

PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PANTAI PASIR PUTIH WATES KABUPATEN REMBANG MELALUI STRATEGI *PENCILS*

Arini Faissah¹, Aulia Prima Kharismaputra²

Universitas Negeri Semarang, Sekaran, Kec. Gunung Pati, Kota Semarang, Jawa Tengah

Email Correspondence: arinifaissah7@students.unnes.ac.id

ABSTRAK

Pantai Pasir Putih Wates Rembang merupakan salah satu destinasi wisata populer di Kabupaten Rembang yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Citra yang baik suatu organisasi berperan penting dalam memperkuat reputasi dan meningkatkan daya saingnya di tengah masyarakat. Sebaliknya, jika citra yang terbentuk negatif, maka nama organisasi tersebut pun akan terdampak buruk. Humas memegang peran penting dalam menentukan arah perkembangan dan keberlangsungan organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi humas dalam meningkatkan citra positif pantai tersebut, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta mengeksplorasi upaya yang dilakukan dalam mengatasi tantangan tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas yang diterapkan meliputi tujuh aspek utama, yaitu publications, event, news, community involvement, social responsibility, inform or image, dan lobbying and negotiation. Kendala yang ditemukan mencakup persaingan destinasi wisata, keterbatasan SDM, minimnya inovasi, dan isu lingkungan. Meski demikian, pengelola terus berinovasi melalui peningkatan fasilitas dan pelayanan, optimalisasi sumber daya manusia, menerima kritik, optimalisasi event, dan evaluasi rutin.

Kata Kunci: Humas; Citra Positif; Pariwisata; Strategi; Promosi

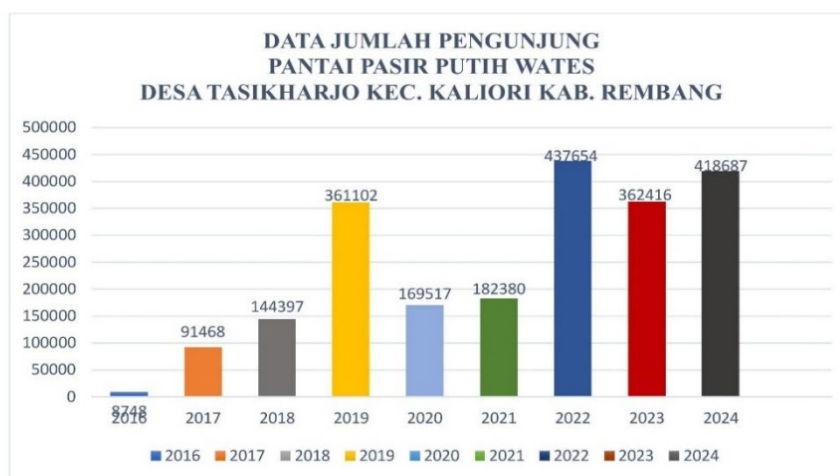
ABSTRACT

Pasir Putih Beach Wates Rembang is one of the popular tourist destinations in Rembang Regency that has great potential to be developed. A good image of an organization plays an important role in strengthening its reputation and increasing its competitiveness in the community. Conversely, if the image formed is negative, then the name of the organization will be negatively impacted. Public relations plays an important role in determining the direction of development and sustainability of the organization. This study aims to analyze public relations strategies in improving the positive image of the beach, identifying the obstacles faced, and exploring the efforts made to overcome these challenges. The approach used is qualitative descriptive with a case study method. Data collection techniques are carried out through interviews, observations, and documentation. The results of the study show that the public relations strategy implemented includes seven main aspects, namely publications, events, news, community involvement, social responsibility, inform or image, and lobbying and negotiation. The obstacles found include competition in tourist destinations, limited human resources, lack of innovation, and environmental issues. However, the management continues to innovate by improving facilities and services, optimizing human resources, accepting criticism, optimizing events, and routine evaluations.

Keywords: Public Relations; Positive Image; Tourism; Strategy; Promotion

PENDAHULUAN

Kabupaten Rembang merupakan salah satu daerah di pesisir utara Provinsi Jawa Tengah yang memiliki kekayaan alam dan potensi pariwisata yang menarik. Salah satu destinasi populer di wilayah ini adalah Pantai Pasir Putih Wates. Pantai ini menyuguhkan pemandangan hamparan pasir putih yang luas, suasana tenang, serta fasilitas yang cukup lengkap seperti tempat parkir luas, gazebo, mushola, hingga spot foto yang kekinian. Daya tarik inilah yang menjadikan Pantai Pasir Putih Wates sebagai salah satu destinasi favorit bagi wisatawan lokal maupun luar daerah. Sebagaimana diketahui, sektor pariwisata berkontribusi besar terhadap peningkatan ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat setempat. Keunggulan sumber daya alam yang dimiliki suatu wilayah berpotensi menjadi pendorong berkembangnya aktivitas kepariwisataan, yang tidak hanya menarik kunjungan wisatawan tetapi juga membuka peluang kerja baru bagi masyarakat. Hal ini secara langsung dapat meningkatkan taraf hidup penduduk setempat. Dalam konteks ini, desa wisata hadir sebagai bentuk pengelolaan kawasan berbasis masyarakat yang menyuguhkan berbagai daya tarik wisata. Agar suatu desa dapat dikembangkan menjadi desa wisata, diperlukan beberapa prasyarat penting, antara lain: kemudahan akses menuju lokasi, keberadaan objek wisata yang unik dan bernilai, keterlibatan serta dukungan aktif dari warga dan pemerintah desa, situasi keamanan yang kondusif, tersedianya fasilitas penunjang pariwisata, serta kondisi lingkungan yang nyaman dan menyenangkan.



