

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar belakang**

Sejak awal tahun 2020, seluruh dunia diguncang oleh virus Covid 19 yang biasa dikenal dengan pandemi corona, kasus pertama terdeteksi di Wuhan, China. Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), *coronaviruses* (Cov) adalah Virus ini menginfeksi sistem pernapasan manusia. Penyebaran penyakit ini sangat cepat dan menyebar ke beberapa negara. Epidemii Covid-19 telah menjadi pandemi yang mengubah gaya hidup masyarakat di seluruh dunia.

Pandemi global Covid-19 telah berdampak pada banyak sektor. Selain berdampak pada kesehatan, Corona juga berdampak pada aktivitas ekonomi, sosial, keagamaan, serta perekonomian pariwisata. Pariwisata merupakan industri pengembangan yang potensial dan sumber pendapatan daerah. Kedatangan wisatawan di tempat wisata membawa kekayaan dan kesejahteraan bagi masyarakat setempat serta membuka lapangan usaha. Industri pariwisata memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian daerah atau negara yang menjadi tujuan wisata.

Di bidang pariwisata, minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi di berbagai negara saat ini mengalami penurunan. Kondisi ini muncul setelah pandemi covid yang melanda dunia. Perlu diketahui bahwa pariwisata telah menjadi salah satu cabang ekonomi dengan banyak keunggulan yang dapat pembangunan, termasuk keunggulan dalam pengembangan sektor perekonomian daerah seperti penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, peningkatan taraf hidup, penciptaan ruang bagi daerah lain. mengembangkan misalnya sektor UMKM, transportasi dan jasa perhotelan. Indonesia memiliki potensi sumber daya alam dan didukung oleh banyak pulau dengan keunikan dan keanekaragaman hayati yang

didukung oleh budaya dan adat istiadat yang berbeda. Kondisi ini sangat potensial jika dikelola dengan baik untuk dijadikan objek wisata. Menghadapi pandemi Covid-19 bukan ancaman atau kelemahan, tetapi bisa dijadikan peluang dan kekuatan, dengan memanfaatkan teknologi informasi dan dunia maya yang luas untuk menampilkan konten dengan dukungan kreativitas para pengusaha pariwisata.

Saat Covid-19 mulai masuk ke Indonesia, Presiden RI yaitu Joko Widodo mengumumkan secara resmi bahwa banyak warga yang berjatuh dan banyak vaksin yang didistribusikan untuk mencegah Covid-19. Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung berdasarkan data terkini pada tanggal : 12, Februari 2023 kasus covid 19 sebanyak 67,209 Terkonfirmasi +0.19% dari Kasus 4 Isolasi +0% dari Terkonfirmasi 65,552 Sembuh +0.19% dari Terkonfirmasi 1,653 Meninggal +0% dari Terkonfirmasi (<https://covid19.babelprov.go.id/>) diakses tanggal 13 Februari 2023.

**Tabel. 1.1.**  
**Sebaran kasus covid 19**  
**di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung**

KABUPATEN	POSITIF	ISOLASI	SEMBUH	MENINGGAL
Bangka	12,307	1	11,891	415
Belitung	10,928	0	10,658	270
Bangka Barat	7,187	0	7,023	164
Bangka Tengah	8,311	1	8,103	207
Bangka Selatan	4,39	1	4,228	161
Belitung Timur	5,942	0	5,828	114
Kota Pangkal Pinang	18,144	1	17,821	322
<b>Total</b>	<b>67,209</b>	<b>4</b>	<b>65,552</b>	<b>1653</b>

Sumber : <https://covid19.babelprov.go.id/> diakses tanggal 13-02-2023

Sumber daya alam di Bangka Belitung sangat indah dan di dukung dengan kuliner yang di kelola oleh masyarakat serta di dukung dengan keramahan masyarakat. Faktor penting yang menentukan keberlangsungan suatu usaha pariwisata adalah bagaimana cara usaha tersebut memasarkan produknya. Dalam hal ini komunikasi menjadi penting dalam proses pemasaran.

