

STRATEGI HUMAS POKDARWIS KERUJUK LESTARI DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG KE EKOWISATA KERUJUK PASCA GEMPA BUMI 2018

Muhammad Syaoki¹, Rahma Sarita²

¹Universitas Islam Negeri Mataram, Jl. Pendidikan No.35, Kota Mataram

²Universitas Muhammadiyah Mataram, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.1, Kota Mataram

Email Korespondensi: syaoki@uinmataram.ac.id

ABSTRAK

Humas memiliki peran yang penting dalam menjaga citra sebuah lembaga, terlebih dalam situasi krisis. Citra yang baik akan membuat nama lembaga juga semakin baik dan memiliki daya saing. Sebaliknya citra yang buruk akan membuat nama sebuah lembaga juga buruk oleh karena itu keberadaan Humas sangat menentukan maju mundurnya sebuah lembaga. Penelitian ini berusaha untuk mengkaji peran strategis Humas Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Kerujuk Lestari dalam rangka mensosialisasikan Ekowisata Kerujuk pasca gempa bumi Lombok Tahun 2018. Dengan menggunakan metode kualitatif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari menggunakan beberapa strategi dalam mensosialisasikan Ekowisata Kerujuk pasca gempa bumi tahun 2018. Strategi tersebut diantaranya, pertama: melakukan rebranding wisata dari awalnya wisata alam dan permainan tradisional menjadi wisata alam, permainan, dan kuliner dengan dibukanya Pasar Minggu. Kedua, Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari melakukan kerjasama dengan awak media untuk mensosialisasikan kembali Ekowisata Kerujuk. Ketiga, Humas Pokdarwis menerima masukan dari para pengunjung dan stakeholders lainnya sebagai bahan evaluasi dan perbaikan. Adapun kendala yang dihadapi oleh Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari yaitu terbatasnya personel yang membantu kerja-kerja kehumasan.

Kata Kunci: Humas; Pokdarwis Kerujuk Lestari; Strategi

ABSTRACT

Public Relations has an important role in maintaining the image of an institution, especially in crisis situations. A good image will make the name of the institution even better and have competitiveness. On the other hand, a bad image will make an institution's name worse. Therefore, the existence of Public Relations greatly determines the progress of an institution. This research seeks to examine the strategic role of the Public Relations of the Tourism Awareness Group (Pokdarwis) of Kerjuk Lestari in the framework of socializing Kerjuk Ecotourism after the 2018 Lombok earthquake in 2018. These strategies include, first: rebranding tourism from nature tourism and traditional games to nature tourism, games and culinary tourism with the opening of the Sunday Market. Second, the Public Relations of the Pokdarwis Kerjuk Lestari collaborated with the media crew to re-socialize the Kerjuk Ecotourism. Third, Pokdarwis Public Relations receives input from visitors and other stakeholders as material for evaluation and improvement. The obstacles faced by the Pokdarwis Public Relations Kerjuk Lestari are the limited number of personnel who assist public relations work.

Keywords: Public Relation; Pokdarwis Referring to Lestari; Strategy

PENDAHULUAN

Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki potensi pada bidang pariwisata yang sangat baik. Provinsi ini memiliki ragam panorama alam dan budaya yang berpotensi untuk dikembangkan. Sektor pariwisata memiliki peran penting sebagai penunjang utama penghasil devisa setelah industri migas yang tentunya akan meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD). Dengan adanya potensi alam yang dimiliki, hal ini akan mendorong adanya sebuah kegiatan pariwisata yang dapat menciptakan lapangan kerja dan tentunya berdampak pada kesejahteraan masyarakat sekitar. Desa wisata merupakan suatu kawasan wisata yang di dalamnya terdapat banyak atraksi wisata. Syarat sebuah desa wisata yaitu pertama aksesibilitas baik, kedua terdapat obyek menarik, ketiga masyarakat dan aparat menerima dan mendukung, keempat keamanan, kelima tersedia fasilitas desa wisata dan keenam beriklim sejuk.

Lombok Utara merupakan salah satu Kabupaten di Nusa Tenggara Barat yang memiliki destinasi wisata beragam. Kabupaten Lombok Utara memiliki panorama alam yang sangat indah. Mulai dari pantai-pantai yang terbentang luas dengan suguhan pasir putihnya, pulau-pulau kecil yang biasa dikenal dengan sebutan Gili, wisata berbasis pedesaan yang di setiap daerahnya menyuguhkan suasana pedesaan yang asri, dan banyak lagi wisata lainnya. Salah satu destinasi pariwisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan adalah Kampung Ekowisata Kerujuk yang merupakan destinasi wisata yang berada di Lombok Utara dan menyuguhkan wisata berbasis pedesaan. Pariwisata berbasis pedesaan bisa menggerakkan aktifitas ekonomi masyarakat di pedesaan sehingga bisa mengurangi masyarakat yang ke luar daerah untuk mencari pekerjaan. dengan adanya sektor pariwisata yang ada di Lombok Utara dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan mampu memberikan peluang bagi masyarakat setempat untuk ikut berkontribusi di dalamnya.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) NTB kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara pada bulan April hingga Juni tahun 2018 sebanyak 1.314.788 jiwa. Sedangkan dari bulan Agustus hingga Oktober sebanyak 161.761 jiwa ini menunjukkan adanya penurunan akibat gempa yang terjadi di Lombok. Pada tahun 2018 sektor pariwisata NTB mampu menyerap sekitar 123.051 tenaga kerja. NTB telah menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor ekonomi yang penting, sehingga diperlukan perhatian pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata tersebut.

Tercatat pada tahun 2018 angka kunjungan wisatawan 2018 pada Januari sebanyak 48.372 wisatawan (41.867 wisman dan 6.505 wisnus), Februari 49.813 wisatawan (41.838 wisman dan 7.975 wisnus), Maret 63.983 wisatawan (54.349 wisman dan 9.634 wisnus), April 68.291 wisatawan (58.657 wisman dan 9.634 wisnus). Beberapa hal yang menunjang wisata adalah kenyamanan tempat wisata, memiliki tempat wisata yang bagus dengan fasilitas yang memadai tentu akan membuat para wisatawan merasa senang dan tertarik ingin berkunjung ke tempat wisata tersebut.