Gambar 1. Data Jumlah Pengunjung Pantai Pasir Putih

Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rembang, jumlah wisatawan yang mengunjungi destinasi-destinasi di wilayah ini mencapai 305.688 orang pada April 2024. Dari jumlah tersebut, Pantai Pasir Putih Wates menyumbang kunjungan sebanyak 53.606 wisatawan, menempatkannya di antara destinasi paling ramai di Kabupaten Rembang. Tercatat pada tahun 2016 (awal berdirinya pantai) hingga 2019 mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Angka kunjungan wisatawan tahun 2016 dari bulan November sebanyak 8.748 wisatawan, tahun 2017 sebanyak 91.468 wisatawan, tahun 2018 sebanyak 144.397 wisatawan, dan tahun 2019 sebanyak 361.102 wisatawan. Pada tahun 2020 sempat mengalami penurunan jumlah wisatawan dikarenakan pandemi covid-19 sehingga jumlah pengunjung turun menjadi 169.517 wisatawan. Pada tahun berikutnya hingga saat ini jumlah wisatawan terus mengalami peningkatan setiap

tahunnya. Faktor penting yang mendukung berkembangnya sektor pariwisata adalah kualitas pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan, yang sangat dipengaruhi oleh kenyamanan dan kelengkapan fasilitas di destinasi wisata. Ketika suatu tempat mampu menawarkan lingkungan yang bersih, tertata, serta dilengkapi dengan sarana yang memadai, maka hal tersebut akan menciptakan kesan positif bagi pengunjung dan mendorong minat mereka untuk datang kembali.

Pantai Pasir Putih Wates merupakan destinasi wisata populer di Kabupaten Rembang yang didirikan sejak tahun 2016, dipelopori oleh masyarakat setempat yang mempertahankan nuansa alami sebagai daya tarik utama. Sejak awal tahun 2017, Pantai Pasir Putih Wates mulai memperoleh perhatian publik secara luas, ditandai dengan meningkatnya kunjungan dari wisatawan domestik maupun mancanegara yang tertarik pada keindahan pasir putihnya, pohon cemara yang rindang, serta pemandangan matahari terbit dan tenggelam yang memukau. Selain panorama alam yang menawan, kawasan ini juga dilengkapi dengan berbagai spot foto bernuansa alam, rumah pohon, dan jembatan kayu yang membentang di kawasan pantai.

Keberhasilan destinasi wisata tidak hanya bergantung pada keindahan alam, tetapi juga pada citra yang berhasil dibangun di mata publik. Citra positif dapat mendorong loyalitas pengunjung, meningkatkan kunjungan ulang, serta memperkuat posisi destinasi dalam persaingan antarobjek wisata. Sebaliknya, citra negatif berpotensi menurunkan minat wisatawan dan melemahkan keberlanjutan sektor pariwisata. Di sinilah peran strategis Humas (Hubungan Masyarakat) menjadi penting. Humas merupakan fungsi komunikasi manajemen yang berperan dalam menyampaikan informasi, membangun kepercayaan, serta menjalin kerja sama antara pengelola dan publik, baik internal maupun eksternal. Dalam konteks pariwisata, humas tidak hanya bertugas mempromosikan destinasi, tetapi juga menjadi garda depan dalam menjaga reputasi dan membangun citra positif yang berkelanjutan.

Seorang praktisi humas harus memiliki karakter yang kuat seperti jujur, dapat dipercaya, dan bijaksana, serta dibekali dengan kemampuan analisis yang tajam dan pemahaman mendalam terhadap tujuan organisasi serta audiens yang dilayani (Syaoki & Sarita, 2023). Humas tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pendengar aktif yang mampu memberikan masukan strategis dan mempertimbangkan dampak komunikasi terhadap publik (Aini Annisya, 2023). Dalam menjalankan tugasnya, humas memiliki tanggung jawab moral dan profesional untuk menyebarluaskan keputusan organisasi, baik atas arahan atasan maupun melalui inisiatif pribadi. Tantangan utama humas di era saat ini adalah menghadapi iklim persaingan yang semakin kompetitif, yang menuntut penguasaan teknik komunikasi yang adaptif dan kampanye strategis untuk memperkuat citra, memperoleh kepercayaan publik, serta memenangkan persaingan pasar secara elegan dan beretika.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan sebelumnya, penulis merasa terdorong untuk memilih dan membahas topik berjudul “Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Pantai Pasir Putih Wates Kabupaten Rembang Melalui Strategi *Pencils*”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus melibatkan analisis mendalam terhadap subjek tertentu, yang bisa berupa individu, organisasi, peristiwa, keputusan, periode waktu, atau sistem yang dikaji secara menyeluruh dan holistik (Dea, 2024). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis

penelitian studi kasus. Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam strategi humas dalam membangun citra positif Pantai Pasir Putih Wates Rembang. Penelitian dilakukan di lingkungan alami, dengan peneliti sebagai instrumen utama yang mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Penelitian ini difokuskan pada Pantai Pasir Putih Wates yang terletak di wilayah Desa Tasikharjo, tepatnya di Dusun Wates, Kecamatan Kaliori, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Dusun Wates termasuk dalam kategori wilayah terpencil yang jauh dari hiruk pikuk kehidupan kota. Lingkungan di daerah ini masih sangat alami, dengan karakter masyarakat yang menjalani kehidupan secara sederhana dan harmonis bersama alam sekitarnya, menciptakan suasana yang tenang dan mendukung potensi ekowisata berbasis lokal.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu a) Sumber Data Primer. Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara dan observasi. Informan dalam penelitian ini antara lain: Ketua Pengelola Pantai Pasir Putih Wates, Wakil Ketua Pengelola Pantai Pasir Putih Wates, Pengelola Humas I Pantai Pasir Putih Wates, Pengelola Humas II Pantai Pasir Putih Wates, dan Kepala Dusun Wates; b) Sumber Data Sekunder. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen pendukung, seperti profil destinasi wisata, laporan kunjungan wisatawan, catatan kegiatan promosi, dokumentasi visual, serta referensi buku dan jurnal ilmiah terkait strategi kehumasan dan citra wisata.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan interaksi antara dua individu yang bertujuan untuk bertukar informasi dan gagasan melalui proses tanya jawab, sehingga dapat membangun pemahaman mengenai suatu topik tertentu (Handayani, 2020). Teknik wawancara digunakan untuk menggali informasi yang mendalam dari informan utama. Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan pedoman pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui strategi humas yang diterapkan, kendala yang dihadapi, dan upaya yang dilakukan dalam meningkatkan citra positif pantai.

