

**PERAN *PUBLIC RELATION* DINAS KEBUDAYAAN PARIWISATA DAN  
KEPEMUDAAN OLAHRAGA DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN  
PARIWISATA PANTAI SORAKE KABUPATEN NIAS SELATAN**

Oleh :

Rosmei Giawa <sup>1)</sup>

Elok Perwirawati <sup>2)</sup>

Universitas Darma Agung, Medan <sup>1,2)</sup>

*E-mail:*

[giawarorosmei@gmail.com](mailto:giawarorosmei@gmail.com) <sup>1)</sup>

[elokperwirawati91@gmail.com](mailto:elokperwirawati91@gmail.com) <sup>2)</sup>

**ABSTRACT**

*This study aims at determining the role of public relations Department of Culture, Tourism and Youth in Sport in improving tourism services for the coast of Sorake in South Nias Regency. The method to this research is to use a qualitative approach. The results obtained are the role of the Public Relations Department of Culture, Tourism and Sports Youth in improving Sorake Beach services, South Nias Regency is still not well implemented due to the difficulty of building communication with local communities in terms of cooperation in maintaining the supporting large development processes and facilities and implementation of the program activities. Supporting factors for tourism to Sorake Beach are supported by several components related to tourist activities such as the condition of the tourist objects, social facilities in tourist objects, ease of transportation, security and orderliness of tourist objects, as well as government policies related to the tourism sector while the inhibiting factor is the lack of the guidance, socialization, training for the community around the Sorake beach so that people experience various misunderstandings against tourists visiting the beach and some of the community are not willing to give their land to be used as a tourist attraction. Key words: Role, Public Relations, Tourism, Services, Sorake Beach*

**ABSTRAK**

Tujuan Dalam Penelitian ini untuk mengetahui peran public relation di Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga dalam meningkatkan pelayanan pariwisata pantai sorake Kabupaten Nias Selatan. Metode untuk penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian yang diperoleh adalah Peran *Public Relation* di Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga dalam meningkatkan pelayanan Pantai Sorake Kabupaten Nias Selatan masih kurang efektif dengan baik karena sulitnya membangun komunikasi dengan masyarakat setempat dalam hal kerjasama memelihara dan mendukung proses pembangunan besar dan fasilitas dan pelaksanaan program kegiatan. Faktor pendukung pariwisata pantai sorake di dukung oleh beberapa komponen yang berkaitan dengan aktivitas wisatawan seperti sarana objek wisata, prasarana social dalam objek wisata, kemudahan transportasi, keamanan dan ketertiban objek wisata, serta peran dan perhatian pemerintah di dinas kebudayaan pariwisata dan kepemudaan olahraga. Sedangkan faktor penghambat yaitu, kurangnya pembinaan, sosialisasi, pelatihan kepada masyarakat di sekitar pantai sorake sehingga masyarakat mengalami berbagai kesalahpahaman terhadap pendatang yang berwisata mengunjungi pantai sorake dan sebagian dari masyarakat belum rela memberi tanah mereka untuk dijadikan sebagai objek wisata.

**Kata Kunci : Peran, *Public Relation*, Pariwisata, Pelayanan, Pantai Sorake**

## 1. PENDAHULUAN

Salah satu destinasi yang menarik perhatian dibanyak Negara adalah bidang pariwisata. Pariwisata dapat memacu dan memobilisasi pertumbuhan ekonomi masyarakat, devisa Negara, membuka lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah wisata itu sendiri. Pada hakikatnya kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang diakibatkan oleh perjalanan manusia secara program maupun kelompok dengan berbagai alasan. Pemanfaatan objek, sarana, kebijakan pemerintah dan partisipasi masyarakat (Apollo Lase, 2010:33). Fenomena pariwisata pada hakikatnya adalah suatu yang tidak ditemui di tempat tinggalnya baik yang bersifat alami maupun budaya. Sebab amat pentinglah pemanfaatan sumber daya alam, budaya, sarana dan prasarana diperlukan melalui prinsip membangun sekaligus melestarikan.