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia atau disingkat Kemenpar RI adalah kementerian Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan kepariwisataan. Kementerian Pariwisata berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden. Kementerian Pariwisata dipimpin oleh seorang Menteri Pariwisata (Menpar) yang sejak tanggal 23 Desember 2020 dijabat oleh Sandiaga Uno.

Kementerian Pariwisata mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang kepariwisataan untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Dalam melaksanakan tugas, Kementerian Pariwisata menyelenggarakan fungsi:

1. Perumusan dan penetapan kebijakan di bidang pengembangan destinasi dan industri pariwisata, pengembangan pemasaran pariwisata mancanegara, pengembangan pemasaran pariwisata nusantara, dan pengembangan kelembagaan kepariwisataan;
2. Koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan kebijakan di bidang pengembangan destinasi dan industri pariwisata, pengembangan pemasaran pariwisata mancanegara, pengembangan pemasaran pariwisata nusantara, dan pengembangan kelembagaan kepariwisataan;
3. Pelaksanaan kebijakan di bidang pembangunan dan perintisan daya tarik wisata dalam rangka pertumbuhan destinasi pariwisata nasional dan pengembangan daerah serta peningkatan kualitas dan daya saing pariwisata;
4. Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan urusan pemerintahan di bidang pengembangan destinasi dan industri pariwisata, pengembangan pemasaran pariwisata mancanegara, pengembangan pemasaran pariwisata nusantara, dan pengembangan kelembagaan kepariwisataan;

5. Pembinaan dan pemberian dukungan administrasi kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kementerian Pariwisata;
6. Pengelolaan barang milik/kekayaan negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Pariwisata; dan
7. Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Pariwisata.

Dalam melaksanakan tugasnya, Kementerian Pariwisata Indonesia mempunyai wewenang dan kewajiban untuk mengatur segala sesuatu yang ada didalam bidang kepariwisataan.

Pariwisata sendiri bagi sebagian besar individu merupakan kebutuhan yang tidak terhindarkan. Kebutuhan hiburan mulai dari jalan-jalan ke berbagai tempat wisata hingga wisata kuliner menjadi tujuan utama di berbagai daerah. Namun pertumbuhan yang tinggi terhadap minat wisata di Indonesia belum di dukung oleh berbagai fasilitas yang memadai. Jika kita mengacu pada data yang dikeluarkan oleh World Tourism Organization pada tahun 2005, terlihat bahwa minat kunjung para wisatawan ke Indonesia pada tahun 2003, menduduki urutan ke empat sebagai negara tujuan wisata di ASEAN. Posisi ini jelas memberikan pemahaman dan motivasi agar dapat meningkatkan kualitas pariwisata di Indonesia.

Pariwisata Indonesia memiliki prospek yang sangat besar jikalau di kembangkan dengan baik. Melalui pembenahan sarana prasarana dan perkuatan partisipasi masyarakat, maka tidak mungkin sektor pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sektor yang dapat di andalkan sama seperti Malaysia, Thailand dan Singapura.

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung merupakan Provinsi kepulauan yang terdiri dari 6 Kabupaten dan 1 Kotamadya. Provinsi Kepulauan Bangka Belitung mempunyai potensi wisata alam yang relatif tinggi. Potensi wisata alam melibatkan

sejumlah khalayak, potensial baik itu wisata alam maupun wisata sejarah. Dalam Peraturan Daerah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Nomor 6 Tahun 2021 yang mengatur tentang Kepariwisata sehingga baik pemerintah, para pengusaha dan masyarakat dapat melakukan kegiatan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan baik manca Negara maupun domestik.