b. Observasi

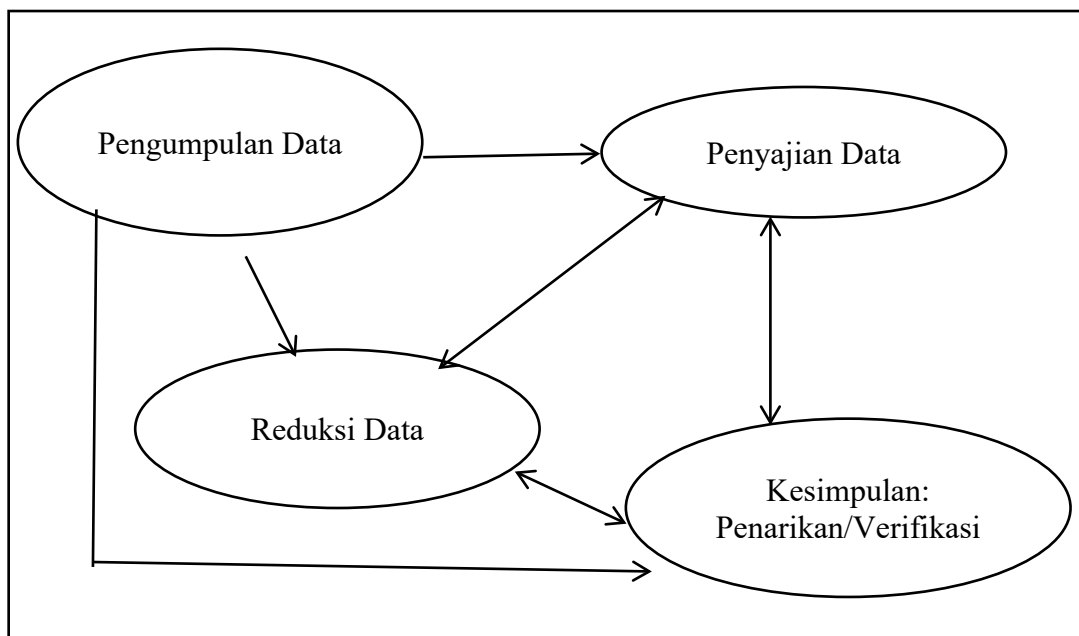
Observasi merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung kondisi di lapangan (Mauliddiyah, 2021). Observasi dilakukan secara langsung di lokasi Pantai Pasir Putih Wates. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk menelusuri perkembangan Pantai Pasir Putih Wates, khususnya dalam melihat fasilitas apa saja yang telah dibangun kembali serta mengidentifikasi infrastruktur yang masih belum mendapatkan perbaikan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pencatatan berbagai peristiwa yang telah terjadi di masa lalu, yang dapat berupa teks, gambar, atau karya dari seseorang (Abrimanto, 2020). Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menelaah data berupa arsip foto, video, catatan kegiatan, brosur promosi, konten media sosial, serta dokumen resmi

dari pengelola. Data ini digunakan untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi.

Analisis data adalah proses sistematis dalam mengolah dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, observasi, serta sumber lain agar mudah dipahami dan dapat disampaikan kepada pihak lain (Rizky Fadilla & Ayu Wulandari, 2023) . Proses ini melibatkan pengorganisasian data, pemecahan ke dalam unit-unit, sintesis, pengelompokan dalam pola tertentu, pemilihan informasi penting, serta penarikan kesimpulan yang dapat dikomunikasikan secara jelas. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman, yang dikenal sebagai model analisis interaktif. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berulang hingga data yang dikumpulkan mencapai titik jenuh Miles dan Huberman (dalam Sugiono, 2018). Tahapan utama dalam analisis data mencakup:



Gambar 2. Tahapan Utama Dalam Analisis Data

Berikut ini adalah langkah-langkah data yang diterapkan:

- a. **Pengumpulan Data (*Data Collection*)**. Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara dengan pengelola humas, pemerintah desa, pelaku usaha, wisatawan, dan masyarakat untuk memperoleh informasi terkait strategi humas dalam membangun citra positif Pantai Pasir Putih Wates Rembang.
- b. **Reduksi Data (*Data Reduction*)**. Data yang diperoleh diseleksi dan disederhanakan; informasi yang tidak relevan dihilangkan, sementara data penting dirangkum dan dikelompokkan untuk mempermudah analisis.
- c. **Penyajian Data (*Data Display*)**. Data yang telah direduksi disusun dalam bentuk naratif secara sistematis, sehingga memudahkan pemahaman hubungan antarvariabel dan menjawab rumusan masalah penelitian.

- d. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*). Kesimpulan dibuat berdasarkan data yang telah dianalisis dan diverifikasi secara berkala untuk memastikan validitas dan konsistensi, sehingga hasilnya kredibel dan menjawab tujuan penelitian.

Strategi *Public Relations* yang diperkenalkan oleh Philip Kotler dan Thomas L. Harris dikenal dengan PENCILS merupakan pendekatan komprehensif dalam manajemen komunikasi yang bertujuan membangun citra positif organisasi melalui tujuh elemen utama: *publications, event, news, community involvement, inform or image, lobbying and negotiation, serta social responsibility*