Indonesia memiliki prospek yang cukup cerah dalam pengembangan pariwisata. Di Indonesia salah satu tempat yang memiliki potensi panorama destinasi pariwisata adalah Kabupaten Nias Selatan. Kabupaten Nias Selatan merupakan daerah Kabupaten di Sumatera Utara yang terletak di Pulau Nias. Kabupaten Nias Selatan mendapat status otonomnya pada 25 Februari 2003 yang kemudian diresmikan pada 28 juli 2003. Secara geografis daerah Kabupaten Nias Selatan terdiri atas 104 gugusan pulau besar dan kecil dengan letak busur khatulistiwa berbanding lurus sejajar dengan pulau Sumatera utara. Masyarakat Nias Selatan terdiri dari 21 pulau dalam delapan Kecamatan.

Nias Selatan merupakan kabupaten yang baru di mekarkan pada tahun 2003. Dengan umur yang masih baru dan masih dalam tahap pembenahan disegala bidang dan infrakstruktur salah satu dalam bidang pariwisata. Destinasi pariwisata menjadi salah satu sektor andalan dan diharapkan dapat berkembang dan banyak dikunjungi. Di Kepulauan nias secara keseluruhan yang memiliki berbagai objek wisata seperti objek wisata alam, bahari, seni/karya

sejarah dan aktifitas ekonomi masyarakat. Salah satunya adalah dipantai sorake.

Pantai Sorake merupakan salah satu pantai yang menjadi ikon pariwisata Indonesia yang berada di Kepulauan Nias Selatan. Tepatnya di Desa Botohilitano, Kecamatan Teluk Dalam, Kabupaten Nias Selatan yang Posisi Pulau Nias yang strategis berada di sebelah barat Pulau Sumatera utara. menyebabkan Pantai Sorake langsung berhadapan dengan Samudera Indonesia. Hal inilah kemudian yang menyebabkan pantai sorake memiliki ombak dengan ketinggian hingga 15 meter sehingga diklaim sebagai tempat berselancar paling bagus kedua setelah Hawaii di Amerika Serikat. Keunikan dan segala potensi keindahan alam yang dimilikinya membuat wisatawan mancanegara terkagum-kagum sehingga setiap tahun banyak wisatawan terutama wisatawan mancanegara yang mengunjungi pantai ini. Berdasarkan dari latar belakang yang dikemukakan itu. Peneliti, termotivasi untuk melakukan penelitian dibidang pariwisata yang saat ini. Peneliti ingin mengetahui bagaimana sebenarnya peran dari *public relation* di Dinas Kebudayaan Pariwisata Dan Kepemudaan Olahraga Kabupaten Nias Selatan untuk meningkatkan pelayanan pariwisata di pantai Sorake. Mengingat potensi pantai Sorake yang begitu besar dapat menjadi modal pembangunan tersendiri bagi kabupaten Nias Selatan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Peran

Peran adalah sebuah teori atau landasan yang digunakan dalam dunia sosiologi, psikologi dan antropologi yang merupakan perbandingan berbagai teori, orientasi maupun disiplin ilmu. Teori peran berbicara tentang istilah "peran" yang biasa digunakan dalam dunia teater, dimana seorang aktor dala teater harus bermain sebagai tokoh tertentu dan dalam posisinya sebagai tokoh itu iadiharapkan untuk berperilaku secara tertentu. Posisi seorang aktor di dalam teater diibaratkan dengan posisi seseorang dalam masyarakat, dan keduanya memiliki kesamaan posisi.

Peran juga dapat diartikan sebagai karakterisasi yang disandang untuk dibawakan oleh seorang aktor dalam sebuah pentas drama, yang dalam konteks sosial. peran juga diartikan sebagai fungsi yang dibawakan seseorang ketika menduduki suatu posisi dalam struktur sosial. Peran seorang aktor adalah batasan atau lintasan yang dirancang oleh aktor lain, yang kebetulan sama-sama berada dalam satu penampilan/ unjuk peran (*role performance*).