Ekowisata Kerujuk merupakan Desa wisata yang di dalamnya terdapat macam wisata alam, budaya dan buatan yang dikemas untuk menarik wisatawan berkunjung. Didirikan sejak tahun 2016 oleh masyarakat setempat dengan nuansa masih alami dan lebih disukai oleh pengunjung. Ekowisata Kerujuk mulai dikenal masyarakat sejak awal tahun 2017, banyaknya wisatawan asing maupun lokal yang datang berkunjung menikmati indahnya panorama alam Kerujuk yang hijau dengan dikelilingi bukit-bukit yang menjulang tinggi. Ekowisata Kerujuk memiliki berbagai spot foto alam yang menarik berbagai permainan ala anak kampung juga tersedia didalamnya.

Keindahan alam yang diberikan Maha Kuasa di BumiGora menjadi tempat surganya para pelancong nusantara maupun mancanegara untuk berlibur. Ramainya kunjungan wisata ke daerah yang dulunya merupakan bagian dari daerah terpencil ini membuat pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di Lombok menjadi kian pesat. Saat kemajuan pariwisata pada bulan Agustus hingga November 2018 sempat terjadi gempa bumi yang melanda Lombok. Akibat gempa bumi sejumlah rumah warga dan fasilitas umum mengalami kerusakan, termasuk juga di Kampung Ekowisata Kerujuk yang merupakan salah satu destinasi wisata di Lombok Utara. Gempa bumi tersebut menimbulkan ketakutan para wisatawan sehingga banyak para wisatawan asing yang pulang ke negaranya dan meninggalkan Lombok. Berkurangnya kunjungan wisatawan ke Ekowisata Kerujuk mengakibatkan Ekowisata Kerujuk menjadi rugi dan tidak ada lagi pemasukan.

Pokdarwis Kerujuk Lestari akhirnya mengambil sebuah tindakan yaitu membangun kembali Ekowisata Kerujuk dengan sentuhan yang berbeda, pihak Pokdarwis Kerujuk Lestari tidak ingin berlama-lama berdiam diri dengan terus meratapi kesedihan pascagempa. Karena sektor pariwisata kini menjadi program unggulan pemerintah provinsi NTB selain pertanian, perkebunan dan pertambangan. Langkah strategispun disusun untuk mengembalikan kejayaan pariwisata NTB yang sempat terkoyak oleh gempa dan juga terpaan virus corona. Dibantu dukungan Kementerian Pariwisata (Kemenpar), Pemprov NTB melalui Dinas Pariwisata kemudian berkolaborasi melakukan pembenahan dan pemulihan pascagempa bumi dan juga pandemi covid-19. Salah satunya melakukan promosi lewat sosial media.

Program yang dilakukan oleh Pokdarwis Kerujuk Lestari secara tidak langsung membantu pemulihan Ekowisata Kerujuk, saat ini Ekowisata Kerujuk sudah di buka kembali, pemerintah mengharapkan masyarakat juga ikut andil mempromosikan pariwisata di Lombok khususnya di Lombok Utara. Bahwa Lombok sudah aman, Lombok itu indah dan mengajak semua orang untuk menikmati indahnya pulau kecil ini. Humas adalah fungsi manajemen organisasi pemerintah dalam melaksanakan kegiatan komunikasi, maka pada dasarnya tugas Humas adalah melaksanakan kegiatan komunikasi. Dalam realitas praktik Humas Pemerintah daerah, tujuan Humas antara lain menciptakan pemahaman public, membangun citra korporat, membangun opini publik serta kerja sama.

Humas harus memiliki sosok praktisi Humas yang ideal misalnya jujur, dapat dipercaya, bijaksana, dengan kemampuan analisis yang kuat serta memiliki pemahaman dan pengertian mengenai tujuan organisasi Humas serta memahami khalayak. Humas harus mampu mendengar dan memberikan pertimbangan. Humas mempunyai kekuasaan untuk menyebarluaskan keputusan-keputusan yang telah diambil. Dalam wewenang lokal, petugas bertanggung jawab atas atasan atau sebagai pemimpin kelompok dengan bertindak atas inisiatif pribadi. Selain itu Humas juga harus mampu menghadapi iklim kompetatif yang cukup tajam, bahkan keras untuk merebut paksa pasar yang semakin ketat. Semuanya itu akan dapat mempengaruhi kebijakan, aktivitas dan operasional serta berupaya meningkatkan teknik dan kiat untuk mengadakan kampanye Humas sebagai salah satu sarana untuk mengatasi persaingan yang kian ketat tersebut, termasuk meraih keuntungan, kepercayaan, dan memperoleh citra positif terhadap khalayak.

Berdasarkan paparan diatas penulis tertarik untuk mengangkat judul tentang “ strategi Humas pokdarwis kerujuk lestari dalam meningkatkan minat pengunjung ke ekowisata kerujuk pasca gempa 2018”

Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pasca gempa bumi 2018?
2. Bagaimana tingkat kunjungan wisatawan ke Ekowisata Kerujuk Pasca Gempa Bumi 2018?

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dijadikan objek penelitian ini adalah Ekowisata Kerujuk yang berlokasi di Desa Menggala Dusun Kerujuk Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara. Dusun Kerujuk merupakan kategori Dusun yang terletak di pelosok jauh dari kehidupan perkotaan. Suasana Dusun Kerujuk umumnya lebih diwarnai dengan nuansa kehidupan yaitu kehidupan sederhana dengan lingkungan alam yang bersahabat.

3. Sumber Data

Sumber data terbagi menjadi dua, yaitu:

a. Data primer

Data yang diperoleh dari lapangan baik melalui observasi maupun wawancara dengan pihak informan. Dalam data ini sumber data primer adalah Humas Pokdarwis Kerujuk, Ketua Pokdariw Kerujuk, Sekretaris Pokdarwis Kerujuk, Pengelola Pasar Minggu Ekowisata Kerujuk dan Pengunjung Ekowisata Kerujuk.

b. Data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data tambahan yang diambil tidak secara langsung di lapangan, melainkan dari sumber yang sudah dibuat orang lain. Sumber data sekunder disini peneliti ambil dari hasil dokumentasi yaitu profil Ekowisata Kerujuk.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Metode wawancara/interview

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang ingin lebih mendalam dan jumlah responden sedikit/kecil. Dalam teknik ini peneliti menggunakan metode wawancara terstruktur.

b. Metode observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden namun juga dapat digunakan untuk merekam atau menganalisa berbagai fenomena situasi dan kondisi yang terjadi. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi secara langsung mengamati lokasi Ekowisata Kerujuk Lestari apa saja yang sudah dibangun pasca gempa dan prasarana yang belum diperbaiki.

c. Metode dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data yang diperoleh dari pihak Humas Ekowisata Kerujuk Lombok Utara berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini. Data dalam penelitian ini diperoleh juga dari buku-buku profil pokdarwis kerujuk lestari dan web site pariwisata.

