk mempromosikan langsung kepada konsumen potensial.
  2. Travel Agents: Perwakilan dari Baubau bisa mengunjungi agen-agen travel untuk memberikan presentasi dan informasi langsung mengenai destinasi wisata di Baubau.
  3. Customer Relationship Management (CRM): Menggunakan sistem CRM untuk mengelola hubungan dengan wisatawan potensial dan memberikan pelayanan yang personal, seperti follow-up setelah kunjungan atau pengiriman newsletter.
- d. Public Relations (Hubungan Masyarakat):
1. Press Release: Kirimkan press release kepada media untuk memberitakan event atau perkembangan terbaru di Baubau. Undang wartawan untuk mengunjungi dan meliput Baubau.
  2. Influencer Marketing: Kolaborasi dengan influencer atau travel blogger yang memiliki banyak pengikut. Ajak mereka untuk mengunjungi Baubau dan membagikan pengalaman mereka melalui platform mereka.
  3. Corporate Social Responsibility (CSR): Program CSR yang melibatkan masyarakat lokal dapat meningkatkan citra Baubau sebagai destinasi wisata yang peduli terhadap lingkungan dan masyarakat.

Dengan mengkombinasikan strategi-strategi tersebut, Kota Baubau dapat meningkatkan awareness dan minat wisatawan, yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Penting untuk selalu memonitor dan mengevaluasi efektivitas dari setiap strategi promosi yang digunakan untuk memastikan hasil yang optimal.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan promosi pariwisata menggunakan *advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, dan *personal selling* dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Baubau. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kendek, Pasulu, & Rambulangi, (2023) menunjukkan bahwa pencapaian untuk pengembangan pariwisata yang ada di toraja utara, promosi tersebut meliputi : a) Periklanan (*Advertising*), dengan memasang iklan pariwisata yang berisi pemberitahuan mengenai pariwisata keindahan alam dan budaya Toraja Utara. b) Promosi Penjualan (*Salles Promotion*), dilakukan dengan melalui pameran atau evant-evant. c) Hubungan Publik (*Publict Relation*), dilakukan melalui bekerjasama dengan organisasi atau instansi-instansi dan perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata seperti lembaga ASITA, HPI dan PHRI. d) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), dilakukan dengan bentuk saluran online.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hadawiah & Zelfia, 2020) 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.

### **Budaya Masyarakat Lokal di Kota Baubau dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan**

Hasil penelitian yang dilakukan terkait budaya masyarakat lokal yang dinilai dari alat-alat teknologi, sistem ekonomi, sistem keluarga, dan sistem kekuasaan politik dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Baubau.

Menurut (Ismail, 2011), yang dimaksud budaya lokal adalah semua ide, aktivitas dan hasil aktivitas manusia dalam suatu kelompok masyarakat di lokasi tertentu. Budaya lokal tersebut secara aktual masih tumbuh dan berkembang dalam masyarakat serta disepakati dan dijadikan pedoman bersama. Dengan demikian sumber budaya lokal bukan hanya berupa nilai, aktivitas dan hasil aktivitas tradisional atau warisan nenek moyang masyarakat setempat, namun juga semua komponen atau unsur budaya yang berlaku dalam masyarakat serta menjadi ciri khas dan atau hanya berkembang dalam masyarakat tertentu.

Budaya masyarakat lokal memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Baubau. Berikut adalah beberapa dampak positif yang dapat dihasilkan oleh budaya lokal dalam konteks pariwisata:

#### 1. Daya Tarik Unik:

##### a. Autentisitas Budaya

Keunikan budaya masyarakat Baubau, seperti tarian tradisional, musik, pakaian adat, dan upacara adat, menarik wisatawan yang mencari pengalaman yang autentik dan berbeda dari destinasi wisata lainnya.

##### b. Kesenian dan Kerajinan Lokal

Produk kerajinan tangan khas Baubau, seperti tenun dan anyaman, serta seni tradisional, menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang tertarik pada seni dan budaya lokal.