Pulau Bangka Belitung yang juga dijuluki Kota Laskar Pelangi ini. Menjadi terkenal di manca Negara maupun di dalam negeri dan memiliki banyak destinasi wisata yang memiliki keunikan dan panorama keindahan pantai dan memiliki daya tarik untuk bermalam di pinggir pantai. Namun wisatawan masih sulit mengakses objek wisata di Pulau Bangka Belitung. Kota yang sedang berkembang ini saat ini banyak sekali melakukan proyek-proyek pembangunan seperti gedung-gedung bertingkat, pertokoan, dan lain-lain, sehingga wisatawan agak pusing ketika harus membedakan mana yang merupakan objek wisata bersejarah dan mana yang bukan situs bersejarah. Jadi banyak sekali tempat-tempat wisata dan budaya yang mempunyai banyak sejarah dan keindahan budaya yang belum dikelola dengan baik dan kurang intennya pemerintah dalam mempromosikan pariwisata seperti menggunakan teknologi informasi sehingga sepi pengunjung karena tidak diketahui oleh para wisatawan. Ini semua tentu saja berakibat pada perkembangan wisata dan budaya yang ada di Bangka Belitung.

Adapun foto kunjungan menteri Pariwisata Republik Indonesia ke Kabupaten Bangka Tengah, Desa Perlang, Kecamatan Lubuk Besar.



**Gambar 1. 1 foto kunjungan menteri Pariwisata Republik Indonesia**

Berdasarkan potensi sumberdaya alam yang dimiliki Provinsi Bangka Belitung sangatlah menarik dan di dukung dengan keragaman seni budaya adat istiadat dan keramah tamahan masyarakat Bangka Belitung. Disamping itu juga Bangka Belitung memiliki nilai sejarah, dimana Kota Muntok Kabupaten Bangka barat merupakan tempat pengasingan presiden Republik Indonesia pertama yaitu Ir Soekarno yang terkenal dengan nama Pesanggrahan Muntok yang kini dikenal dengan nama Wisma ranggam.

Provinsi Bangka Belitung sering dijadikan sebagai alamat referensi tempat wisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara yang sedang berlibur. Selain memiliki segudang wisata alam eksotik, situs sejarah, dan wisata kuliner unik, biaya paket wisata Bangka Belitung lengkap juga selalu terjangkau. Dan masih banyak tempat wisata di Bangka Belitung yang wajib dikunjungi, mulai dari pantai hingga danau. , ke museum-museum fenomenal. Berikut tempat wisata Negeri Laskar Pelangi yang diperkenalkan untuk Anda. Selain itu juga provinsi Bangka Belitung terkenal dengan kulinernya *Sea food* atau makanan hasil laut seperti ikan, udang, kepiting dan masih banyak yang lainnya.

Provinsi Bangka Belitung berupaya melakukan promosi sektor pariwisata dengan berbagai strategi agar dapat dikenal dan dikunjungi wisatawan domestik dan mancanegara. Dengan menerapkan berbagai strategi, salah satunya adalah melakukan komunikasi pemasaran.

Komunikasi pemasaran juga dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dan menyadarkan wisatawan akan keberadaan barang yang ditawarkan, komunikasi dapat mempersuasi wisatawan dan dapat dijadikan sebagai reminder kepada wisatawan akan adanya barang yang ditawarkan. Selain itu, kegiatan komunikasi pemasaran melalui penerapan berbagai media sosial dapat dimanfaatkan secara

optimal untuk mengkomunikasikan informasi terkait berbagai destinasi wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Komunikasi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi pemasar. Tanpa komunikasi, konsumen dan masyarakat secara keseluruhan tidak akan mengetahui keberadaan produk di pasar. Penentuan siapa yang menjadi objek komunikasi akan sangat menentukan keberhasilan komunikasi tersebut. Dengan menetapkan tujuan yang tepat maka proses komunikasi akan lancar beroperasi secara efisien dan efektif. (Sutisna, 2002:268). Komunikasi pemasaran merupakan suatu bentuk komunikasi yang menyempurnakan strategi pemasaran untuk mencapai segmentasi yang luas. (Soemanagara, 2006: 4-5). Beberapa karya menyamakan pengertian istilah promosi dengan komunikasi pemasaran. Crosier menjelaskan bahwa istilah tersebut ditafsirkan serupa karena terdapat kesamaan pemahaman yang mendasari konteks 4P atau Produk, Harga, Tempat, dan Promosi (Prisgunanto, 2006: 9).