5. Teknik Analisis Data

Dalam proses analisa data, peneliti bertugas untuk menganalisa secara mendalam semua data-data yang telah diperoleh/terkumpul. Dalam menganalisis data, peneliti di tuntut untuk selalu fokus dan teliti dalam menganalisa semua data yang diperoleh sehingga menghasilkan suatu data yang akurat dan jelas sesuai dengan fokus penelitian. Adapun dalam teknik analisis data peneliti menganalisa secara mendalam semua data-data yang telah diperoleh sehingga dapat menemukan deskripsi yang berkenaan tentang strategi Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari dalam meningkatkan minat pengunjung ke Ekowisata Kerujuk pasca gempa 2018.

Teknik ini terdiri dari:

a. Reduksi Data

Merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan.

b. Penyajian Data

Rangkaian kegiatan dalam proses penyelesaian hasil penelitian dengan mempergunakan metode analisis sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Hal ini dilakukan guna mempermudah data-data yang telah dikumpulkan

c. Penarikan Kesimpulan.

sebuah hipotesis yang diajukan itu ditolak atau diterima. Jika dalam proses pengujian terdapat bukti yang cukup untuk mendukung hipotesis, maka hipotesis itu diterima.

A. Paparan Data

1. Profil Ekowisata Kerujuk

Ekowisata Kerujuk berdiri pada tahun 2015 didirikan oleh sekelompok pemuda yang tergabung dalam kelompok sadar wisata (POKDARWIS) Kerjuk Lestari. Pokdarwis berdiri dilatar belakang oleh kekhawatiran para pemuda di Dusun Kerujuk melihat lingkungan sekitar mereka yang semakin rusak. Semakin berkurangnya debit air di sungai, karena pohon-pohon yang ada di Dusun Kerujuk jumlahnya semakin berkurang. Kondisi geografis dusun Kerujuk yang berbukit-bukit dengan vegetasi di hulu yang belum terkelola dengan baik menambah kekhawatiran akan bahaya bencana tanah longsor dan banjir, seperti yang pernah terjadi beberapa kali di tahun yang telah lalu. Terkait permasalahan tersebut, pada 16 November tahun 2015, dilandasi dengan kepedulian dan visi yang sama untuk membangun desanya secara ramah lingkungan atau berkelanjutan, dilaunchinglah dusun Kerujuk menjadi Kampung Ekowisata oleh Bupati Lombok Utara.

Lombok Utara merupakan salah satu daerah tujuan utama pariwisata di pulau Lombok. Terutama karena adanya tiga Gili yakni Gili Air, Gili Meno dan Gili Trawangan dan Senggigi. Kondisi tersebut dibaca sebagai peluang oleh Pokdariwis Kerujuk Lestari. Melihat tantangan dan peluang tersebut maka sekelompok pemuda yang tergabung dalam Pokdarwis itu berinisiatif untuk melestarikan alam sekaligus membuka peluang usaha bagi masyarakat yang ada di Dusun Kerujuk. Oleh karena itu Pokdarwis kerujuk lestari bertekad menjadikan Kampung Kerujuk sebagai Desa wisata. Hal ini juga didukung oleh kondisi geografis Dusun Kerujuk yang cukup bagus. Ekowisata Kerujuk terletak di Dusun

Kerujuk Desa Menggala Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara. Dusun Kerujuk termasuk wilayah pegunungan terbukti dengan banyaknya gunung yang menjadi batas daerah tersebut.

2. Ekowisata Kerujak Pasca Gempa Bumi

Pertumbuhan pariwisata membawa dampak baik positif mata wisatawan. Gempa dahsyat yang menghancurkan pulau Lombok pada bulan Juli-Agustus 2018 menghancurkan sebagian infrastruktur Ekowisata Kerujuksehingga membutuhkan waktu untuk memulihkannya, karena demikian banyak wisatawan yang takut untuk berkunjung ke Ekowisata Kerujuk. Melihat hal itu Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari melakukan beberapa hal untuk membangkitkan kembali Ekowisata Kerujuk serta meningkatkan minat pengunjung diantaranya:

a. Memperbaiki Fasilitas yang Rusak

Sejak Gempa berkekuatan 7,0 SR pada hari Minggu 29 Juli 2018 mengguncang Pulau Lombok, banyak fasilitas Ekowisata Kerujuk yang rusak oleh gempa, mulai dari jalan, bangunan-bangunan, serta berbagai spot foto maupun tempat permainan yang menunjang Ekowisata hancur. Sehingga sejak itu Ekowisata ditutup sampai waktu yang tidak ditentukan. Fasilitas merupakan faktor penunjang yang akan menentukan keberhasilan aktivitas Humas untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Ekowisata Kerujuk. Jika fasilitas yang ada rusak atau kurang memadai maka nama Humas ataupun citra Ekowisata Kerujuk akan rusak di mata pengunjung. setelah gempa sarana dan prasarana di ekowisata kerujuk mhlai perbaiki.

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi yang peneliti dengar dan peneliti lihat bahwa Ekowisata Kerujuk sangat mengedepankan rasa nyaman dan keamanan bagi para pengunjung ekowisata. Sesuai dengan pernyataan Lukmanul Hakim selaku Ketua Pokdarwis Kerujuk Lestari, yakni:

“Gempa 2018 mengakibatkan beberapa fasilitas yang rusak, beberapa homestay yang rusak sehingga kita mulai memacu diri untuk mencoba mengembangkan menjadi kawasan Ekowisata yang ramah terhadap bencana bukan hanya ramah terhadap gempa namun ramah terhadap bencana longsong juga. Mulailah kita tata ulang, misalnya merubah desain-desain yang kulturnya kuat yang notabannya tahan terhadap gempa misalnya terbuat dari kayu dan bambu yang tentu ramah terhadap bencana”