### **Public Relation**

Maria Assumpta (2011:9) ia mengatakan bahwa *public relation* adalah upaya atau usaha dengan menggunakan dan memanfaatkan informasi, persuasi serta penyesuaian untuk menghidupkan dukungan public atas suatu kegiatan atau suatu sebab. Hampir sama *Hugo A. De Roode* juga menyebutkan *public relation* secara teratur mempraktikkan komunikasi yang baik dan tepat dengan kelompok orang dalam mempunyai kepentingan untuk melakukan perubahan dalam kerja sama menyangkut fungsi dari organisasi mendatang. Dari batasan-batasan definisinya dapat dikatakan bahwa *Public Relation* sangat menentukan kelangsungan hidup Karena *Public Relation* berfungsi menumbuhkan relasi yang baik antar setiap komponen individual maupun organisasi. Sehingga Menumbuhkan, motivasi, menggiatkan partisipasi, dan menjadikan proaktif.

Menurut (Rosady Ruslan, 2005:10) mengungkapkan secara jelas dan rinci empat peran utama *Public relation* anantara lain sebagai berikut :

1. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi dengan lembaga yang diwakili dengan publiknya. Peran *public relation* terbagi menjadi beberapa bagian sebagai komunikator yaitu melakukan fungsi komunikasi sebagai penyebaran berita disis lain komunikasi berlangsung dalam bentuk pesan (Tulisan) sehingga menciptakan opini publik.
2. Membina *relationship*, yaitu berupaya melakukan pembinaan hubungan yang

positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya. Peran *public relation* sebagai perantara (*mediator*), peran *public relation* juga sebagai pembina *relationship* khususnya dalam menciptakan komunikasi serta saling mempercayai untuk memperoleh manfaat antara lembaga/organisasi dengan publiknya sebagai target sasaran.

3. Peran *back up management*, yakni sebagai pendukung atau motivator dalam fungsi manajemen organasasi atau perusahaan. Peran *public relation* sebagai *back upmanagement* yaitu fungsi *public relation* melekat pada fungsi manajemen, untuk melakukan aktivitas operasionalnya yang dikenal dengan proses *public relation* yaitu penemuan fakta (*fact finding*), perencanaan (*planing*), pengkomunikasian (*communication*), dan pengevaluasian atau pemantauan (*evaluating*).
4. Membentuk *corporate image*, artinya peran *public relation* berupaya untuk menciptakan citra yang baik bagi organisasi dan lembaganya. Peran *public relation* pembentuk citra lembaga/organisasi (*corporate image*) yang menjadi tujuan akhir dari program kerja *public relation*.

### **Pariwisata**

Secara etimologi kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu *pari* berarti banyak, berkali-kali, sedangkan *Wisata* berarti perjalanan atau berpergian. Jadi, kata pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berulang-ulang dari suatu tempat ke tempat lain.

Robert McIntosh dan Shasikant Gupta memberikan suatu gagasan yang mengungkapkan bahwa pariwisata adalah suatu gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, dan pemerintah tuan daerah serta masyarakat dimana tuan rumah berperan aktif dalam proses menarik dan melayani wisata-wisatawan ini serta para pengunjung lainnya (Janianton Damanik, 2013:12). Untuk memperjelasnya, maka dapat di

simpulkan definisi pariwisata adalah sebagai berikut (Yoeti dalam Perwirawati, 2019:876): “Pariwisata merupakan suatu pergerakan yang dilakukan oleh manusia secara sadar untuk menikmati pelayanan *Public Relation* secara bergantian diantara wisatawan dalam maupun luar negeri. Yang meliputi pendiaman wisatawan -wisatawan dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dari tempat asalnya. Yang hanya terfokus dengan rutinitas di pekerjaan tetapnya”.