#### 2. Pengalaman Wisata yang Mendalam:

##### a. Wisata Budaya

Wisatawan dapat berpartisipasi dalam kegiatan budaya lokal, seperti upacara adat, festival, dan kegiatan sehari-hari masyarakat, memberikan pengalaman yang mendalam dan memperkaya pemahaman mereka tentang kehidupan di Baubau.

##### b. Homestay

Program homestay memungkinkan wisatawan tinggal bersama keluarga lokal, memberikan pengalaman langsung tentang cara hidup, kebiasaan, dan nilai-nilai masyarakat Baubau.

#### 3. Meningkatkan Keterlibatan Komunitas Lokal:

##### a. Pemberdayaan Ekonomi

Keterlibatan masyarakat lokal dalam industri pariwisata, seperti pengelolaan homestay, restoran, dan toko kerajinan, membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi komunitas.

##### b. Pendidikan dan Pelatihan

## Analisis Promosi Pariwisata dan Budaya Masyarakat Lokal dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kota Baubau Provinsi Sulawesi Tenggara

Wisatawan yang tertarik pada budaya lokal dapat mengikuti pelatihan atau workshop, seperti belajar menenun atau memasak makanan tradisional, yang juga dapat menjadi sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat.

### 4. Pelestarian Budaya:

#### a. Konservasi Budaya

Kunjungan wisatawan yang tertarik pada budaya lokal mendorong masyarakat untuk melestarikan dan mempertahankan tradisi, seni, dan adat istiadat yang mungkin mulai ditinggalkan.

#### b. Dukungan Finansial

Pendapatan dari pariwisata dapat digunakan untuk mendanai upaya pelestarian budaya, seperti pemeliharaan situs bersejarah, penyelenggaraan festival budaya, dan pengajaran seni tradisional kepada generasi muda.

### 5. Promosi dan Citra Positif:

#### a. Word of Mouth

Wisatawan yang mendapatkan pengalaman positif akan membagikan cerita mereka kepada teman dan keluarga, atau melalui media sosial, yang berpotensi menarik lebih banyak wisatawan ke Baubau.

#### b. Penguatan Brand Destinasi

Budaya yang kuat dan khas membantu membentuk identitas dan brand destinasi yang unik untuk Baubau, membuatnya lebih menonjol di antara destinasi wisata lainnya.

### 6. Kolaborasi dan Pengembangan Infrastruktur:

#### a. Kemitraan dengan Pihak Eksterna

Budaya lokal yang menarik dapat menarik investasi dari sektor swasta dan dukungan dari lembaga pemerintah atau organisasi internasional untuk pengembangan pariwisata.

#### b. Infrastruktur dan Fasilitas

Peningkatan kunjungan wisatawan dapat mendorong pembangunan infrastruktur yang lebih baik, seperti transportasi, akomodasi, dan fasilitas umum, yang juga bermanfaat bagi masyarakat lokal.

Secara keseluruhan, budaya masyarakat lokal tidak hanya meningkatkan daya tarik wisatawan ke Kota Baubau, tetapi juga memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat setempat dalam bentuk pemberdayaan ekonomi, pelestarian budaya, dan peningkatan infrastruktur. Dengan demikian, integrasi budaya lokal dalam strategi pariwisata dapat menjadi kunci sukses dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di Baubau.

Budaya masyarakat lokal memiliki peran penting dalam menarik wisatawan, terutama ketika elemen-elemen budaya tersebut dapat diintegrasikan dalam promosi pariwisata. Berikut adalah bagaimana alat-alat teknologi, sistem ekonomi, sistem keluarga, dan sistem kekuasaan politik di Kota Baubau dapat digunakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan:

#### 1. Alat-Alat Teknologi:

- a. Digitalisasi Pariwisata: Pemanfaatan teknologi seperti situs web resmi pariwisata, aplikasi mobile, dan peta digital interaktif yang menyediakan informasi lengkap tentang

destinasi wisata, akomodasi, dan kegiatan di Baubau. Teknologi ini membuat perencanaan perjalanan lebih mudah bagi wisatawan.