Dari hasil wawancara peneliti dapat menyimpulkan bahwa Ekowisata Kerujuk sangat mengedepankan keamanan dan kenyamanan bagi pengunjung. Karena adanya perbaikan sarana dan prasarana tentu akan membuat pengunjung merasa nyaman dan tidak khawatir jika berkunjung ke Ekowisata Kerujuk.

b. Membangun Komunikasi dengan Dinas Pariwisata

Untuk membangun kembali dan mempromosikan Ekowisata setelah gempa tentu Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari membutuhkan dukungan oleh sebab itu humas membangun komunikasi yang baik dengan Dinas Pariwisata agar mendapat bantuan untuk memperbaiki Ekowisata Kerujuk. Kerjasama dengan Dinas Pariwisata NTB terwujud dalam bentuk pembangunan fisik dan penguatan kapasitas sumber daya manusia. pembangunan fisik berupa rekonstruksi beberapa bangunan utama penunjang pariwisata di desa wisata Kerujuk seperti rekonstruksi kolam pemancingan pembangunan

jembatan, toilet, mushola, serta beberapa spot-spot foto baru yang diharapkan mampu menarik minat pengunjung kembali datang berwisata ke tempat ini.

Sementara itu, pengembangan kapasitas sumber daya manusia dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada para anggota terkait dengan pengelolaan, pengembangan maupun sosialisasi untuk meyakinkan kembali para wisatawan bahwa tempat ini aman untuk dikunjungi. Oleh karena itu Dinas Pariwisata memfasilitasi kegiatan Relaunching Ekowisata Kerujuk yang dibuka langsung oleh Bupati Kabupaten Lombok Utara. Dalam kegiatan tersebut Dinas Pariwisata juga mengundang berbagai media untuk meliput kegiatan relaunching untuk meyakinkan wisatawan bahwa Ekowisata sudah kembali bangkit dari gempa bumi pada tahun 2018.

c. Mengikuti Lomba-Lomba Desa Wisata Tingkat Nasional

Humas Ekowisata Kerujuk Lestari beserta anggotanya mengikuti beberapa lomba-lomba desa wisata. Salah satunya BCA misalnya Desa Wisata Award yang diselenggarakan oleh BCA maupun yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata. Itu menjadi semangat semua anggota Pokdarwis untuk membangkitkan Ekowisata Kerujuk pasca gempa 2018. Ekowisata Kerujuk pernah masuk nominasi penghargaan tahunan untuk destinasi wisata yaitu Anugerah Pesona Indonesia Awards 2020. Dari 18 kategori yang dilombakan Ekowisata Kerujuk mewakili Kabupaten Lombok Utara dan Nusa Tenggara Barat berhasil masuk ke dalam kategori 10 nominasi Ekowisata Terpopuler. Dengan adanya Anugerah Pariwisata tersebut membuat Ekowisata Kerujuk semakin dikenal luas oleh para wisatawan. Hal ini tentu memberikan efek secara tidak langsung bagi Ekowisata Kerujuk. Efek tersebut berupa semakin populernya ekowisata ini ini dan meningkatnya semangat para anggota untuk untuk mengembangkan Desa Ekowisata Kerujuk menjadi lebih baik lagi.

Selain itu, mendapatkan penghargaan dalam level nasional membuat Ekowisata Kerujuk masuk dalam kategori Desa Super Prioritas (DSP). Hal ini tentu saja menjadi kebanggaan mengingat Desa ini bisa menjadi penyangga pariwisata Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika. Hal itu berarti desa wisata kerujuk menjadi pilot project pengembangan pariwisata berbasis desa yang dibiayai langsung oleh kementerian pariwisata Pusat. Tentu itu menjadi kebanggaan tersendiri bagi Pokdarwis Kerujuk Lestari dan menjadi daya tarik untuk mempromosikan Ekowisata Kerujuk kepada Masyarakat luas. Ketua Pokdarwis mengatakan:

“Penghargaan yang kami dapatkan tentu saja membuat kami bangga. Itu artinya kerja-kerja yang kami lakukan selama ini diakui oleh pemerintah, dan itu memacu semangat kami untuk terus berinovasi mengembangkan desa ini.”

d. Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Selain memperbaiki fasilitas yang rusak setelah gempa bumi, pihak Pokdarwis Kerujuk Lestari yang selaku pengelola ekowisata kerujuk juga melakukan pemberdayaan masyarakat lokal. Salah satu kiat pemberdayaannya ialah pembentukan Kelompok Tani, Kelompok Kerajinan, Kelompok Peternakan, Kelompok Nira Jahe, Gula Semut Dan Kelompok Kuliner yang ditambah dengan adanya Pasar Minggu Ekowisata. Dengan adanya kegiatan Pasar Minggu di Ekowisata Kerujuk membuat daerah ini yang dulunya dikenal sebagai tempat wisata alam dan permainan lokal saja beralih menjadi di tempat wisata kuliner. Hal ini membuat para wisatawan merasa semakin lengkap paket wisata yang ditawarkan kan oleh Ekowisata Kerujuk jika sebelumnya banyak wisatawan yang mengeluhkan minimnya kuliner yang tersedia ketika sudah melakukan outbond ataupun

atraksi wisata lainnya para wisatawan memiliki lebih banyak pilihan ketika berkunjung ke wisata kerujuk tidak hanya untuk bermain namun juga untuk berwisata kuliner.

Pengunjung yang datang ke Pasar Minggu bertransaksi dengan pedagang menggunakan uang koin yang sudah di disediakan oleh pengelola. Pengunjung yang datang ketika ingin berbelanja harus terlebih dahulu menukarkan uang mereka dengan koin yang terbuat dari kayu lalu koin tersebut bisa digunakan untuk bertransaksi baik untuk membeli makanan maupun untuk menyewa berbagai fasilitas yang ada saat Pasar Minggu. Jika koin yang telah ditukarkan tidak habis digunakan pada saat berwisata maka koin tersebut dapat ditukarkan kembali dengan uang asli kepada pengelola. Hal ini menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi para wisatawan karena mereka dapat menikmati berbelanja menggunakan koin yang terbuat dari kayu yang membuat mereka merasa kembali ke zaman dahulu kala.