Sutisna dalam Amir Purba, dkk (2006: 126 - 127) Komunikasi pemasaran merupakan suatu upaya untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat khususnya konsumen mengenai perbedaan produk yang ada di pasaran. Kegiatan komunikasi pemasaran merupakan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mewujudkan produk, jasa, atau gagasan dengan menggunakan bauran pemasaran, yaitu periklanan, penjualan langsung (personal sales), promosi penjualan (sales Promotion), hubungan masyarakat, dan periklanan (humas). dan periklanan) dan pemasaran langsung.

Tentunya untuk mengembangkan suatu daerah atau kawasan menjadi destinasi wisata harus didukung penuh baik dari segi kualitas maupun kuantitas sumber daya manusianya. Sumber daya manusia diakui sebagai komponen yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata (Pitana dan Diarta, 2007: 72). Selain

itu, peran pemerintah, bagaimana memotivasi atau mendorong lembaga swadaya masyarakat (LSM) dan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata di tempat-tempat tersebut..

Tujuan pembangunan pariwisata pada dasarnya adalah untuk meningkatkan status pariwisata dari subsektor pembangunan menjadi sektor pembangunan utama yang mampu meningkatkan perekonomian dan industri terkait lainnya. Sebagai industri jasa, pariwisata dikatakan berfungsi sebagai agen pembangunan (Yoeti, 2008: 35).

Sepanjang musim 2017-2022 masih terdapat kesenjangan dan kendala dalam pelayanan yang diberikan oleh Dinas Kebudayaan Olahraga dan Pariwisata Pemuda, namun upaya untuk menghilangkan kesenjangan dan keterbatasan tersebut membawa tantangan dan peluang untuk lebih optimalisasi bidang budaya olahraga dan kepemudaan. Kantor turis. menyediakan sumber daya di Dinas Pariwisata Kebudayaan dan Olahraga Pemuda Kepulauan Bangka Belitung dan kemitraan dengan potensi sumber daya eksternal yang potensial seperti pelaku pariwisata, kebudayaan, pemuda dan olahraga di provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

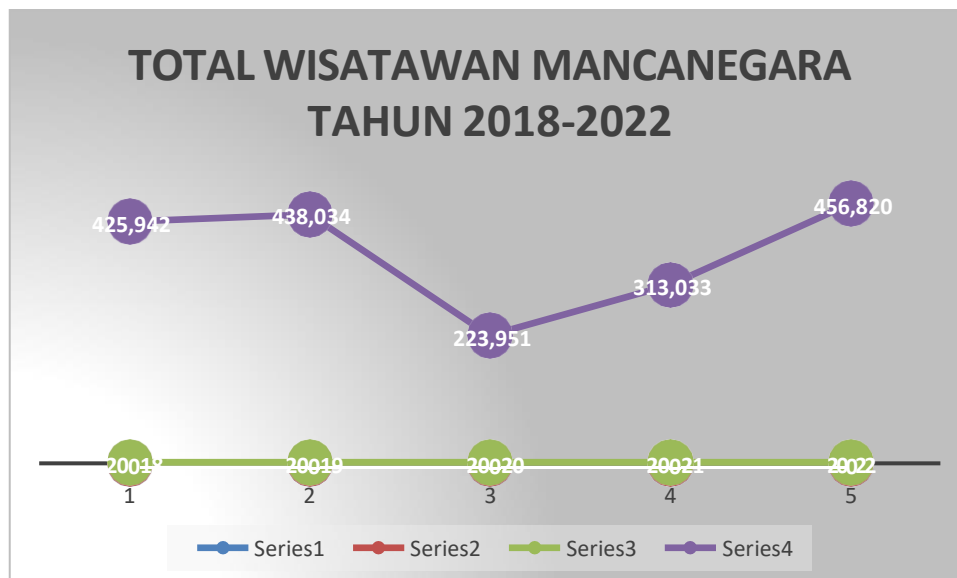
Sejak pandemi Covid muncul pada tahun 2019, perekonomian kawasan mengalami *resesi*. Salah satunya adalah jumlah kunjungan wisatawan yang menurun signifikan. Alhasil, hal ini berdampak pada pendapatan daerah dari industri pariwisata. Apalagi jika daerah tersebut mempunyai pendapatan lebih dari sektor pariwisata. Menurut Kementerian Pariwisata, Kebudayaan, dan Olahraga Pemuda, jumlah kunjungan wisatawan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dari tahun 2018 hingga 2022, dengan penurunan terbesar dari tahun 2020 hingga 2022. Artinya, Covid-19 secara signifikan akan mempengaruhi kunjungan wisatawan dan pendapatan daerah di industri pariwisata.