Pariwisata merupakan industri jasa yang diyakini mampu mendorong perekonomian disuatu daerah bahkan dunia, dalam hal disebabkan industri pariwisata terkait dengan industri-industri lainnya seperti perhotelan, rerstoran serta jasa hiburan. Jika dilihat dari kewilayahan, sektor pariwisata telah mendorong tumbuh dan berkembangnya kawasan-kawasan pariwisata dan pusat-pusat pelayanan yang tersebar diseluruh nusantara. *World Tourism Organization* (2010:56) menyetujui bahwa pariwisata telah mejadi fenomena sosial ekonomi yang sangat pesat saat ini adalah perkembangan kehidupan dan pergaulan global antar bangsa di dunia. Pariwisata sangat penting bagi kehidupan karena terkait dampaknya pada perkembangan ekonomi, sosial, budaya, dan pendidikan baik dalam lingkup nasional maupun internasional. Pariwisata merupakan salah satu sumber penghasilan terbesar bagi negara berkembang khususnya di Indonesia. Sektor pariwisata memiliki fungsi sebagai katalisator pembangunan (*agent Of development*) sekaligus akan mempercepat proses pembangunan itu sendiri, antar lain sebagai berikut, dalam (Yoeti, 2010:31):

- 1) Memperluas kesempatan kerja
- 2) Peningkatan perolehan devisa negara
- 3) Memperluas dan mempercepat proses kesempatan usaha destinasi pariwisata
- 4) Meningkatkan pendapatan nasional
- 5) Memperkuat posisi neraca pembayaran di indonesiamaupun dinegara lain.

- 6) Mempercepat pemerataan penghasilan (*Distribution of Income*)
- 7) Meningkatkan perekonomian pajak negara dan retribusi daerah
- 8) Mendorong pertumbuhan dan perkembangan pembangunan wilayah yang memiliki potensi alam yang terbatas.

Selain itu, menurut Gomang (2010:28), pariwisata merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan ekonomi, karena kegiatannya mendorong perkembangan beberapa sektor ekonomi nasional, misalnya:

- 1) Untuk Meningkatkan urbanisasi karena pertumbuhan pembangunan dan pembaharuan suprasarana pariwisata.
- 2) Untuk Memperluas pasar barang-barang lokal.
- 3) Untuk Menambah permintaan akan hasil-hasil pertanian karena bertambah pemakaian.
- 4) Mempercepat penunjangan pendapatan negara dengan Valuta asing sehingga mengurangi defenisi didalam Negara pembayaran dan memajukan perekonomian nasioanal.
- 5) Untuk Memberikan dampak positif bagi tenaga kerja negara, karena pariwisata memperluas lapangan kerja baru.
- 6) Mengunggah industri-industri baru yang berkaitan dengan jasa-jasa wisata. Misalnya usaha-usaha transportasi, akomodasi, yang memerlukan perluasan di beberapa industri seperti peralatan hotel dan kerajinan tangan.

### 3. METODE PELAKSANAAN

Dalam Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif . Lexy J. Moleong (2007 : 6) menyatakan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena atau gejala-gejala tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, baik secara holistik ataupun dengan cara deskripsi. Dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang ilmiah. dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, peneliti ini di diharapkan dapat mengungkapkan fakta-fakta secara

komprehensif tentang Peran *Public Relation* di Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga Dalam Meningkatkan Pelayanan Pariwisata Sorake yang di lakukan oleh di Dinas Kebudayaan Pariwisata Dan Kepemudaan Olahraga Kabupaten Nias Selatan untuk meningkatkan Pelayanan pariwisata di Sorake Beach.

#### 4. HASIL DAN PENELITIAN

Di Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga Kabupaten Nias Selatan dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Nias Selatan Nomor 02 Tahun 2016 tentang Pembentukan Perangkat Daerah Kabupaten Nias Selatan.

Di Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga berlokasi di Jl. Arah Lagundri km.7 Telukdalam, Kab. Nias Selatan. Sebelumnya kantor Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga berlokasi di Jl. Pelabuhan Lama Telukdalam, Kab. Nias Selatan, namun sekarang berpindah lokasi dengan alasan lokasi kantor yang jauh atau kurang strategis dari kebanyakan lokasi alasan lokasi destinasi pariwisata yang ada di Kabupaten Nias Selatan.