- b. Media Sosial dan Platform Digital: Masyarakat lokal dapat menggunakan media sosial untuk mempromosikan budaya, tradisi, dan event lokal. Video, foto, dan cerita tentang kehidupan sehari-hari dan budaya setempat bisa menarik perhatian wisatawan yang mencari pengalaman autentik.
  - c. E-commerce: Pengembangan platform e-commerce untuk memasarkan kerajinan tangan, kuliner khas, dan produk lokal lainnya kepada wisatawan sebelum dan setelah mereka mengunjungi Baubau.
2. Sistem Ekonomi:
- a. Pariwisata Berbasis Masyarakat: Mendorong masyarakat lokal untuk mengembangkan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang terkait dengan pariwisata, seperti homestay, restoran, dan toko kerajinan. Hal ini tidak hanya meningkatkan perekonomian lokal tetapi juga menawarkan pengalaman yang lebih autentik bagi wisatawan.
  - b. Agrowisata: Memanfaatkan sektor pertanian dan perikanan yang kuat di Baubau untuk menarik wisatawan yang tertarik pada wisata alam dan edukasi pertanian. Wisatawan dapat berpartisipasi dalam kegiatan seperti memanen, menanam, atau memancing.
  - c. Pasar Tradisional: Promosikan pasar tradisional sebagai destinasi wisata di mana wisatawan dapat membeli produk lokal, mencicipi makanan khas, dan merasakan suasana sehari-hari masyarakat Baubau.
3. Sistem Keluarga:
- a. Homestay dan Pengalaman Budaya: Program homestay di mana wisatawan dapat tinggal bersama keluarga lokal, belajar tentang kehidupan sehari-hari, dan berpartisipasi dalam tradisi dan kegiatan keluarga. Ini memberikan pengalaman mendalam dan otentik tentang budaya setempat.
  - b. Event Keluarga: Mengadakan acara dan festival yang melibatkan partisipasi keluarga lokal, seperti upacara adat, pernikahan tradisional, dan festival panen. Wisatawan dapat diundang untuk menyaksikan atau bahkan berpartisipasi dalam acara tersebut.
  - c. Wisata Edukasi: Program wisata yang fokus pada pendidikan budaya, di mana wisatawan dapat belajar tentang nilai-nilai keluarga, adat istiadat, dan tradisi yang masih dijaga oleh masyarakat Baubau.
4. Sistem Kekuasaan Politik:
- a. Dukungan Pemerintah Daerah: Pemerintah lokal bisa memainkan peran penting dalam mempromosikan pariwisata melalui kebijakan yang mendukung, seperti pembangunan infrastruktur, penyediaan dana untuk promosi pariwisata, dan penciptaan lingkungan yang aman dan ramah wisatawan.
  - b. Regulasi Pariwisata: Menerapkan regulasi yang mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan, melindungi warisan budaya, dan memastikan bahwa pariwisata memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal tanpa merusak lingkungan dan budaya setempat.

- c. Kerjasama Antar Daerah: Membangun kerjasama dengan daerah lain untuk mengembangkan paket wisata regional yang menarik, termasuk promosi bersama dan pengembangan rute wisata yang menghubungkan Baubau dengan destinasi wisata lainnya.

Dengan memanfaatkan elemen-elemen budaya ini secara efektif, Kota Baubau dapat menciptakan pengalaman wisata yang unik dan menarik bagi wisatawan, yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke daerah tersebut.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sugiyarto, Rabith Jihan Amaruli (2018) menunjukkan Budaya lokal khususnya di Kabupaten Demak, Kabupaten Kudus, dan Kabupaten Jepara secara umum memiliki potensi unik dan sentra produk kerajinan yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan pariwisata budaya lokal. Strategi pengemasan budaya lokal khususnya budaya lokal Kabupaten Demak, budaya lokal Kabupaten Kudus, dan budaya lokal Kabupaten Jepara. Keberadaan Jateng Fair dapat dijadikan media promosi dan pengenalan daerah tujuan wisata (DTW) budaya lokal.