Berdasarkan Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan dengan salah satu pengamat pariwisata Bapak Herwan. SEpar., MM. ia mengatakan: “Masa pandemi merupakan sebuah bencana bagi sektor Pariwisata dimana sektor pariwisata.Keterpurukan usaha di bidang pariwisata di pasca pandemi covid-19 sangat memukul para pengusaha yang bergerak di bidang pariwisata, sehingga banyak pengusaha tempat wisata berharap pariwisata segera pulih untuk menunjang penghasilan mereka.” (Hasil wawancara, 29 Mei 2023).

Berdasarkan data BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung penurunan pengunjung rantan waktu dari sebelum covid 19 sangat signifikan ini bisa di buktikan dari tabel kunjungan wisatawan 3 tahun terakhir di wilayah objek wisata yang ada di wilayah bangka belitung,

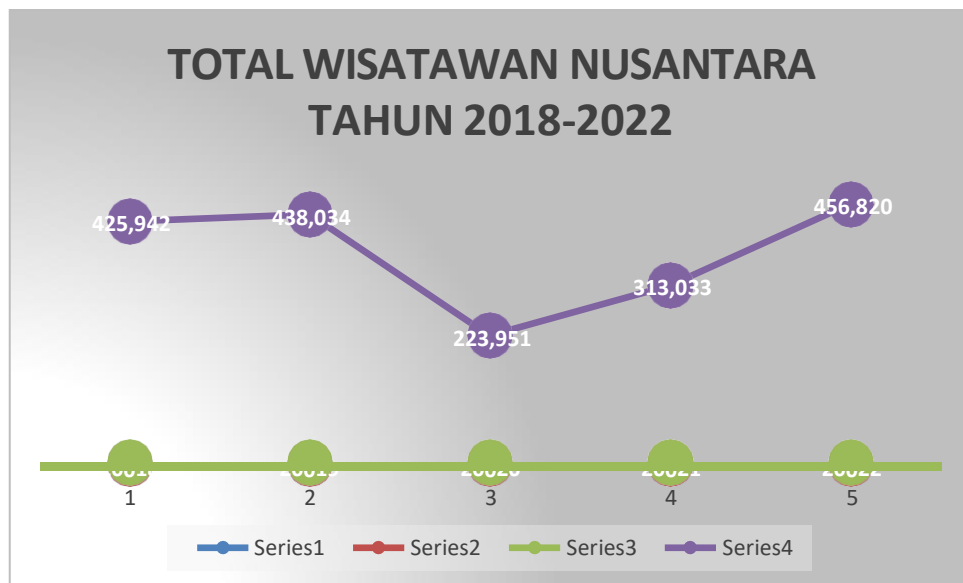
**Tabel. 1.3.**  
**Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2018-2022**  
**di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung**