##### Visi & Misi

Berdasarkan acuan pada prioritas pembangunan nasional yang tercantum dalam RPJMN 2015-2019 dan prioritas pembangunan Provinsi Sumatera Utara yang tercantum dalam RPJMD Sumatera Utara Tahun 2013-2018 serta merupakan bagian yang tidak terlepas dari Rencana Pembangunan jangka Panjang Daerah (RPJPD) Kabupaten Nias Selatan Tahun 2006-2026 : maka ditetapkan visi Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahap – III Kabupaten Nias Selatan Tahun 2016-2021 dan juga menjadi acuan visi bagi setiap dinas/instansi yaitu **“Mewujudkan masyarakat yang Maju, Sehat, dan Cerdas, dengan Kepemimpinan yang Melayani, Jujur,**

**dan Sederhana”** dan dengan misi Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahap – III Kabupaten Nias Selatan Tahun 2016 – 2021 sesuai dengan Renstra Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga yaitu: **“Meningkatkan potensi pariwisata yang berbasis pada sumber daya alam dan kebudayaan”**.

Dalam tercapainya perwujudan visi melalui pelaksanaan misi yang telah ditetapkan tersebut diatas, maka perlu adanya kerangka atau dasar yang jelas pada setiap misi menyangkut tujuan dan sasaran yang akan dicapai. Tujuan dan sasaran pada setiap misi akan memberikan arahan dan alur yang jelas bagi pelaksanaan setiap urusan pemerintah daerah baik urusan wajib maupun urusan pilihan dalam mendukung pelaksanaan misi yang dimaksud. Tujuan dan sasaran pada pelaksanaan masing-masing misi yang dimaksud sebagai berikut:

- Tujuan  
Meningkatkan pelayanan pariwisata yang berbasis sumber daya alam dan kebudayaan yang berkualitas dan berkelanjutan
- Sasaran  
Meningkatkan usaha yang terkait dengan sektor pariwisata.  
Meningkatkan kunjungan wisatawan  
Meningkatkan peserta stakeholder didalam pengembangan kepariwisata.

Visi dan Misi yang telah dirumuskan dan ditetapkan telah dijelaskan tujuan serta sasarannya diatas perlu dipertegas bagaimana upaya atau cara untuk mencapai tujuan dan sasaran misi tersebut melalui strategis dan arah kebijakan pembangunan daerah yang akan dilaksanakan selama 5(lima) tahun kedepan:

Adapun strategi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- **Strategi :**  
- Menggunakan dan mengembangkan tujuan (destinasi) dan atraksi wisata.

- Meningkatkan sasaran dan prasarana pendukung pariwisata.
- Mengembangkan SDM untuk mendukung pariwisata.
- Mengembangkan Pemasaran pariwisata yang inovatif, kreatif dan efektif.
- Memperkuat Peran Pemerintah dalam meningkatkan Industri Kepariwisata.
- Memperkuat Kelembagaan dalam pengembangan kepariwisataan.

**Peran Public Relation di Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga Dalam Meningkatkan Pelayanan Pariwisata Pantai Sorake Kabupaten Nias Selatan.**

a. Communicator sebagai Penghubung antara Organisasi atau Lembaga yang di Wakili dengan Publiknya.

Peran *public relation* pada intinya adalah menciptakan dan membangun komunikasi dan hubungan yang baik, saling percaya dengan publiknya dalam rangka menjalin kerjasama yang baik. Berdasarkan Hasil Wawancara Dari Pertanyaan Informa Bagaimana cara Peran *public relation* menjalin komunikasi lintas organisasi dalam menyampaikan data atau informasi terkait wisata pantai sorake Kepada Ibu Anggreani Dachi SP. Sebagai Ibu Kepala Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga, ( Pada Tanggal 13 Juni 2020) Dengan Menyatakan Sebagai Berikut: *“Dengan cara menyampaikan data yang akurat terkait jumlah pengunjung Pantai Sorake setiap per triwulan, persemester/pertahun, data ini bisa di peroleh di Kantor Pariwisata Nias Selatan sendiri maupun di mading pantai sorake yang telah di sediakan. Dari sana masyarakat akan tahu informasi tentang pantai sorake maju tidaknya pantai sorake itu sendiri. Dan masyarakat dengan pihak Dinas Pariwisata selalu menjalin komunikasi yang baik adanya komunikasi itu antara Dinas Pariwisata dan masyarakat apa yang di perlukan dalam peningkatan Objek wisata Pantai*