“hal yang membuat saya tertarik datang ke Ekowisata Kerujuk itu karena tempat wisatanya yang masih asri dan kental akan budaya lokalnya, selain itu kita juga bisa menikmati jajanan tradisionalnya kalau datang berkunjung pada hari minggu. Dan berbelanja di pasar minggu itu harus menggunakan koin kayu jadi ini merupakan sesuatu hal yang seru sih menurut saya mba kita kayak kembali ke zaman dulu lagi”

Pada saat kegiatan pasar minggu dibuka pengunjung tidak hanya menikmati berbagai sajian kuliner yang ada, namun pengunjung juga dapat melihat atraksi wisata lain seperti kesenian Rudat yang merupakan salah satu kesenian khas Kabupaten Lombok Utara. Rudat merupakan atraksi wisata berupa tarian Islami yang dimainkan oleh beberapa orang dengan gerakan-gerakan yang menyerupai gerakan silat namun menggunakan pakaian khusus dilengkapi dengan nyanyian-nyanyian Islami. Jika dilihat dari strategi Humas maka rebranding yang dilakukan oleh pengelola menjadikan wisata kerujuk menjadi lebih menarik karena menawarkan lebih banyak pilihan bagi para wisatawan. Rebranding ini merupakan strategi yang jitu karena dapat menarik minat para wisatawan baru maupun orang-orang yang sudah pernah berkunjung sebelumnya. Pasar minggu kerujuk merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh Pokdarwis Kerujuk Lestari untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Di pasar minggu banyak dijual berbagai makanan tradisional khas Kerujuk, tidak hanya itu pengunjung yang datang ke Ekowisata Kerujuk dan ingin menikmati jajanan khas kerujuk terlebih dahulu harus menukarkan uang dengan koin yang terbuat dari kayu. Dari kekhasan yang dibuat itu membuat kunjungan wisata meningkat sehingga ekonomi masyarakat bisa bangkit karena adanya Pasar minggu.

“Setelah di launching pasar minggu Ekowisata Kerujuk itu Alhamdulillah ekonomi masyarakat sangat terbantu mba, karena saat launching ekowisata kerujuk itu kita dibuatkan stand atau biasa disebut tenten kalau disini. Jadi kita bisa berjualan berbagai macam jajanan tradisional Kerujuk dan Pasar minggu bisa menggait pengunjung datang jadi semakin banyak yang berbelanja ke kita mba”.

e. Menambah Spot Foto

Sebelum terjadi gempa banyak sekali spot foto yang menarik di Ekowisata Kerujuk dan semuanya termasuk spot foto yang instagramable namun setelah gempa beberapa spot foto rusak. Oleh karena itu Pokdarwis Kerujuk Lestari beserta semua anggotanya memperbaiki dan memperbarui spot foto yang ada di Ekowisata Kerujuk. Tidak hanya

memperbaiki spot foto yang rusak namun pihak Pokdarwis Kerujuk Lestari juga menambah beberapa spot foto, diantaranya membangun jembatan di tengah sawah, jembatan gantung di atas aliran sungai, ikon wisata dengan bambu yang disebut rumpun bambu, dan tulisan Ekowisata Kerujuk yang berada di pinggir sungai yang terbuat dari susunan batu sungai. Spot foto tersebut sangat instagramable sehingga menarik minat wisatawan berkunjung ke Ekowisata Kerujuk.

“Pasca gempa kami mendapat bantuan rekonstruksi beberapa spot foto dan membuat spot foto baru seperti jembatan warna warni yang melintang di tengah sawah, jembatan gantung, dan ikon baling-baling yang instagramable dengan background gunung Sebiris.”

f. Promosi Lewat Sosial Media

Selain promosi secara langsung Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari juga melakukan sosialisasi dan promosi melalui Media Sosial guna memberikan informasi kepada pengunjung bahwa Ekowisata Kerujuk sudah aman untuk dikunjungi. Media sosial yang digunakan diantaranya facebook, Website, dan Instagram. Penggunaan media sosial dapat mempermudah Humas Pokdarwis dalam menyebarkan atau menyampaikan pesan kepada masyarakat, media sosial juga memiliki sedikit hambatan untuk melakukan komunikasi. Promosi lewat Media Sosial mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke Ekowisata Kerujuk. Menurut hasil observasi peneliti dari ketiga media sosial tersebut media Facebook adalah yang paling banyak digunakan pengunjung untuk mengetahui informasi dari Ekowisata Kerujuk. Jika dikelola dengan baik dan optimal maka Facebook Ekowisata Kerujuk akan semakin banyak diakses oleh Publik. Menurut data yang peneliti dapat bahwa saat ini Facebook Ekowisata Kerujuk memiliki 900 lebih pengikut dari berbagai kalangan.

g. Bekerjasama Dengan Media Dan Wisatawan

Dari hasil wawancara peneliti, peneliti menemukan data bawah pihak Ekowisata Kerujuk menjalin kerjasama dengan beberapa Media baik Media cetak maupun Elektronik. Media Nasional diantaranya koran Kompas, TV One, TVRI, Tempo, Republika, Antara TV, Gatra, Detik.com. Di samping itu banyak juga media lokal seperti Lombok Post, Radar Lombok, Koran NTB.com, RRI mataram, Lombok TV dan TVRI NTB. Hubungan tersebut tidak terikat kontrak apapun, itu murni sebuah kerjasama yang dilakukan guna untuk menyebarkan informasi tentang perkembangan Ekowisata Kerujuk pasca gempa. Peran media sangat berpengaruh bagi keberhasilan Humas. Saat media diibaratkan sebagai manusia karena dapat merespon keinginan orang-orang sebab teori media equation melihat bahwa media juga bisa diajak berbicara, media bisa menjadi lawan bicara individu seperti dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang.

Humas Ekowisata Kerujuk menjalin hubungan baik dengan Wartawan maupun Media Massa, dengan kerjasama ini bisa menentukan keberhasilan publisitas Humas. Pesan yang dikirim oleh Humas ke Media Cetak ataupun Media Elektronik akan diberitakan atau tidak itu semua tergantung dari hubungan baik yang terjalin antara Humas dan pihak Media Massa. Dari hasil amatan peneliti bahwa Media Massa berperan penting dalam mempromosikan Ekowisata Kerujuk.

“Banyak media lokal maupun media nasional yang ikut membantu kami melakukan promosi. Alhamdulillah, berkat banyaknya jaringan dengan media membuat para awak media dengan suka rela melakukan liputan di desa kami.