### **Dampak Kunjungan Wisatawan di Kota Baubau**

Pariwisata merupakan sektor menjanjikan yang dapat memberikan manfaat pembangunan yang luas dan berkelanjutan bagi masyarakat. Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia berupaya untuk meningkatkan perekonomian Indonesia menggunakan pariwisata sebagai salah satu pendorong pertumbuhan utama. Lebih khusus, pengembangan pariwisata dapat meningkatkan pengunjung asing, pengunjung domestik, pendapatan devisa negara, lapangan pekerjaan dan daya saing pariwisata melalui pengembangan pariwisata prioritas yang terpadu dan berkelanjutan (P3TB, 2021).

Saat ini pemerintah telah menyiapkan program pengembangan pariwisata di bawah arahan dari Tim Koordinasi “Program Pembangunan Pariwisata yang Terintegrasi dan Berkelanjutan (P3TB). Dalam pelaksanaan program pengembang pariwisata diperlukan 4 (empat) komponen yang terintegrasi, dimana masing-masing komponen ditargetkan dapat menyelesaikan kendala utama pertumbuhan dan daya saing pariwisata adalah :

- a. Peningkatan kedatangan pengunjung asing dan domestic.
- b. Peningkatan pendapatan devisa dari sektor pariwisata,
- c. Perluasan lapangan pekerjaan.
- d. Peningkatan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB/PDRB.
- e. Peningkatan daya saing pariwisata.

Hasil penelitian yang dilakukan terkait kunjungan wisatawan yang dinilai dari peningkatan kedatangan pengunjung asing dan domestik, peningkatan pendapatan devisa dari sektor pariwisata, perluasan lapangan pekerjaan, peningkatan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB/PDRB dan peningkatan daya saing pariwisata di Kota Baubau mengalami peningkatan.

Dampak kunjungan wisatawan terhadap Kota Baubau dapat dilihat dari beberapa aspek penting, yaitu peningkatan kedatangan pengunjung asing dan domestik, peningkatan pendapatan devisa dari sektor pariwisata, perluasan lapangan pekerjaan, peningkatan

kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB/PDRB, dan peningkatan daya saing pariwisata. Berikut adalah penjelasan tentang masing-masing dampak tersebut:

1. Peningkatan Kedatangan Pengunjung Asing dan Domestik:

a. Volume Wisatawan:

Kunjungan wisatawan yang meningkat, baik dari luar negeri maupun domestik, menandakan keberhasilan promosi dan daya tarik wisata Baubau. Ini dapat diukur melalui data kunjungan di bandara, pelabuhan, dan tempat-tempat wisata utama.

b. Diversifikasi Pengunjung:

Meningkatnya keragaman asal pengunjung menunjukkan bahwa Baubau berhasil menarik wisatawan dari berbagai latar belakang dan negara, yang dapat memperkaya interaksi budaya dan memperluas jaringan internasional.

2. Peningkatan Pendapatan Devisa dari Sektor Pariwisata:

a. Kontribusi Ekonomi:

Wisatawan asing membawa devisa yang berkontribusi langsung pada perekonomian lokal melalui pengeluaran mereka di hotel, restoran, atraksi wisata, dan pembelian souvenir.

b. Multiplier Effect:

Pengeluaran wisatawan juga berdampak pada sektor-sektor lain seperti transportasi, jasa, dan perdagangan, menciptakan efek ganda yang memperluas dampak ekonomi secara keseluruhan.