*Sorake, baik dari pembangunan dan fasilitas dan lain-lain.”*Dalam hasil wawancara Ibu Aggreani Dachi, SP sebagai Kepala Dinas Kebudayaan Pariwisata Dan Kepemudaan Olahraga Kabupaten Nias Selatan telah menjelaskan bahwa komunikasi lintas organisasi dilakukan dengan cara memperoleh data dari kantor pariwisata Nias Selatan pantai sorake atau pun dengan cara memperoleh informasi yang di tempelkan di Mading pantai sorake, Dalam hal ini telah terjadi komunikasi yang baik.

b. Komunikasi Antar Badan Pelaksana

Dalam suatu organisasi publik, pemerintah daerah harusnya lebih memperhatikan *public relation*. Misalnya, komunikasi yang kurang sering dilakukan akan mempengaruhi dan mempersulit komunikasi yang baik antar badan pelaksana. Proses penstransferan berita kebawah di dalam organisasi atau dari suatu organisasi ke organisasi lain ke komunikator lain sering mengalami gangguan (*distortion*) baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Jika Semakin baik koordinasi komunikasi di antara pihak-pihak yang terlibat dalam Peran *public relation*, maka kesalahan akan semakin kecil, demikian sebaliknya. Sebagaimana bentuk komunikasi dan koordinasi antara pihak pelaksana dengan masyarakat, Ibu Anggreani Dachi SP, Sebagai Ibu Kepala Dinas Kebudayaan Pariwisata Dan Kepemudaan Olahraga, (Pada Tanggal 13 Juni 2020), informan Sebagai Berikut:

*“ Sejauh ini komunikasi kita khususnya para pelaksana dengan masyarakat sekitar Pantai Sorake cukup rutin dan baik apalagi sedang dilakukannya pembangunan dan peningkatan sumber-sumber dan fasilitas, jadi lumayanlah dalam beberapa kali kesempatan dalam satu bulan pegawai kita dari Dinas mengunjungi daerah pantai sorake untuk mengawasi dan melibat sejauh apa proses pembangunan yang sedang di laksanakan. Kalau cara-cara komunikasi yang kita bangun kepada masyarakat paling sosialisasi , pendekatan-pendekatan seperti biasa saja, harapannya ya agar masyarakat paham dan mengerti*

maksud peningkatan ini, kontribusi apa yang bisa masyarakat kasi untuk mendukung dan mereka juga bisa mengambil manfaatnya, sehingga meminimalisir kesalahpahaman bahkan keributan, tahu sendirilah gimana watak orang kita Nias ini seperti apa. Soal koordinasi juka masyarakat, pemuka agama, tokoh adat untuk membuat pemahaman kepada mereka tentang program pembangunan dan kegiatan yang akan di laksanakan untuk menunjang pengembangan objek wisata pantai sorake".

