

**ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT DESA BATU PUTIH
TERHADAP AKTIVITAS KAMPANYE PROGRAM WILDLIFE
CONCERVATION SOCIETY (WCS) DALAM MENGEMBANGKAN
PARIWISATA DI KECAMATAN SEKOTONG LOMBOK BARAT**

***ANALYSIS OF THE PERCEPTION OF THE COMMUNITY OF BATU
PUTIH VILLAGE ON WILDLIFE CONCERVATION SOCIETY (WCS)
PROGRAM CAMPAIGN ACTIVITIES IN DEVELOPING TOURISM IN
SEKOTONG DISTRICT WEST LOMBOK***

**Harun Abdat^{1*}, Dr. Ir. Agus Purbatin, M. Si^{2*},
Shinta Desiyana Fajarica, S. IP., M. Si^{3*}**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mataram
Jl. Majapahit No. 62, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat 83115
Telp/Fax.(0370)633037
Email: harunabdat05@gmail.com

ABSTRAK

Daerah Sekotong yang berada di Kabupaten Lombok Barat memiliki potensi wisata alam yang sangat banyak, di mana daerah ini memiliki objek wisata yang sangat beragam. Salah satunya Desa Batu Putih yang berada di kecamatan Sekotong, Desa Batu Putih merupakan desa yang berada paling ujung di kecamatan Sekotong yang menyimpan banyak keindahan alam dimana Desa Batu Putih ini memiliki keindahan laut pasir putih yang halus serta ketenangan laut yang berada di teluk pao pao dan kores sehingga mendapatkan sensasi berbeda dalam melihat sunrise karena perpaduan antara pantai dengan bukit, selain itu Desa Batu Putih juga terkenal sebagai desa yang memiliki pantai khusus untuk olahraga surfing yang biasa dikenal dengan *dessert point* di mana ombak pantainya sudah terkenal mendunia yaitu pantai bangko- bangko dan pantai ini sering digunakan untuk membuat promosi untuk brand-brand sport surfing dunia.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui persepsi masyarakat desa batu putih kecamatan sekotong, kabupaten Lombok Barat mengenai kampanyeprogram *Wildlife Conservation Society (WCS)* untukmengembangkan pariwisata desa batu putih.

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data dengan angket (kuesioner) dan dokumentasi. Objek dalam penelitian ini adalah program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* yang memberikan Pelatihan manajemen dan kepemanduan pariwisata dimana dalam program ini berfokus pada pembinaan masyarakat pesisir pantai seperti nelayan, penggiat wisata dan juga pedang pesisir pantai. Lokasi yang dituju dalam penelitian ini adalah Desa Batu Putih di Kecamatan Sekotong, Lombok Barat pada 01 Januari hingga 30 Januari 2022 dimana lokasi penelitian ditetapkan secara purposive sampling. Teknik sampling menggunakan rumus slovin.

Persepsi masyarakat terhadap program kampanye yang dilakukan *Wildlife Conservation Society (WCS)* adalah persepsi positif. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden untuk setiap butir pernyataan di kuesioner masyarakat lebih banyak menjawab setuju dan sangat setuju. Sebanyak 46,2% masyarakat merasa setuju dengan program *Wildlife Conservation Society (WCS)* dan merasakan perubahan yang dialami terutama dalam kesadaran masyarakat untuk menjaga ekosistem laut. Setelah mengikuti program-program peningkatan pariwisata yang dilakukan oleh pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)*. Hasil statistik uji T untuk variabel X dan Y dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%, maka didapatkan hasil t hitung sebesar (5,525), kemudian nilai t tabel yang diperoleh sebesar 1.991 atau lebih besar dari nilai t hitung (*perhitungan uji T terlampir*). Berdasarkan hal tersebut maka kesimpulan yang didapat dari Uji T dalam penelitian ini yaitu; $t\text{-tabel} > t\text{-hitung}$ maka H_0 ditolak dan H_a Diterima Bermakna bahwa masyarakat Desa Batu Putih menerima dengan baik dan menjalankan program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* untuk perkembangan pariwisata sekotong khususnya di Desa Batu Putih (persepsi positif).

ABSTRACT

The Sekotong area in West Lombok Regency has a the potential for natural tourism is very much, where this area has a tourist attraction very diverse. One of them is Batu Putih Village which is located in the sub-district of Sekotong, Batu Putih Village is the village at the very end of the island Sekotong sub-district which holds a lot of natural beauty where Batu Village is located This white has the beauty of the sea of fine white sand and the serenity of the sea which is in the bay of Pao Pao and Kores so you get a different sensation in seeing the sunrise because of the combination of the beach with the hill, besides that Batu Putih Village is also famous as a village that has a special beach for surfing sport which is commonly known as a dessert point where the waves The beaches are world-famous, namely Bangko-Bangko Beach and this beach often used to make promotions for world surfing sports brands. The purpose of this study is to determine the perception of the people of Batu Putih village, Sekotong sub-district, West Lombok district regarding the Wildlife Conservation Society (WCS) program campaign to develop Batu Putih village tourism. The type of research used is descriptive method with data collection techniques with questionnaires (questionnaires) and documentation. The object of this research is the Wildlife Conservation Society (WCS) which provides tourism management and guidance training, which in this program focuses on fostering coastal communities such as fishermen, tourism activists and also coastal swordsmen. The intended location in this study is Batu Putih Village in Sekotong District, West Lombok on January 1 to January 30, 2022 where the research location is determined by purposive sampling. The sampling technique used the slovin formula.