3. Perluasan Lapangan Pekerjaan:

a. Kesempatan Kerja Baru:

Pertumbuhan sektor pariwisata menciptakan berbagai kesempatan kerja di bidang perhotelan, kuliner, transportasi, pemandu wisata, dan industri kreatif. Ini membantu mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

b. Pelatihan dan Keterampilan:

Untuk memenuhi permintaan di sektor pariwisata, program pelatihan dan pengembangan keterampilan menjadi penting, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas tenaga kerja lokal.

4. Peningkatan Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap PDB/PDRB:

a. Pertumbuhan Ekonomi Lokal:

Dengan meningkatnya aktivitas pariwisata, kontribusi sektor ini terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atau Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) meningkat, menunjukkan peran penting pariwisata dalam perekonomian Baubau.

b. Diversifikasi Ekonomi:

Pariwisata membantu mendiversifikasi basis ekonomi Baubau, mengurangi ketergantungan pada sektor-sektor tradisional dan menciptakan ekonomi yang lebih resilient.

5. Peningkatan Daya Saing Pariwisata:

a. Peningkatan Infrastruktur dan Layanan:

## Analisis Promosi Pariwisata dan Budaya Masyarakat Lokal dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kota Baubau Provinsi Sulawesi Tenggara

Untuk tetap kompetitif, investasi dalam infrastruktur pariwisata seperti transportasi, akomodasi, dan fasilitas umum perlu ditingkatkan. Ini juga mencakup layanan seperti keamanan, kebersihan, dan kenyamanan bagi wisatawan.

### b. Pengembangan Produk Wisata:

Inovasi dalam produk wisata, seperti wisata budaya, ekowisata, dan wisata petualangan, membantu Baubau menarik segmen wisatawan yang lebih luas dan meningkatkan daya saingnya di pasar pariwisata global.

### c. Pemasaran dan Branding:

Kampanye pemasaran yang efektif dan penguatan branding Baubau sebagai destinasi wisata unik dan menarik meningkatkan visibilitas dan reputasi di kalangan wisatawan potensial.

Secara keseluruhan, peningkatan kunjungan wisatawan membawa banyak manfaat bagi Kota Baubau. Namun, untuk memastikan dampak positif ini berkelanjutan, perlu ada pengelolaan pariwisata yang baik, termasuk pelestarian lingkungan, pengelolaan kapasitas pengunjung, dan pelibatan komunitas lokal dalam setiap tahap pengembangan pariwisata. Dengan strategi yang tepat, Baubau dapat mengoptimalkan potensi pariwisatanya dan meraih manfaat jangka panjang bagi ekonomi dan masyarakatnya.

Kunjungan wisatawan memiliki dampak yang luas terhadap perkembangan Kota Baubau, yang dapat dilihat dari berbagai aspek seperti ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, dan infrastruktur. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai dampak-dampak tersebut:

### 1. Dampak Ekonomi

#### a) Peningkatan Pendapatan Lokal:

Kedatangan wisatawan meningkatkan pendapatan bagi bisnis lokal, termasuk hotel, restoran, toko suvenir, dan layanan transportasi. Ini memberikan dorongan langsung pada ekonomi lokal.

#### b) Lapangan Kerja:

Industri pariwisata menciptakan banyak kesempatan kerja, baik langsung (seperti pemandu wisata dan staf hotel) maupun tidak langsung (seperti pemasok makanan dan minuman, serta produsen kerajinan tangan).

#### c) Pendapatan Devisa:

Wisatawan internasional membawa devisa yang berkontribusi pada neraca pembayaran dan mendukung kestabilan ekonomi lokal.

### 2. Dampak Sosial dan Budaya

#### a) Pelestarian Budaya:

Wisatawan yang tertarik pada budaya dan tradisi lokal mendorong masyarakat untuk melestarikan dan memperkenalkan warisan budaya mereka. Ini bisa termasuk tarian tradisional, musik, dan kerajinan tangan.

#### b) Interaksi Budaya:

Wisatawan dari berbagai latar belakang memberikan kesempatan bagi pertukaran budaya, yang dapat memperkaya kehidupan sosial masyarakat setempat.