Sumber : BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

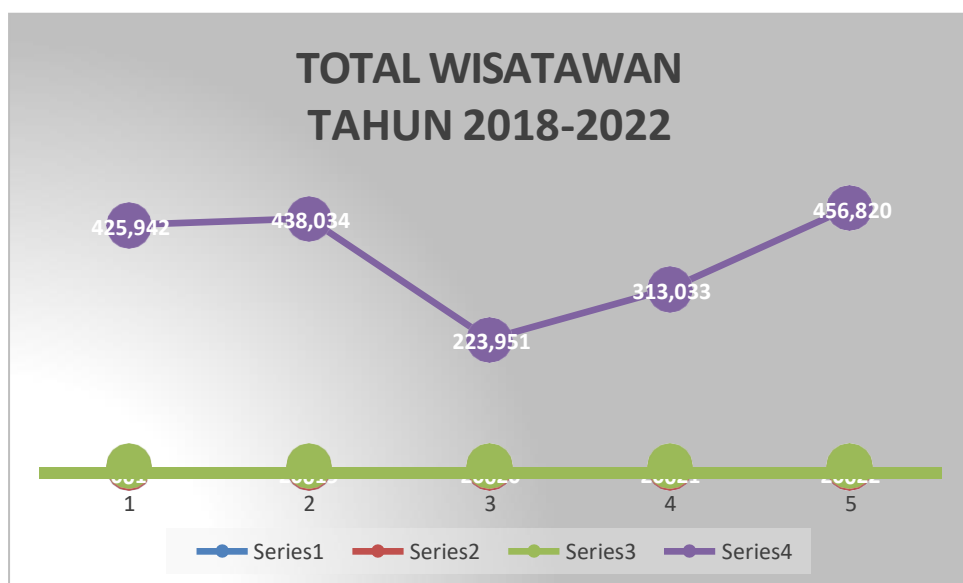
**Tabel. 1.4.**  
**Kunjungan Wisatawan Nusantara 2018-2022**

**di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung**



*Sumber : BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung*

**Tabel. 1.5.**  
**Kunjungan Wisatawan 2018-2022**  
**di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung**



*Sumber : BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung*

Dari tabel. 1.3. tabel 1.4 dan tabel 1.5 dapat dijelaskan kunjungan wisatawan di kepulauan bangka Belitung mengalami penurunan dari tahun ke tahun, ini dapat dijelaskan dari persentase pengunjung dari tahun 2018 sebelum pandemi covid 19 hingga tahun 2022 pasca pandemi covid 19

Data penukung dari BPS Bangka Belitung rilis pada tanggal 02 Januari 2023, jumlah kunjungan tamu hotel ke Provinsi Kepulauan Bangka Belitung November 2022 sebesar 41.714 kunjungan

Jumlah tamu yang menginap pada hotel bintang di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung pada bulan November 2022 tercatat sebanyak 41.714 orang. Jumlah ini turun sebesar 3,58 persen dibandingkan jumlah tamu bulan sebelumnya yakni 43.261 orang. Jumlah tamu domestik dan tamu asing masing-masing mengalami penurunan sebesar 3,39 persen dan 27,33 persen.

Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel bintang di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung pada November 2022 mencapai 35,24 persen, turun 0,43 poin dibandingkan dengan TPK Oktober 2022 yang tercatat sebesar 35,66 persen.

TPK hotel bintang tertinggi menurut kabupaten/kota pada November 2022 adalah di Kabupaten Bangka Tengah sebesar 54,74 persen dan yang terendah adalah Kabupaten Bangka dengan tingkat hunian kamar sebesar 16,39 persen.

Pada November 2022, rata-rata lama menginap keseluruhan tamu pada hotel bintang selama 1,77 hari, terjadi penurunan 0,11 hari dibandingkan bulan sebelumnya.

*Sumber : BPS Bangka Belitung*

Urusan pariwisata merupakan salah satu urusan wajib yang diberikan kepada pemerintah kabupaten. Promosi pariwisata dilaksanakan untuk meningkatkan keberlangsungan pariwisata dan kontribusi pariwisata Bangka Belitung. Dinas Pariwisata, Kebudayaan, dan Olahraga Pemuda Provinsi Kepulauan Bangka Belitung menghadapi beberapa tantangan untuk mempromosikan pariwisata pascapandemi Covid-19:

1. Masih rendahnya tingkat kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara ke Provinsi Kepulauan Bangka Belitung;

2. Masih kurangnya destinasi pariwisata provinsi yang berkualitas;
3. Pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri belum dilakukan secara optimal;
4. Belum optimalnya pengembangan ekonomi kreatif yang ada;
5. Masih rendahnya kapasitas sumber daya pariwisata dan ekonomi kreatif.