Kami juga sering diundang talkshow di beberapa media local di mataram seperti RRI Mataram, Lombok TV, dan TVRI NTB”

Tidak hanya dengan Media Mainstream, Ekowisata Kerujuk juga bekerja sama dengan Youtuber yang ada di Lombok dimana hasil video atau vlog mereka akan disebarakan lewat akun Media Sosial mereka sehingga membantu Humas Ekowisata Kerujuk melakukan promosi wisata. Pihak Humas Ekowisata Kerujuk juga bekerjasama dengan wisatawan yang berkunjung di Ekowisata Kerujuk yaitu memberitestimoni mereka tentang Ekowisata Kerujuk yang mereka upload ke Sosial Media dengan memberi hastag Kampung Wisata Kerujuk.

3. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Ekowisata Kerujuk

Menurut data yang peneliti dapatkan di lapangan sejak tahun 2016 mulai dibuka beberapa paket wisata membuat jumlah kunjungan Wisatawan ke Ekowisata Kerujuk meningkat dan tercatat pada tahun 2016 tersebut jumlah kunjungan berkisar antara 2.009 pengunjung baik lokal maupun mancanegara, tahun 2017 kunjungan wisatawan naik sebanyak 2.500 pengunjung kemudian tahun 2018 naik secara signifikan dari bulan Januari sampai Juni sebelum gempa bumi tercatat lebih dari 4.000 pengunjung ke Ekowisata Kerujuk. Jadi jumlah kunjungan Wisatawan dari tahun ke tahun meningkat secara signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya dapat diketahui bahwa strategi yang dilakukan oleh Humas Pokdarwis Lestari Yakni dengan melakukan beberapa strategi sebagai berikut:

1. Melakukan *Rebranding* Wisata

Melakukan *rebranding* Ekowisata Kerujuk dari Wisata Alam dan permainan menjadi Wisata Kuliner dan permainan. Hal itu dilakukan sebagai bentuk rebranding kepada para wisatawan agar Citra Wisata Kerujuk yang rusak pasca gempa dapat kembali menjadi baik. Ini merupakan salah satu tugas utama Humas Sebagai menjaga Citra instansi tempat mereka bernaung. Di samping itu upaya branding ini juga merupakan bagian dari pengelolaan krisis akibat menurunnya jumlah pengunjung pasca gempa 2018. Dengan melakukan rebranding, masyarakat tidak lagi terasosiasi dengan citra disaat Kerujuk yang berada di daerah rawan gempa.

Dengan adanya kegiatan Pasar Minggu Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari dapat membangun citra Ekowisata Kerujuk sebagai destinasi wisata yang lengkap bukan hanya permainan tradisional tetapi juga menyediakan berbagai kue jajanan tradisional. Dengan demikian wisatawan diberikan lebih banyak pilihan ketika berkunjung ke kawasan Ekowisata Kerujuk tentu hal ini menjadikan Citra Desa Kerujuk menjadi semakin baik. Rebranding merupakan strategi Humas untuk mengelola publik eksternal dalam hal ini para wisatawan dan calon wisatawan. Dengan adanya rebranding maka publik eksternal ditarik kembali atensi mereka terhadap Ekowisata Kerujuk. Ini merupakan strategi yang sangat jitu itu untuk membuat orang-orang kembali lagi berwisata ke tempat ini atau kau bagi mereka yang belum pernah sama sekali menjadi semakin yakin dan mantap untuk berkunjung dengan adanya berbagai macam pilihan wisata yang ditawarkan oleh pokdarwis Kerujuk Lestari.

Pembangunan spot-spot foto ataupun atraksi wisata lainnya tidak akan memberikan manfaat lebih bagi pengelola jika spot foto maupun atraksi wisata itu tidak dikenal oleh

masyarakat luas maka langkah yang dilakukan oleh Humas pokdarwis rujuk Lestari sudah sangat tepat jika dilihat dari strategi keHumasan. Rebranding yang dilakukan oleh Ekowisata Kerujuk tidak lantas membuat mereka menanggalkan identitas mereka sebagai destinasi wisata alam. Penggunaan koin sebagai alat transaksi ketika berbelanja maupun menyewa paket wisata membuat identitas ekowisata kerujuk sebagai wisata alam masih tetap melekat. Hal ini penting untuk dilakukan agar wisatawan tidak menganggap destinasi ini sebagai destinasi yang berbeda.

Adapun strategi untuk menguatkan publik internal, Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari melakukan konsolidasi internal dengan mengikuti berbagai macam lomba. Beberapa lomba yang berhasil dimenangkan membuat anggota menjadi lebih Solid dan bersemangat untuk membangkitkan kembali Ekowisata Kerujuk yang telah rusak oleh gempa. Dengan dapatkannya hadiah tersebut membuat kerja mereka merasa diakui dan diapresiasi oleh pemerintah oleh karenanya Hal ini tentu memberikan kebanggaan tersendiri para anggota. Solidaritas anggota merupakan syarat mutlak mengembangkan sebuah organisasi, namun soliditas kadang didapatkan ketika anggota organisasi dihadapkan pada kompetisi dengan pihak eksternal. Namun peran penting Humas sangat menentukan apakah sentimen eksternal dapat dijadikan sebagai pemicu semangat anggota untuk mengembangkan organisasi.

Penggunaan sosial media dan menggunakan komunikasi efektif juga sangat mendukung proses penyebaran informasi karena saat ini dikenal dengan istilah new media masyarakat lebih banyak mencari referensi terkait dengan satu objek wisata melalui media sosial. Ruang itu dapat dibaca oleh Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari dengan secara aktif menyebarkan informasi melalui akun Facebook, Instagram dan website yang mereka miliki. Hanya saja website dan Instagram. Berdasarkan pengamatan peneliti, kanal tersebut tidak digunakan secara maksimal. Hal itu terbukti dengan jumlah postingan dalam kedua aplikasi tersebut tidak sebanyak postingan dan interaksi melalui laman Facebook. Humas sebagai pintu utama arus informasi baik kepada pihak internal maupun eksternal harusnya dapat menggunakan berbagai platform media secara proporsional sehingga publik eksternal dapat menjangkau informasi dari berbagai kanal yang ada. Keterbatasan personil sumber daya manusia membuat arus informasi tidak berjalan dan digunakan secara maksimal oleh karenanya dibutuhkan peningkatan kapasitas sumber daya manusia terutama sekali terkait bagaimana informasi dikelola dan disebarluaskan kepada khalayak. Aspek ini harus menjadi perhatian serius dari para pengurus Pokdarwis kedepannya karena wisata adalah industry yang bergantung pada citra. Di sinilah peran penting seorang Humas untuk menjaga citra dari organisasi yang dipengangnya.