#### c) Pemberdayaan Komunitas:

Pariwisata berbasis masyarakat memungkinkan penduduk lokal untuk terlibat langsung dalam industri pariwisata, meningkatkan rasa memiliki dan keterlibatan dalam pengembangan destinasi.

### 3. Dampak Lingkungan

#### a) Kesadaran Lingkungan:

Kedatangan wisatawan yang peduli lingkungan dapat mendorong praktek-praktek pariwisata berkelanjutan, seperti konservasi alam dan pengelolaan limbah yang lebih baik.

#### b) Tekanan pada Sumber Daya:

Peningkatan jumlah wisatawan juga dapat memberi tekanan pada sumber daya alam, seperti air, energi, dan ekosistem lokal. Pengelolaan yang baik diperlukan untuk mengurangi dampak negatif ini.

### 4. Dampak Infrastruktur

#### a) Peningkatan Infrastruktur:

Permintaan dari sektor pariwisata mendorong peningkatan infrastruktur seperti jalan, bandara, pelabuhan, dan fasilitas umum lainnya. Ini tidak hanya menguntungkan wisatawan tetapi juga meningkatkan kualitas hidup penduduk setempat.

#### b) Pengembangan Akomodasi dan Fasilitas:

Investasi dalam pembangunan hotel, restoran, dan fasilitas wisata lainnya menciptakan lingkungan yang lebih nyaman dan menarik bagi wisatawan.

### 5. Dampak Terhadap Pembangunan Berkelanjutan

#### a) Diversifikasi Ekonomi:

Pariwisata membantu mendiversifikasi ekonomi Baubau, mengurangi ketergantungan pada sektor-sektor tradisional dan memberikan sumber pendapatan alternatif yang stabil.

#### b) Peningkatan Kualitas Hidup:

Pendapatan tambahan dari pariwisata dapat digunakan untuk meningkatkan layanan publik, seperti pendidikan, kesehatan, dan kebersihan, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat lokal.

### 6. Dampak Pendidikan dan Keterampilan

#### a) Pelatihan dan Pendidikan:

Untuk mendukung industri pariwisata yang berkembang, diperlukan pelatihan dan pendidikan bagi tenaga kerja lokal. Ini membantu meningkatkan keterampilan dan peluang kerja bagi penduduk Baubau.

#### b) Kesadaran dan Pengetahuan:

Wisatawan membawa ide-ide dan perspektif baru yang dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat lokal tentang dunia luar.

### 7. Dampak Politik dan Kebijakan

#### a) Dukungan Kebijakan:

Keberhasilan pariwisata seringkali memotivasi pemerintah lokal untuk mengembangkan kebijakan yang mendukung sektor ini, seperti insentif investasi, promosi pariwisata, dan pengembangan infrastruktur.

## Analisis Promosi Pariwisata dan Budaya Masyarakat Lokal dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kota Baubau Provinsi Sulawesi Tenggara

### b) Penguatan Identitas Lokal:

Pariwisata dapat memperkuat identitas lokal dan rasa bangga akan budaya dan warisan kota, yang penting untuk kohesi sosial dan stabilitas politik.

Dengan mengelola pariwisata secara berkelanjutan dan inklusif, Kota Baubau dapat memaksimalkan manfaat dari kunjungan wisatawan sekaligus mengurangi potensi dampak negatif. Ini mencakup perencanaan yang hati-hati, partisipasi komunitas, dan regulasi yang efektif untuk memastikan bahwa pertumbuhan pariwisata memberikan kontribusi positif bagi perkembangan kota secara keseluruhan.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fadillah, Mone, & Riskasari, 2021) menunjukkan : (1) Identifikasi target audience : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam penentuan target audience tidak menggunakan teknik tertentu, untuk menjangkau wisatawan secara luas penentuan hanya dilakukan dari analisa pasar, (2) rancangan pesan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam merancang pesan yaitu penggunaan kalimat berdasarkan dari keindahan objek wisata masing-masing ditiap daerah, dan (3) pemilihan media yang digunakan berdasarkan dari ketersediaan dana media cetak seperti brosur, poster, baliho, phamplet, dan stiker sedangkan untuk media online yaitu website dan social media menghadiri event-event juga dilakukan dengan menayangkan video documenter mengenai objek wisata