1. *Publications*, merujuk pada peran humas dalam menyampaikan informasi secara luas kepada publik melalui berbagai saluran komunikasi. Publikasi ini tidak hanya menyampaikan aktivitas dan kebijakan organisasi, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk membentuk persepsi positif di mata masyarakat.
2. *Event*, berfungsi sebagai instrumen promosi dan pencitraan yang memungkinkan perusahaan menjalin interaksi langsung dengan publik. Kegiatan ini dapat berbentuk agenda rutin (*calendar event*), perayaan khusus (*special event*), maupun kegiatan yang memanfaatkan momentum tertentu (*moment event*), semuanya bertujuan memperkuat hubungan emosional dengan audiens.
3. *News*, menggambarkan peran humas sebagai produsen informasi internal organisasi yang dikemas dalam bentuk media seperti buletin, siaran pers, atau newsletter. Untuk mendukung fungsi ini, keahlian menulis dan narasi menjadi keterampilan yang sangat penting bagi praktisi humas.
4. *Community Involvement*, menunjukkan komitmen organisasi dalam menjalin kedekatan dengan masyarakat sekitar melalui kegiatan sosial dan partisipatif. Pendekatan ini tidak hanya membangun citra baik, tetapi juga memperkuat legitimasi organisasi di lingkungan tempat ia beroperasi.
5. *Inform or Image*, menekankan pentingnya membangun pemahaman publik melalui informasi yang akurat dan komunikasi yang persuasif, dengan tujuan menciptakan dan mempertahankan citra positif organisasi.
6. *Lobbying and Negotiation*, mencerminkan peran strategis humas dalam menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan kunci, termasuk pemerintah, mitra bisnis, atau tokoh masyarakat. Keberhasilan dalam aspek ini sangat bergantung pada kemampuan diplomasi dan komunikasi interpersonal.
7. *Social Responsibility*, atau tanggung jawab sosial menggarisbawahi pentingnya kontribusi nyata organisasi kepada masyarakat luas. Melalui program CSR, humas dapat membangun kepercayaan jangka panjang dan memperkuat reputasi institusi sebagai entitas yang peduli terhadap lingkungan sosialnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantai Pasir Putih Wates Rembang merupakan destinasi wisata yang berada di bawah pengelolaan DINBUDPAR (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rembang), terakreditasi sebagai objek wisata unggulan yang sedang populer. Pantai ini beralamat di Desa Tasikharjo, Dukuh Wates, RT 03/ RW 03, Kecamatan Kaliiori, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Berjarak sekitar 7,3 km dari pusat kota Rembang yang dapat ditempuh kurang lebih 15 menit dari Kota Rembang. Eksistensi Pantai Pasir Putih Wates. Pantai Pasir Putih Wates mulai mengalami perkembangan sejak tahun 2016,

dengan berbagai upaya penataan dan penghijauan di sekitarnya. Namun, destinasi ini baru resmi dibuka untuk wisatawan pada tahun 2017. Seiring berjalannya waktu, jumlah pengunjung yang datang ke pantai ini menunjukkan tren peningkatan setiap tahunnya.

Pantai Pasir Putih Wates memiliki tujuan utama untuk menghidupkan nilai-nilai sapta pesona dalam kehidupan masyarakat Desa Tasikharjo, dengan menekankan kemandirian dan partisipasi aktif warga. Eksistensi Pantai Pasir Putih Wates Rembang sebagai destinasi wisata alam yang menyuguhkan keindahan alam dan fasilitas pendukung yang lengkap menjadikannya sebagai tujuan wisata yang populer. Pantai Pasir Putih Wates Rembang telah menjadi destinasi wisata yang populer dengan fasilitas lengkap, seperti parkir luas untuk motor, mobil, hingga bus pariwisata, serta kamar mandi, mushola, dan gazebo untuk tempat istirahat. Daya tarik utama pantai ini adalah hamparan pasir putih yang memukau, tempat yang ideal untuk bersantai sambil menikmati pemandangan laut yang luas, terutama saat matahari tidak terlalu terik. Selain itu, kawasan hutan cemara yang sejuk juga menjadi daya tarik unik, dengan deretan pohon cemara yang rindang, menjadikannya tempat yang cocok untuk melepaskan penat dan piknik. Bagi pengunjung yang suka berfoto, pantai ini menyediakan berbagai spot foto menarik, seperti ayunan, jembatan cinta, dan rumah panggung, yang sering menjadi pilihan favorit.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dengan informan yaitu: Ketua Pengelola Pantai Pasir Putih Wates, Wakil Ketua Pengelola Pantai Pasir Putih Wates, Pengelola Humas I Pantai Pasir Putih Wates, Pengelola Humas I Pantai Pasir Putih Wates, dan Kepala Dusun Pantai Pasir Putih Wates tentang Strategi dan Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Sekolah, maka diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

A. Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Pantai Pasir Putih Wates Kabupaten Rembang

Strategi humas dalam meningkatkan citra positif Pantai Pasir Putih Wates Rembang memainkan peran penting dalam mencapai tujuan pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata. Dengan adanya humas, penyebaran informasi mengenai keindahan, keunggulan, serta daya tarik Pantai Pasir Putih Wates Rembang dapat dilakukan secara efektif, baik kepada masyarakat lokal maupun wisatawan dari luar daerah. Berbagai upaya promosi dilakukan untuk menampilkan prestasi dan keunikan pantai ini, sehingga citranya semakin positif di mata publik dan mampu menarik lebih banyak pengunjung. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan lapangan, aktivitas humas Pantai Pasir Putih Wates dianalisis menggunakan kerangka strategi *PENCILS* yang dikembangkan oleh Philip Kotler dan Thomas L. Harris. yang terdiri dari: *publications, event, news, community involvement, inform or image, lobbying and negotiation, social responsibility*. Strategi ini menjadi tolok ukur dalam mengkaji sejauh mana humas menjalankan fungsinya secara efektif dan terarah dalam membangun hubungan dengan publik.

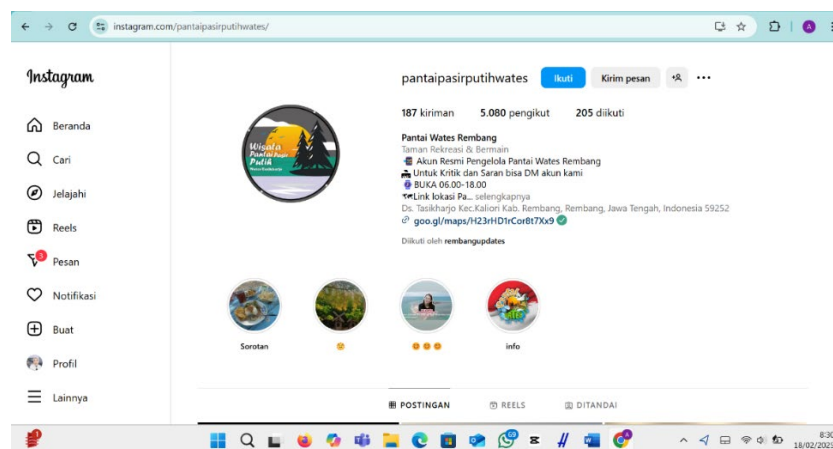
A.1) Publication

Pihak humas secara aktif menjalankan kegiatan publikasi yang bertujuan untuk memperkenalkan daya tarik wisata pantai kepada masyarakat luas, baik lokal maupun luar daerah, melalui pemanfaatan berbagai platform digital. Strategi utama yang digunakan oleh tim humas adalah memaksimalkan media sosial sebagai saluran utama komunikasi publik.