2. Bekerjasama dengan Media

Media merupakan unsur penting dalam kegiatan Kehumasan. Media memiliki peran strategis dalam membangun citra sebuah organisasi maupun destinasi wisata. Oleh karenanya Humas Pokdarwis memahami arti penting dari media tersebut sehingga Humas menjalin komunikasi yang baik dengan media-media yang ada baik di lingkup media nasional maupun media lokal. Beberapa media nasional seperti TV One dan Koran Kompas pernah melakukan peliputan secara eksklusif di kampung Wisata Kerujuk. Begitu juga beberapa media lokal seperti Lombok TV, TVRI NTB, dan RRI Mataram pernah mengundang Humas dan Ketua Pokdarwis untuk talk show di salah satu program siaran yang mereka buat.

Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari haruslah memiliki hubungan dan berkomunikasi yang baik dengan awak media. Humas dan media akan selalu bersinggungan. Apalagi jika ada perkembangan terbaru mengenai perkembangan terbaru seperti penamabahan spot wisata maupun event-event sudah tentu para awak media akan terlibat. Untuk itu Humas memegang peranan dalam mengelola hubungan dengan para media. Humas harus bekerja sama dengan media untuk bisa menyiarkan perkembangan Desa Wisata Kerujuk seluas luasnya. Dengan demikian tentu nama pokdarwis yang akan lebih dikenal banyak orang.

Keterbatasan itu dapat diantisipasi oleh Humas dengan cara menjalin kerjasama dengan berbagai media baik local maupun nasional. Keterbukaan informasi yang disampaikan oleh Humas merupakan salah satu kunci media dapat menyampaikan informasi dengan baik. Selain itu, hubungan dengan media dibangun bukan hanya sebagai relasi professional layaknya penyedia jasa dan pengguna jasa, namun relasi yang dibangun Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari dengan awak media adalah relasi kekeluargaan meski tetap dalam bingkai profesionalisme. Hal itu sangat penting dilakukan mengingat citra sebuah destinasi wisata sedikit banyak dipengaruhi oleh bagaimana media massa menginformasikan kepada para khalayaknya. Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari menjadi bagian penting dalam strategi marketing Ekowisata Kerujuk. Mengingat Pokdarwis merupakan organisasi yang bergerak di bidang jasa wisata. Tentu bagian Humas bisa menjadi motor pegerak dalam meningkatkan jumlah kunjungan. Selain ini juga citra positif Kerujuk di mata wisatawan akan meningkat. Dimana akan ada banyak orang yang mungkin ingin berkunjung karena melihat bahwa desa wisata ini memiliki kegiatan yang jelas.

3. Menerima Masukan Stakeholders

Sebagai daerah wisata tentu banyak pengunjung yang memiliki banyak kesan, namun tidak semua kesan itu adalah kesan yang baik. Sesekali ada juga wisatawan yang menyampaikan keluhan salah satunya misalnya terkait dengan ketersediaan toilet yang bersih, tempat pembuangan sampah. Keluhan-keluhan wisatawan tersebut menjadi bahan evaluasi yang perlu disampaikan oleh Humas kepada pengelola agar dapat ditindaklanjuti sesegera mungkin sehingga wisatawan menjadi semakin nyaman ketika berkunjung ke ekowisata kerujuk.

Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari juga berperan penting dalam memastikan bahwa pengunjung senang dan puas dengan suguhan atraksi wisata yang ada. Oleh karenanya Humas perlu memastikan bahwa masukan dan saran dari pengunjung disampaikan dalam rapat evaluasi yang dilakukan oleh pengelola. Masukan-masukan tersebut harus dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk berbenah, memperbaiki kualitas pelayanan kepada para wisatawan. Hanya saja Humas belum menyediakan kanal khusus bagi para wisatawan yang ingin menyampaikan masukan kepada pengelola. Selama ini kanal yang digunakan hanya melalui media sosial di kolom komentar dan pesan masuk di akun facebook. Padahal bisa saja Humas menyediakan kotak saran di beberapa titik yang sering digunakan oleh para wisatawan seperti kolam pemancingan, bale tani, maupun di tempat pembelian tiket. Saran dan masukan dari pengunjung merupakan feedback yang harus disikapi secara serius. Hal itu bertujuan sebagai upaya perbaikan kualitas dan menjaga hubungan baik dengan publik eksternal. Dengan adanya ruang untuk memberikan saran, publik merasa menjadi bagaian dari upaya perbaikan kualitas layanan yang ada di Ekowisata Kerujuk.

Jika tidak direspon dengan cepat, sering kali keluhan wisatawan diupload di sosial media lalu berubah menjadi citra negatif yang akan bisa membawa dampak buruk bagi

citra sebuah Pokdarwis. Oleh karenanya Humas memiliki peran penting sebagai pihak yang harus mengetahui, isu-isu yang sedang berkembang dan hangat menjadi perbincangan terutama yang berkaitan dengan desa wisata yang dikelolanya. Bisa saja ada berbagai kepentingan yang bisa menggiring opini publik menjadi sebuah sinyal bahwa organisasi tersebut sedang dalam kondisi yang tidak stabil. Tentunya peran Humas Pokdarwis harus secara sigap cepat tanggap dalam menganalisis dan mengevaluasi isu yang berkembang baik melalui kritik langsung atau informasi yang beredar di media.

4. Tingkat Kunjungan Wisatawan

Wisatawan merupakan kunci dari hidupnya suatu tempat wisata, pengelola wisata harus pandai melakukan strategi untuk menggait minat kunjungan wisatawan ke Ekowisata. Humas Pokdarwis telah melakukan beberapa strategi yang dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Ekowisata. Beberapa hal yang dilakukan diantaranya dengan melakukan kerjasama dengan pengunjung, memberi kenyamanan dan kepuasan kepada pengunjung sehingga pengunjung bisa memberi loyalitasnya dan lebih tertarik untuk berkunjung. Dari berbagai strategi yang dilakukan oleh Humas Ekowisata Kerujuk tersebut penulis melihat bahwa beberapa strategi berhasil meningkatkan pengunjung hanya saja kendala muncul ketika daerah daerah tersebut ditimpa oleh bencana alam berupa gempa bumi.