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti tentang “Analisis Promosi Pariwisata dan Budaya Masyarakat Lokal dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kota Bau Bau Provinsi Sulawesi Tenggara” maka dapat disimpulkan bahwa Promosi pariwisata menggunakan advertising, sales promotion, personal selling, dan personal selling dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Baubau. Budaya masyarakat lokal yang dinilai dari alat-alat teknologi, sistem ekonomi, sistem keluarga, dan sistem kekuasaan politik dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Baubau. Kunjungan wisatawan yang dinilai dari peningkatan kedatangan pengunjung asing dan domestic, peningkatan pendapatan devisa dari sektor pariwisata, perluasan lapangan pekerjaan, peningkatan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB/PDRB dan peningkatan daya saing pariwisata di Kota Baubau berdampak baik untuk masyarakat Kota Baubau..

## BIBLIOGRAFI

- Abidin, Yunus. (2014). *Desain sistem pembelajaran dalam konteks kurikulum 2013*. Refika Aditama.
- Amaruli, Rabith Jihan, Maulany, Nazala Noor, & Sulistiyono, Singgih Tri. (2018). Sumpah Pemuda Arab, 1934: Pergulatan Identitas Orang Arab-Hadrami di Indonesia. *Jurnal Sejarah Citra Lekha*, 3(2), 122–132.
- Creswell, John W., & Creswell, J. David. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Fadillah, Ikhsan, Mone, Ansari, & Riskasari, Riskasari. (2021). Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata Di Provinsi Sulawesi Selatan. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*, 2(1), 353–367.

- Hadawiah, Hadawiah, & Zelfia, Zelfia. (2020). Pengembangan Budaya Lokal Sebagai Potensi Daerah Melalui Promosi Pariwisata Di Buton Tengah. *Jurnal Common*, 4(1), 56–64.
- Ismail, Nawari. (2011). Metodologi Penelitian Kualitatif. *Yogyakarta: UMY*.
- Kendek, Ika, Pasulu, Isak, & Rambulangi, Abedneigo C. (2023). Analisis Promosi Pariwisata Pada Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Ke Toraja Utara. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi*, 2(2), 14–27.
- Lexy, J. Moleong. (2011). Qualitative research methods. *Bandung: Teenager Rosda Karya*.
- Nurfitriani, Asri, & Suhartini, Titin. (2018). Strategi Marketing Public Relations Pt. Pos Indonesia. *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung*, 5(1), 66–70.
- Sikka, Desa Koja D. O. I. Kabupaten. (2021). Analisis Promosi Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di. *Sumber*, 122(7), 602.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widodo, Tri. (2006). Perencanaan Pembangunan Era Otonomi Daerah. *UPP STIM YKPN. Yogyakarta*.
- Wolah, Ferni Fera Ch. (2016). Peranan promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Poso. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(2).
- Yasin, Rio Adrianto. (2020). Pengaruh Advertising, Sales Promotion, Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Ma Bruschetta. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5(5), 360–368.
- Yusuf Perdana, Yusuf Perdana, Sumargono, Sumargono, & Valensy Rachmedita, Valensy Rachmedita. (2019). Integrasi Sosiokultural Siswa Dalam Pendidikan Multikultural Melalui Pembelajaran Sejarah. *Integrasi Sosiokultural Siswa Dalam Pendidikan Multikultural Melalui Pembelajaran Sejarah*, 8(2), 79–98.

---

**Copyright holder:**

Sartika, Bakhtiar Abbas, Nofal Supriaddin, Muh. Nur, Rince Tambunan (2024)

**First publication right:**

[Syntax Idea](#)

**This article is licensed under:**