Kondisi ini menurun sangat signifikan pada periode sebelum pandemi Covid-19. Selain itu, peningkatan jumlah kasus Covid-19 menyebabkan pemerintah provinsi menutup sementara beberapa tempat wisata di Bangka Belitung. Seiring kasus Covid-19 yang mulai mereda, Dinas Pariwisata Budaya dan Olahraga Pemuda Provinsi Kepulauan Bangka Belitung mencoba menyusun berbagai strategi untuk menghidupkan kembali industri pariwisata. Salah satu strategi untuk meningkatkan pengunjung adalah strategi komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang berperan penting dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Oleh karena itu penerapan strategi dalam komunikasi pemasaran sangat penting, agar komunikasi yang dikomunikasikan efektif dan mampu menyadarkan masyarakat sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Komunikasi pemasaran adalah proses penyebaran informasi tentang tempat wisata di provinsi Kepulauan Bangka Belitung dan apa yang ditawarkannya kepada pasar sasaran. Komunikasi pemasaran adalah upaya pemasar untuk menyampaikan pesan yang mencakup manfaat dan keunggulan suatu destinasi wisata dan mempengaruhi calon pengunjung.

Pemerintah harus melakukan berbagai upaya untuk menghilangkan masalah-masalah tersebut dengan segera. Strategi komunikasi pemasaran dapat diterapkan dalam industri pariwisata. Strategi komunikasi pemasaran industri pariwisata penting

dilakukan karena dapat mempromosikan kawasan yang memiliki potensi wisata, sehingga dapat menjadi peluang untuk menarik wisatawan dan meningkatkan kelangsungan kawasan tersebut. Selain itu, untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Pemuda, Kebudayaan dan Olahraga Kepulauan Bangka Belitung akan dilaksanakan strategi komunikasi pemasaran pariwisata yang salah satunya adalah menciptakan industri pariwisata yang mampu bersaing untuk meningkatkan jumlah wisatawan. . Kunjungan wisatawan di provinsi kepulauan Bangka Belitung.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Erwin Masyhud (2012:449-451) aktivitas industri pariwisata ini akan menjadi terkenal apabila melaksanakan konsep atau unsur-unsur yang terdiri dari Kepemimpinan, kesanggupan, keamanan, keindahan, kemudahan, Keperluan, kenyamanan (K7) seperti yang dilakukan oleh negeri Melaka Malaysia.

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: *“bagaimana strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung?”*

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dilatar belakangi strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi periklanan (*Advertising*) dalam Promosi Wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung ?

2. Bagaimana strategi Promosi Penjualan (*Sales Promotions*) dalam Promosi Wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung?
3. Bagaimana strategi Penjualan Personal (*Personal selling*) dalam Promosi Wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung?
4. Bagaimana Strategi pemasaran langsung (*Direct Marketing*) dalam Promosi Wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung ?
5. Bagaimana Strategi Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) dalam Promosi Wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung ?

### **1.3. Tujuan penelitian.**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui dan menganalisis Strategi *Advertising*, strategi Promosi Penjualan (*Sales Promotions*), strategi Penjualan Personal (*Sales Promotions*), Strategi pemasaran langsung (*Direct Marketing*) dan strategi hubungan masyarakat untuk meningkatkan jumlah wisatawan ke Bangka Belitung.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Dengan memahami strategi komunikasi pemasaran peningkatan kunjungan wisatawan maka penelitian ini dapat memperkaya khasanah bidang keilmuan komunikasi khususnya terkait bagaimana strategi komunikasi pemasaran peningkatan kunjungan wisatawan yang mampu memberi kontribusi bagi

perkembangan keilmuan (*intellcetual meryt*) terkait *governance* ketika dipraktekkan dalam konteks lokalitas.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini menawarkan sebuah alternatif solusi yang dapat menjadi acuan bagi Pemerintah dan Pemerintah daerah untuk menangani berbagai persoalan terkait pariwisata.