Strategi bekerjasama dengan media memberikan dampak yang cukup signifikan bagi peningkatan jumlah pengunjung di kawasan Ekowisata Kerujuk. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengunjung yang mulai mengenal Ekowisata Kerujuk dari media massa maupun media sosial. Termasuk juga strategi menggunakan media massa ini membuat banyak wisatawan bahkan datang dari luar daerah seperti dari Benda Banyuwangi, dari Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta, dan beberapa daerah lain seperti pulau Sumbawa. Beragamnya asal wisatawan yang datang ke Ekowisata Kerujuk menunjukkan bahwa peran media massa sangat penting untuk melakukan sosialisasi terlebih terkait dengan kawasan wisata. Gambar-gambar yang disuguhkan kemudian video itu turut serta menarik minat para wisatawan sehingga humas memiliki peranan yang penting untuk membangun citra sebuah kawasan seperti ekowisata kerujuk yang dikenal sebagai wisata alam permainan dan kuliner nya.

Berdasarkan tabel tingkat kedatangan tamu ke Ekowisata Kerujuk dapat disimpulkan bahwa tamu terbanyak datang pada tahun 2018, hal ini wajar mengingat dalam periode 2016-2017 Ekowisata Kerujuk sedang dalam tahap pembangunan dan pengembangan kawasan. Adapun hasilnya terlihat jelas ketika Pokdarwis sudah mulai mengelola dengan baik sehingga pada tahun 2018 jumlah pengunjung meningkat drastis. Hal itu juga berarti bahwa strategi yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung melalui media massa, promosi langsung, pembukaan stand dan lain-lain berjalan dengan baik.

Adapun kedatangan wisatawan mancanegara merupakan bentuk kerjasama yang dilakukan oleh humas dengan para tour guide yang ada di beberapa tempat wisata di pulau lombok. Kedatangan mereka juga merupakan media promosi secara tidak langsung kepada rekan-rekan mereka, sebab Humas Ekowisata Kerujuk selalu menyempatkan diri untuk meminta tanggapan dalam bentuk pesan, kesan, dan ajakan untuk mengunjungi Ekowisata Kerujuk oleh para wisatawan mancanegara tersebut. Kesan-kesan yang positif tentu akan menambah minat para wisman lain yang melihat video testimoni tersebut. Dari testimoni tersebut diharapkan dapat menarik para wisman yang lain yang menontonnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari melakukan beberapa strategi dalam rangka mensosialisasikan Ekowisata Kerujuk pasca gempa bumi 2018 yaitu:

- a. Melakukan *rebranding* Ekowisata Kerujuk dari Wisata Alam dan permainan menjadi Wisata alam, permainan, dan kuliner dengan dibukanya Pasar Minggu. Hal itu dilakukan sebagai bentuk *rebranding* kepada para wisatawan agar Citra Wisata Kerujuk yang rusak pasca gempa dapat kembali menjadi baik, menerima masukan dari Stakeholders, bekerjasama dengan Media Nasional aupun lokal untuk mempromosikan Ekowisata Kerujuk adapun ebarapa Media Nasional yang bekerjasama dengan Humas Pokdarwis yakni TV One dan Koran Kompas begitu juga berapa media lokal seperti Lombok TV, TVRI NTB, dan RRI Mataram, serta melakukan promosi lewat media sosial yaitu Facebook, Instagram dan Website.
- b. Strategi meningkatkan kunjungan yang dilakukan oleh humas ekowisata kerujuk berjalan dengan baik dalam tiga tahun pertama berdirinya ekowisata kerujuk. Adapun kendala yang dihadapi yakni ketika terjadi bencana alam berupa gempa bumi yang membuat fasilitas di kawasan tersebut banyak yang rusak sehingga banyak pengunjung yang yang berkurang Hal itu membuat rumah sekolah takhruju melakukan strategi sosialisasi baru diantaranya yaitu melakukan rebranding pariwisata dan bekerjasama dengan media dan dan dan pemerintah Pemerintah Daerah baik di tingkat desa Kabupaten provinsi bahkan sampai di tingkat Kementerian.

Saran

Humas Pokdarwis Kerujuk Lestari hendaknya memperkuat citra Ekowisata Kerujuk dengan memaksimalkan kanal-kanal informasi baik melalui media massa maupun media sosial berupa Facebook, Instagram, maupun website. Upaya penguatan kelembagaan tersebut dilakukan dengan menambah personel di bidang Humas. Selain itu, Humas juga perlu menyiapkan kanal-kanal informasi untuk menerima masukan dan saran dari stakeholders yang berupa kotak saran yang disediakan di spot-spot penting. Dengan demikian Humas tidak hanya menunggu saran dan media sosial semata.

DAFTAR PUSTAKA

- Amni, R. K. (2013). *"Peran Humas Pemerintah Daerah Provinsi NTB Dalam Mengkomunikasikan Pembangunan Kepada Masyarakat, Skripsi, IAIN Mataram Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.*
- Ardianto, E., & Soemirat, S. (2004). *Dasar-dasar public relations. Cetakan Ketiga. Bandung: Remaja Rosdakarya.*
- Dinantyah, A. I. (2020). *Strategi Public Relations dalam mempromosikan Wisata Waduk Tanjungan (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).*
- Grates, G. F. (2008). *Why the Coveted Top spot is Losing its Allure, Communication Word 14, (Cutlip Center Broom :Effective Public Relations.*
- Hamdani, S. B. M. (2011). *Bandung: CV. Pustaka Setia.*
- Hilna, H. (2018). *Strategi Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Terhadap Pengembangan Pariwisata Pantai Marina Di Desa Korong Batu, Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).*
- Kriyantono, R. (2008). *PR Writing: Media public relations membangun citra korporat. Jakarta: Kencana.*
- Nurjaman, K., & Umam, K. (2012). *Komunikasi & public relation. Bandung: CV Pustaka Setia.*
- Ruslan, R. (1997). *Kiat dan strategi kampanye public relations. PT RajaGrafindo Persada.*
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen dan Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.*
- Saputri, M. I. (2018). *Komunikasi Pariwisata Lombok Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Halal.*
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi penelitian untuk bisnis.*
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta.*
- Sutojo, S. (2004). *Membangun citra perusahaan. Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 160.*
- Suyanto, B. (2015). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan. Prenada Media.*
- Wijaya, S. I. (2014). *Public Relations Sebagai Profesi. _Jurnal Komunikasi Dan Sosial Keagamaan Tujuan.*