#### c. Media Komunikasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Hendrin Agus F.Hia,SH, sebagai Kasubbag Perencanaan dan evaluasi, (Pada tanggal 14 Juni 2020), beliau menyatakan bahwa ada beberapa media komunikasi yang digunakan pengelola objek wisata Pantai Sorake dalam menyampaikan pentingnya media komunikasi dalam meningkatkan pelayanan pariwisata pantai sorake yaitu:

*"Dengan menggunakan media sosial sangat berdampak terhadap peningkatan pengunjung setiap hari atau setiap tahunnya. Dalam meningkatkan pelayanan pariwisata Pantai Sorake kami melakukan promosi dengan membuat pesan dan vidio dan foto yang menggambarkan objek wisata Pantai Sorake, seperti diFacebook, Twiter, Instagram, Radio, Brosur, Surat kabar (Koran), atau non media dan juga bekerjasama dengan lembaga-lembaga, tokoh masyarakat dan pemuda".*

Selanjutnya hasil wawancara dari Bapak Nitaha Bago selaku Tokoh masyarakat di pantai sorake, ( Pada Tanggal 14 Juni 2020) dengan mengatakan :

*"Dengan kemajuanteknologi yang sangat canggih saat ini yaitu Internet. Semua orang sudah bisa mengetahui tempat-tempat wisata yang bagus untuk di kunjungi khususnya (pantai sorake). Seperti Facebook, dimana hampir semua orang sekarang ini memiliki Facebook dan aplikasi lain yang berhubungan dengan internet, Surat kabar, brosur, memajang baliho, Facebook, Instagram, Twiter. Radio dan lain sebagainya, merupakan media yang sangat tepat untuk dimanfaatkan. Menurut saya*

*semakin banyak orang yang mem posting foto sewaktu berkunjung ke Pantai Sorake di media sosial masing-masing, dapat menarik perhatian teman atau rekan kerja, keluarga untuk datang berwisata ke pantai sorake".*

#### d. Membina Relationship

Kegiatan yang dilakukan oleh Public Relations di Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga Kabupaten Nias Selatan dalam organisasi atau lembaga yang cukup banyak, salah satunya menjalin pengertian dan hubungan baik, dengan masyarakat dan wisatawan dalam rangka pencapaian publikasi maupun untuk mempromosikan Objek wisata Pantai Sorake di Kabupaten Nias Selatan dalam meningkatkan pelayanan Pariwisata dan membangun jaringan dengan dinas lain tapi yang paling sering dilakukan adalah media relations, yaitu membina hubungan baik dengan Pemerintah daerah Kabupaten Nias Selatan.

Berdasarkan hasil wawancara dari Ibu Yan Prince L.F.L. Laoli SP, Sebagai Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata (Pada Tanggal 9 Juni 2020) Dengan menyatakan Sebagai Berikut: *"Dengan cara memberikan pandangan-pandangan yang positif kepada masyarakat bahwa pantai sorake itu adalah asset daerah yang harus kita jaga bersama, maka dari itu Dinas Pariwisata perlu merangkul masyarakat bisa bersama-sama menjaga pantai sorake itu sendiri dengan cara bertatap muka langsung dengan masyarakat/melakukan sosialisasi biar semakin memper-erat hubungan baik antara Dinas Pariwisata dan masyarakat apabila ada masalah bisa di selesaikan secara baik dan menjaga sikap dengan wisatawan di Pantai Sorake".*

Dari hasil wawancara diatas maka kita tahu bahwa Dinas Pariwisata telah melakukan pembinaan yang positif dengan masyarakat dengan cara merangkul agar bersama-sama dalam menjaga pantai sorake itu sendiri dengan bertatap muka langsung dengan masyarakat atau melakukan sosialisasi yang baik atau membangun agar pantai sorake menuju tingkat yang lebih baik dan menarik.

e. Corporate image

Berdasarkan Hasil wawancara, salah satu cara public relation menciptakan corporate image (citra) positif Dinas Pariwisata Kabupaten Nias Selatan Kepada Ibu Yan Prince L.f.l.Laoli, SP, sebagai Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata, (Pada Tanggal 12 Juni 2020) dengan menyatakan berikut ini :

“ Dengan cara memberitakan terus menerus berita kemajuan pantai sorake dari masyarakat akan menilai bahwa Dinas Pariwisata sukses membuka Pantai Sorake itu sendiri dan berusaha untuk menciptakan citra yang baik bagi organisasi/lembaganya, pembentuk citra lembaga/organisasi (corporate image) yang menjadi tujuan akhir dari program kerja public relations. Citra di dinas pariwisata yaitu kesan yang terbentuk dari persepsi dimana pantai sorake dan seluruh aktivitas sosialnya dan hasil pekerjaan dinas pariwisata di pandang sebagai bagian dari masyarakat. Pembentukan citra objek wisata pantai sorake menjadi unggulan di Kabupaten Nias Selatan”.

Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga menggunakan situs internet dan media sosial dalam promosi new media. Berdasarkan pendapat diatas, peran utama public relation adalah menumbuhkan hubungan atau relasi yang baik dengan publiknya baik internal maupun eksternal sehingga tercipta opini public yang menguntungkan lembaga atau organisasi.

## 5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab terdahulu, maka peneliti menyimpulkan bahwa peran *Public Relation di Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga* dalam meningkatkan pelayanan di Pantai Sorake Kabupaten Nias Selatan masih banyak yang kurang terlaksana dengan baik karena sulitnya membangun komunikasi dengan masyarakat setempat dalam hal kerjasama memelihara dan mendukung proses pembangunan besar dan fasilitas dan pelaksanaan program kegiatan. Faktor pendukung pariwisata pantai sorake di

dukung oleh beberapa komponen yang berkaitan dengan aktivitas wisatawan seperti keadaan atau kondisi objek wisata, fasilitas-fasilitas social dalam objek wisata, kemudahan transportasi, keamanan dan ketertiban objek wisata, serta kebijakan atau tindakan pemerintah daerah yang berhubungan dengan sektor pariwisata. Sedangkan faktor penghambat yaitu, kurangnya pembinaan, sosialisasi, pelatihan kepada masyarakat di sekitar pantai sorake sehingga masyarakat mengalami berbagai kesalahpahaman terhadap para wisatawan yang berwisata di pantai sorake tersebut dan sebagian dari masyarakat belum rela memberi tanah mereka untuk dijadikan sebagai objek wisata.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

Anonim. 2010. UURI No, 9 Tahun 2012:56 tentang kepariwisataan. Dirjen

Ansyari, Deddy Rahmatan. 2014 *Jenis Dan Macam Pariwisata*.

Afifudin & Beni Ahmad Saebani. 2012. *Metodologi Dan Penelitian Kualitatif*.

Bandung : Pustaka setia

Damanik, Janianton. 2013. *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Damardjati, R.S. (2012). *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.

Gomang, F , 2010. *Manajemen Kepariwisataaan*. Salah Wahab [penerjemah]. PT. Pradnya Paramit, Jakarta.

Gawal Suwanto, 2010, *Dasar-dasar pariwisata* Yogyakarta: Andi

Gamal Suwanto. (2011 ). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Marpaung, Rio. 2012. *Pengaruh Kecerdasan Emosional Pemimpin Terhadap Kinerja dan Loyalitas Karyawan*. Fakultas Ekonomi. Universitas Riau.

Moleong, Lexy J, 2012. *Metodologi Dan Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Rahmawati Irma, Yogyakarta tahun 2010 Peran

Suprpto.2013. *Metodologi Penelitian Ilmu Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Pengetahuan Sosial*. Buku Seru. Jakarta.

Syahadat, Epi. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Taman Nasional Gede Pangrango*. Jurnal Unknown.

Santana K, Septiawan. 2012.*Jurnalistik Kontemporer*.Yayasan Obor Indonesia. Jakarta

Soekadijo. 2002. *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage)*.Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum

Yoeti, A. OKA. 2010:109. *Pengertian pariwisata*. bandung: Angkasa

#### Jurnal :

PERWIRAWATI, Elok; JUPRIANTO, Juprianto.STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA KEMARITIMAN DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI PULAU BANYAK. **Jurnal Darma Agung**, [S.l.], v. 27, n. 1, p. 871 – 883, apr. 2019. ISSN 2654-3915. Available at: <<https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnaluda/article/view/143>>. Date accessed: 30 july 2020. doi: <http://dx.doi.org/10.46930/ojsuda.v27i1.143>.