“Untuk media publikasi, kita pakainya media sosial dulu yang utama, seperti *Facebook, Instagram, sama TikTok* karena ketiganya memang paling sering dipakai

masyarakat, apalagi anak-anak muda sekarang. Terus, selain itu juga ada website desa, karena desa kita sudah punya website resmi yang juga menampilkan informasi tentang Pantai Pasir Putih. Untuk *YouTube*, kita juga aktif di sana, karena *YouTube* Desa Wisata Tasikharjo memang ikut menaungi promosi Pantai Pasir Putih ini, soalnya kan pantai ini memang masih termasuk bagian dari kawasan Desa Wisata Tasikharjo. Jadi, semua platform itu kita manfaatkan untuk pemasaran, biar promosi bisa lebih luas dan menjangkau semua kalangan.”

Adapun media sosial yang digunakan mencakup *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, *YouTube*, serta website resmi Desa Wisata Tasikharjo. Pemilihan media sosial ini disesuaikan dengan tren penggunaan masyarakat, khususnya generasi muda yang aktif di platform digital. Dari seluruh platform yang dimanfaatkan, *Instagram* menjadi yang paling dominan, dengan jumlah pengikut mencapai sekitar 6000 akun aktif dan tingkat interaksi yang tinggi.



Gambar 3. Instagram Desa Wisata Tasikharjo

Selain menyebarkan konten visual mengenai keindahan alam, fasilitas, dan spot foto pantai, pihak humas juga terbuka untuk kolaborasi dengan influencer, selebgram, jurnalis digital, hingga media online sebagai upaya memperluas jangkauan promosi. Informasi disampaikan secara menarik dan informatif agar wisatawan dapat memperoleh gambaran destinasi tanpa harus datang langsung ke lokasi. Kegiatan publikasi ini tidak hanya berperan sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam membentuk persepsi masyarakat tentang Pantai Pasir Putih Wates sebagai destinasi yang layak dikunjungi. Dengan pendekatan visual, edukatif, dan kolaboratif, humas berusaha membangun citra yang positif dan membedakan Pantai Pasir Putih Wates dari destinasi lain di kawasan Rembang.

A.2) Event

Penyelenggaraan *event* merupakan bagian penting dari strategi humas dalam membangun citra positif Pantai Pasir Putih Wates Rembang. Meskipun sebagian besar acara diselenggarakan oleh pihak eksternal seperti komunitas sepeda motor, organisasi, sekolah, festival, dan lainnya yang menyewa lokasi, kegiatan tersebut tetap memberikan dampak positif terhadap promosi destinasi.

“Iya, kalau soal event itu memang kebanyakan datangnya dari luar, bukan dari pengelola langsung. Biasanya komunitas yang pakai tempat pantai buat acara kayak kumpul bareng motor, mobil, terus ada juga dari sekolah atau kegiatan pramuka kayak kemah. Ada juga event festival kecil, kayak pertunjukan musik akustik, lomba anak-anak,

sama pameran UMKM lokal waktu libur panjang. Kita di pihak desa memang mendukung, apalagi kalau acaranya tertib dan positif. Acara seperti ini kan bisa bantu promosi juga, jadi orang-orang tahu Pantai Pasir Putih tuh bisa dipakai buat berbagai kegiatan. Dampaknya jelas ada, salah satunya pengunjung jadi lebih banyak dari biasanya. Seperti itu.” Event-event tersebut terbukti meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan dan memperluas eksposur pantai sebagai tempat yang layak dijadikan lokasi berbagai aktivitas publik.



Gambar 4. Contoh Event

Selain event eksternal, pihak pengelola juga pernah menyelenggarakan kegiatan internal seperti sosialisasi sadar wisata, studi tiru ke destinasi lain, serta kampanye sapta pesona. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelola, tetapi juga memperkuat keterlibatan masyarakat lokal dalam menjaga dan mengembangkan kualitas layanan wisata. Rencananya, event-event internal tersebut akan dihidupkan kembali sebagai bagian dari program kerja jangka pendek hingga menengah.

A.3) News

Berita yang disampaikan meliputi aktivitas wisata, kegiatan sosial seperti aksi bersih pantai, dokumentasi event komunitas, serta pencapaian seperti partisipasi dalam lomba desa wisata tingkat Jawa Tengah.

“...berita yang kami sebar bisa mencakup prestasi, seperti ketika Pantai Pasir Putih Wates terpilih mewakili Kabupaten Rembang dalam lomba desa wisata se-Jawa Tengah, meski akhirnya hanya meraih juara harapan satu. Kami juga mengabarkan aktivitas wisata, perkembangan fasilitas, serta kerja sama dengan pihak luar. Untuk penyebaran berita, selain akun Instagram sendiri, kami bekerja sama dengan akun-akun seperti Visit Rembang dan Explore Rembang. Sayangnya, saat ini kami belum memiliki website khusus dan masih bergabung dengan website desa Tasikharjo.”

Proses penyampaian berita dilakukan secara sederhana namun tetap memperhatikan kualitas konten, dimulai dari observasi kegiatan yang layak diberitakan, dokumentasi berupa foto atau video, hingga penyusunan narasi atau caption yang informatif. Meski belum memiliki website khusus dan belum ada tim humas profesional, pengelola tetap aktif menjalin kerja sama dengan akun promosi lokal seperti Visit Rembang dan Explore

Rembang untuk memperluas jangkauan publikasi. Penyampaian berita difokuskan pada hal-hal positif yang dapat membangkitkan rasa penasaran dan minat masyarakat, seperti informasi mengenai fasilitas baru atau persiapan event tertentu.

A.4) Community Involvement

Strategi humas dalam membangun citra positif Pantai Pasir Putih Wates Rembang dijalankan melalui keterlibatan aktif masyarakat setempat dalam berbagai kegiatan wisata.

“Kalau masyarakat sih saya kira berpartisipasi aktif ya, soalnya kan tadi hampir 90% masyarakat kan punya usaha di sini kan jadi mereka juga pasti kan pengen usaha yang mereka lakukan mereka pasti kan ikut promosi itu ini loh di pantai ada ini ada ini jadi mereka pasti promosi juga jadi kan mereka juga pengen usahanya rame juga seperti itu.”

Masyarakat tidak hanya berperan sebagai pelaku usaha seperti pedagang dan penyedia jasa penyewaan perahu ke Pulau Gedhe, tetapi juga secara sukarela turut mempromosikan destinasi melalui media sosial dan kegiatan sosial seperti kebersihan pantai serta pengamanan saat pantai ramai pengunjung. Partisipasi masyarakat muncul dari rasa kepemilikan terhadap pantai sebagai sumber penghidupan dan kebanggaan masyarakat setempat. Promosi informal yang dilakukan oleh warga melalui unggahan media sosial secara tidak langsung meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Di sisi lain, kerja sama warga dengan pengelola dalam pengembangan destinasi menciptakan hubungan sosial yang kuat dan memperkuat keberlangsungan pengelolaan wisata.

A.5) Inform or Image

Untuk membangun citra positif, pengelola Pantai Pasir Putih Wates Rembang memanfaatkan potensi alam yang dimiliki, seperti pasir putih yang bersih, jajaran pohon cemara yang rindang, serta pemandangan sunrise dan sunset dari satu titik lokasi. Selain keindahan alam, posisi pantai yang strategis di jalur Pantura dan dekat dengan pusat kota turut menjadi keunggulan dalam menarik perhatian publik. Pengelola humas tidak hanya mengandalkan promosi, tetapi juga fokus pada pengalaman langsung pengunjung. Berbagai upaya dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan, seperti perbaikan akses jalan, penambahan fasilitas umum (gazebo, toilet), serta menjaga kebersihan lingkungan pantai. Pendekatan ini diyakini dapat membentuk persepsi positif wisatawan dan mendorong kunjungan ulang. Hasilnya, Pantai Pasir Putih Wates kini dikenal luas dan menjadi salah satu destinasi favorit di Kabupaten Rembang.

“Keunggulan Pantai Pasir Putih Wates salah satunya adalah letaknya yang sangat strategis, yaitu di tepi jalur Pantura dan hanya berjarak sekitar 7 kilometer dari pusat kota Rembang. Pantai ini dikenal dengan pasir putihnya yang bersih, serta suasana rindang dari deretan pohon cemara. Keindahan alamnya juga dilengkapi dengan spot-spot foto menarik dan pemandangan sunrise serta sunset yang bisa dinikmati dari satu lokasi. Keunikan ini menjadi daya tarik tersendiri dan menjadikan Pantai Pasir Putih Wates sebagai salah satu destinasi wisata favorit kedua se-Kabupaten Rembang, sehingga memberikan kesan positif dari para wisatawan.”

A.6) Lobbying and Negotiation

Humas secara aktif membangun relasi dengan berbagai pihak, mulai dari pemerintah desa, dinas pariwisata kabupaten, dinas kelautan, hingga lembaga legislatif, guna memperoleh dukungan berupa bantuan dana, fasilitas pendukung, maupun promosi

formal. Selain pemerintah, pengelola juga menjalin kolaborasi dengan konten kreator sebagai bagian dari strategi promosi digital. Kolaborasi ini diawali dengan proses negosiasi teknis yang mengatur hak dan kewajiban kedua pihak, seperti ekspektasi promosi dan bentuk kompensasi. Melalui kerja sama ini, pantai dapat dikenalkan secara lebih luas melalui media sosial dan kanal digital berbasis testimoni visual. Lobi dan negosiasi juga dilakukan dengan komunitas atau pihak swasta dalam hal pengadaan event, pengelolaan usaha, hingga promosi wisata. Strategi ini dianggap vital untuk menjawab tantangan pengembangan pariwisata di tengah persaingan destinasi yang semakin kompetitif.

"Iya mbak, kalau untuk kerja sama dengan pemerintah itu sudah pasti ya. Kita mulai dari yang paling bawah seperti pemerintah desa, lalu dinas pariwisata kabupaten, bahkan dinas kelautan juga ikut terlibat. Karena kan posisi pantai ini berada di wilayah administratif mereka, jadi memang nggak bisa lepas dari pemerintah. Nah, kalau untuk investor tunggal sih sampai sekarang belum ada ya, cuma kalau bantuan dari CSR atau dana hibah seperti dari DPR atau DPRD itu kita ada."

A.7) Social Responsibility

Tanggung jawab sosial merupakan bagian penting dari strategi humas dalam membangun citra positif Pantai Pasir Putih Wates Rembang.

"Betul mba, kita selalu memastikan bahwa setiap kegiatan yang diadakan di Pantai Pasir Putih memberi dampak positif bagi masyarakat sekitar. Salah satu bentuk tanggung jawab sosial kami adalah dengan mengadakan pelatihan atau seminar yang melibatkan warga sekitar untuk meningkatkan kualitas usaha mereka, terutama yang berkaitan dengan pariwisata. Selain itu, yang sudah berjalan adalah pemberian santunan kepada warga yang sedang sakit, yaitu sebesar Rp300.000 per kepala keluarga jika ada yang dirawat inap. Selain itu, untuk warga yang meninggal dunia, kami juga memberikan santunan sebesar Rp500.000. Setiap bulan, kami juga menyetor Pendapatan Asli Desa (PAD) sebesar Rp1.000.000 ke pemerintah desa. Dana PAD tersebut nantinya akan kembali lagi ke masyarakat Desa Tasikharjo. Jadi, sementara ini bentuk kontribusi sosial kami berupa santunan untuk warga sakit dan meninggal, serta setoran rutin PAD ke desa."

Kepedulian terhadap masyarakat sekitar diwujudkan melalui berbagai bentuk kegiatan sosial, seperti memberikan kesempatan kerja bagi warga dalam operasional pantai (kebersihan, parkir, penyewaan perahu), serta menyalurkan bantuan kepada warga yang sakit, dirawat inap, atau meninggal dunia. Pengelola juga aktif dalam mendukung kegiatan adat dan sosial seperti sedekah bumi dan sedekah laut, serta turut terlibat dalam pelatihan kewirausahaan untuk meningkatkan kapasitas ekonomi warga. Saat pandemi, aksi sosial berupa pembagian sembako, masker, dan penyemprotan disinfektan juga dilakukan. Selain itu, kontribusi rutin berupa penyetoran Pendapatan Asli Desa (PAD) sebesar Rp1.000.000 per bulan kepada pemerintah desa menjadi bentuk dukungan finansial yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat.

B. Kendala humas yang terjadi dalam upaya meningkatkan citra positif Pantai Pasir Putih Wates Rembang

Berikut adalah Tabel 1 yang memuat beberapa kendala utama yang dihadapi humas dalam meningkatkan citra positif Pantai Pasir Putih Wates Kabupaten Rembang.

Tabel 1. Kendala Utama Yang Dihadapi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pantai Pasir Putih Wates Kabupaten Rembang.

No	Kendala
1	Persaingan dengan destinasi wisata lain yang semakin kompetitif
2	Keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten di bidang kehumasan
3	Minimnya inovasi dalam konsep promosi digital
4	Isu lingkungan seperti sampah dan pencemaran air laut

Dalam menjalankan perannya untuk membangun dan mempertahankan citra positif Pantai Pasir Putih Wates, tim humas menghadapi sejumlah kendala yang cukup signifikan. Kendala-kendala ini berasal baik dari faktor internal maupun eksternal, yang apabila tidak diatasi secara serius, dapat berdampak pada penurunan daya tarik destinasi wisata ini di mata publik. Kendala pertama adalah persaingan dengan destinasi wisata lain yang terus berkembang, baik di wilayah Rembang maupun luar daerah. Munculnya berbagai tempat wisata baru dengan promosi yang inovatif membuat Pantai Pasir Putih Wates harus bekerja ekstra dalam mempertahankan eksistensinya. Humas dituntut untuk selalu melakukan pembaruan strategi agar destinasi ini tidak kalah bersaing dalam menarik perhatian wisatawan, terutama dari kalangan milenial dan generasi Z yang cenderung menyukai tempat-tempat baru dan unik.

Selanjutnya, terdapat kendala pada aspek internal, yakni keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten di bidang kehumasan. Sebagian besar pengelola humas di pantai ini merangkap tugas lain, sehingga tidak memiliki fokus penuh untuk mengelola komunikasi dan promosi. Ketiadaan tenaga ahli yang memahami strategi komunikasi digital, manajemen media sosial, hingga pemasaran pariwisata menjadi tantangan tersendiri dalam menciptakan citra yang kuat dan konsisten. Kendala ketiga berkaitan erat dengan rendahnya inovasi dalam promosi. Minimnya inovasi dalam konsep promosi menyebabkan humas cenderung mengandalkan metode konvensional seperti unggahan foto di media sosial tanpa narasi yang kuat. Belum adanya penggunaan media visual sinematik dan storytelling digital membuat daya jangkauan promosi tidak optimal, terutama terhadap wisatawan yang aktif di platform digital. Kendala terakhir adalah isu lingkungan, khususnya masalah sampah dan pencemaran air laut. Sampah yang berserakan, baik yang ditinggalkan pengunjung maupun kiriman dari desa tetangga, sangat memengaruhi kesan visual dan kenyamanan wisatawan. Selain itu, pencemaran air laut akibat limbah industri dan sampah kiriman dari sungai sekitar juga menurunkan kualitas ekosistem pantai serta menimbulkan bau tidak sedap sehingga membuat wisatawan merasa tidak nyaman. Hal ini menjadi tantangan serius bagi tim humas karena sangat sulit membangun citra positif apabila kondisi lingkungan tidak mendukung.

C. Upaya yang dilakukan humas dalam mengatasi kendala meningkatkan citra positif Pantai Pasir Putih Wates Rembang

Berikut merupakan Tabel yang berisi upaya Humas dalam menghadapi kendala dalam upaya meningkatkan citra positif Pantai Pasir Putih Wates Rembang.

Tabel 2. Upaya yang dilakukan humas dalam mengatasi kendala meningkatkan citra positif Pantai Pasir Putih Wates Rembang

No	Upaya
1	Menjaga dan Meningkatkan Fasilitas serta Pelayanan yang Terbaik

2	Mengoptimalkan Sumber Daya Manusia yang Kompeten di Bidang Kehumasan
3	Menerima dan Menanggapi Kritik, Saran, dan Masukan dari Wisatawan
4	Mengoptimalkan Event dan Wahana sebagai Daya Tarik
5	Rutin Melakukan Evaluasi dan Perbaikan dalam Setiap Kegiatan

Proses membangun dan mempertahankan citra positif destinasi wisata, tidak dapat dihindari bahwa Humas Pantai Pasir Putih Wates Rembang dihadapkan pada berbagai tantangan, baik dari aspek internal maupun eksternal. Kendala-kendala tersebut mencakup kualitas pelayanan, ketersediaan fasilitas, manajemen sumber daya manusia, dinamika opini publik, serta kurang optimalnya daya tarik tambahan bagi wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan serangkaian strategi penanganan kendala yang sistematis dan adaptif. Langkah pertama yang dilakukan humas dalam menangani kendala adalah dengan menjaga kualitas fasilitas publik dan meningkatkan pelayanan. Fasilitas seperti toilet, mushola, tempat bilas, gazebo, dan area parkir menjadi perhatian utama karena berperan langsung dalam membentuk kesan pengunjung. Peningkatan kualitas ini juga ditunjang dengan penegakan standar kebersihan dan kenyamanan, serta penanganan cepat terhadap keluhan yang muncul. Selain itu, Humas berperan dalam mengatur ekosistem usaha di sekitar pantai dengan mengedukasi pelaku usaha untuk menetapkan harga secara wajar dan transparan. Dengan demikian, tindakan preventif dan kuratif ini membantu menjaga kenyamanan dan kepercayaan pengunjung yang berdampak pada citra destinasi.

Salah satu tantangan internal yang sering dihadapi adalah keterbatasan kapasitas sumber daya manusia (SDM), khususnya dalam komunikasi publik dan pengelolaan media promosi digital. Untuk itu, humas melakukan penguatan melalui pelatihan dasar komunikasi, pelibatan pemuda lokal dalam pengelolaan media sosial, dan pengembangan keterampilan berbasis teknologi informasi. Penguatan ini bukan hanya bertujuan untuk meningkatkan kemampuan menyampaikan informasi secara efektif, tetapi juga menciptakan regenerasi SDM yang siap membawa inovasi ke dalam dunia kehumasan pariwisata. Dengan melibatkan generasi muda yang memiliki kemampuan digital, pengelola mampu mengadaptasi strategi komunikasi sesuai dengan perkembangan zaman. Sikap terbuka terhadap kritik dan saran dari pengunjung menjadi fondasi penting dalam menjaga reputasi. Humas secara aktif memantau opini publik, baik melalui pengamatan langsung maupun media sosial. Setiap masukan dianggap sebagai sumber data evaluatif yang berharga dan ditindaklanjuti secara cepat. Responsif terhadap pengaduan dan adaptif terhadap saran membentuk kesan positif bahwa pengelola bersikap inklusif dan menghargai suara pengunjung. Praktik ini menunjukkan bahwa citra positif tidak hanya dibangun melalui promosi, tetapi juga dari kualitas interaksi dan kepercayaan publik terhadap respons pengelola.

Dalam rangka mengatasi kejenuhan pengunjung terhadap pengalaman wisata yang monoton, humas mengembangkan program event dan pembangunan wahana baru. Event wisata dikemas sebagai strategi branding destinasi, seperti pengembangan kegiatan budaya lokal dan kuliner, serta peringatan tradisi masyarakat pesisir seperti sedekah laut. Upaya ini tidak hanya menciptakan diferensiasi, tetapi juga meningkatkan nilai jual wisata yang berkelanjutan. Di sisi lain, pembangunan wahana seperti kolam renang dilakukan sebagai solusi terhadap kendala musim yang kurang mendukung wisata air. Strategi ini memperkuat daya saing destinasi serta menunjukkan kapasitas inovatif dalam menghadirkan alternatif hiburan yang relevan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi humas yang diterapkan dalam meningkatkan citra positif Pantai Pasir Putih Wates Rembang telah berjalan dengan cukup baik dan terstruktur. Pantai ini merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Rembang yang memiliki potensi besar dari segi keindahan alam, lokasi strategis di jalur pantura, serta keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pengelolaan dan promosi. Strategi kehumasan yang diterapkan mengacu pada konsep PENCILS, yang mencakup aspek *Publications, Event, News, Community Involvement, Inform or Image, Lobbying and Negotiation, serta Social Responsibility*. Melalui aspek *Publications*, humas memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk menyebarkan informasi dan promosi visual yang menarik. Pada aspek *Event*, pengelola mendukung penyelenggaraan kegiatan dari komunitas luar maupun internal untuk membangun interaksi langsung dengan publik. Dalam aspek *News*, pengelola aktif menyampaikan informasi seputar kegiatan dan pencapaian destinasi melalui akun lokal yang relevan. Sementara pada aspek *Community Involvement*, terlihat bahwa masyarakat lokal sangat terlibat dalam operasional pantai, mulai dari kebersihan hingga promosi sukarela melalui media sosial. Strategi *Inform or Image* difokuskan pada upaya menjaga kesan positif melalui pelayanan, kebersihan, dan fasilitas yang memadai. Di sisi lain, aspek *Lobbying and Negotiation* dijalankan dengan menjalin kerja sama dan negosiasi dengan pemerintah, lembaga, serta konten kreator sebagai bentuk penguatan kolaboratif. Sedangkan pada aspek *Social Responsibility*, pengelola menunjukkan komitmennya melalui pemberdayaan masyarakat lokal, pelatihan usaha kecil, serta dukungan terhadap kegiatan sosial dan adat di sekitar destinasi.

Meski berbagai strategi telah diterapkan, humas tetap menghadapi sejumlah kendala, seperti persaingan dengan destinasi wisata lain yang lebih inovatif, keterbatasan sumber daya manusia dalam bidang kehumasan dan digital marketing, serta masih minimnya variasi konten promosi yang bersifat kreatif dan naratif. Selain itu, tantangan lingkungan seperti permasalahan sampah dan pencemaran air laut juga menjadi hambatan yang harus segera ditangani. Untuk mengatasi hal tersebut, humas dan pengelola melakukan berbagai upaya, antara lain menjaga dan meningkatkan fasilitas umum, mengoptimalkan SDM melalui pembagian tugas dan pelatihan, menyediakan wadah untuk kritik dan saran wisatawan sebagai bahan evaluasi, serta mengaktifkan kembali wahana dan event guna memperkuat daya tarik pantai. Evaluasi berkala terhadap strategi yang dijalankan juga dilakukan sebagai bagian dari proses perbaikan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrimanto, A. G. (2017). Kinerja Badan Permusyawaratan Desa Dalam Meningkatkan Pembangunan Masyarakat. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 240.
- Aini Annisya. (2023). Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat (Humas) Palang Merah Indonesia (Pmi) Kota Bima Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Donor Darah. *Jurnal Komunikasi Dan Kebudayaan*, 9(1), 01–14. <https://doi.org/10.59050/jkk.v9i1.90>
- Dea, R. G. (2024). Faktor Perubahan Alih Fungsi Lahan Pertanian Akibat Pembangunan Kawasan Aerotropolis Kulon Progo dan Dampaknya Terhadap Tata Guna Lahan LP2B , Pemukiman dan Pariwisata. *Journal of Local Architecture and Civil Engineering*, 2(2), 50–58. <https://doi.org/10.59810/localengineering>

- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Rembang. Kecamatan Kaliori-dinbudpar. Tersedia di: [Kecamatan Kaliori – dinbudpar](#) [Diakses pada tanggal 20 Maret 2025].
- Handayani, R. (2020). Metode Penelitian Sosial. In *Bandung* (Issue September).
- Mauliddiyah, N. L. (2021). Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian. 6.
- Rizky Fadilla, A., & Ayu Wulandari, P. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap PengumpulanData. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(No 3), 34–46.
- Saputra, W. & Nasrullah, R. (2011). Public relations 2.0 Teori Dan Praktik Public Relations Di Era Cyber. Jakarta: Gramata Publishing.
- Sartika, S., & Rachmat, I. (2023). Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perusahaan pada PT. Telkomsel Tbk. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 3(2), 199–215. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v3i2.698>
- Syaoki, M., & Sarita, R. (2023). Strategi Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari Dalam Meningkatkan Minat Pwngunjung Ke Ekowisata Kerujuk Pasca Gempa Bumi 2018. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(2), 136–150. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i2.1419>
- Sugiyono, S. (2018). Metode Penelitian Kualitatif untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif. *Bandung: CV. Alfabeta*.