Public perception of the campaign program conducted by the Wildlife Conservation Society (WCS) is a positive perception. This can be seen from the respondents' answers to each statement item in the questionnaire, more people answered agree and strongly agree. As many as 46.2% of the community agree with the Wildlife Conservation Society (WCS) program and feel the changes experienced, especially in public awareness to protect marine ecosystems. After participating in tourism improvement programs carried out by the Wildlife Conservation Society (WCS). The statistical results of the T test for variables X and Y using an error rate of 5%, the t-count results are (5.525), then the t-table value is obtained by 1.991 or greater than the value of t count (calculation of the attached T test). Based on this, the conclusions obtained from the T-test in this study are; $t\text{-table} > t\text{-count}$ then H_0 is rejected and H_a is Accepted. It means that the people of Batu Putih Village accept and run the Wildlife Conservation Society (WCS) campaign program for the development of Sekotong tourism, especially in Batu Putih Village (positive perception).

PENDAHULUAN

Peningkatan sektor wisata di daerah-daerah harus bertumpu pada pengelolaan masyarakat. Karena, hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menaikkan nilai ekonomi masyarakat itu sendiri. Lalu masyarakat harus diberdayakan agar mampu memajukan dan mengelola sektor pariwisata yang ada di daerahnya sehingga dapat terjadi keberhasilan membangun tempat pariwisata yang baik serta mampu bersaing di tingkat Nasional maupun Internasional. Hal ini bukan hanya menguntungkan masyarakat sendiri karena mampu membangun tempat wisata, namun hal ini juga menguntungkan pemerintah dalam pemerataan ekonomi masyarakat dan pemasukan dari wisatawan yang berwisata ke tempat wisata yang ada. Maka peran aktif masyarakat sangat dibutuhkan dalam kemajuan pariwisata yang berbasis masyarakat. Pemerintah sebagai pihak yang berwenang juga harus mampu memberdayakan warga daerah yang akan menjadi pondasi dalam menjalankan tempat pariwisata, agar masyarakat paham dan mampu menjadi stakeholder aktif dalam sektor pariwisata yang mereka jalankan. Jadi, pemberdayaan masyarakat yang baik kan menjadi kunci keberhasilan pada sektor ini.

Daerah Sekotong yang berada di Kabupaten Lombok Barat memiliki potensi wisata alam yang sangat banyak, di mana daerah ini memiliki objek wisata yang sangat beragam. Salah satunya Desa Batu Putih yang berada di kecamatan Sekotong, Desa Batu Putih merupakan desa yang berada paling ujung di kecamatan Sekotong yang menyimpan banyak keindahan alam dimana Desa Batu Putih ini memiliki keindahan laut pasir putih yang halus serta ketenangan laut yang berada di teluk pao pao dan kores sehingga mendapatkan sensasi berbeda dalam melihat sunrise karena perpaduan antara pantai dengan bukit, selain itu Desa Batu Putih juga terkenal sebagai desa yang memiliki pantai khusus untuk olahraga surfing yang biasa dikenal dengan *dessert point* di mana ombak pantainya sudah terkenal mendunia yaitu pantai bangko- bangko dan pantai ini sering digunakan untuk membuat promosi untuk brand-brand sport surfing dunia.

Khususnya di daerah Desa Batu Putih sendiri *Wildlife Conservation Society (WCS)* sudah melakukan banyak sekali kampanye-kampanye program yang berfokus terhadap pemanfaatan laut yang lebih baik dimana program tersebut banyak menyentuh elemen-elemen masyarakat seperti nelayan, penggiat wisata serta para pedagang-pedagang yang berada di pesisir pantai, program yang dilakukan bukan hanya sekedar mengedukasi masyarakat, *Wildlife Conservation Society (WCS)* juga turut membantu secara sarana dan prasarana untuk masyarakat, dengan harapan masyarakat Desa Batu Putih dapat memanfaatkan pantai-pantai yang dimiliki sehingga bisa menjadi daerah wisata yang bernilai tinggi dan berdampak merubah masyarakat menjadi lebih menjaga ekosistem laut. tetapi hasil dari program yang dilakukan masih belum maksimal dikarenakan masih kurangnya motivasi masyarakat untuk menjaga laut dengan baik, ini terlihat dari masih banyak sampah yang terus dibuang kelautan, masih kurangnya pemahaman masyarakat mengenai pariwisata, serta masih belum terjaganya terumbu-terumbu karang di pantai Desa Batu Putih Sekotong Lombok Barat.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui persepsi masyarakat desa batu putih kecamatan sekotong, kabupaten Lombok Barat mengenai kampanyeprogram *Wildlife Conservation Society (WCS)* untukmengembangkan pariwisata desa batu putih.

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* yang memberikan pelatihan manajemen dan kependuan pariwisata. Jenis penelitian yang digunakan deskriptif kuantitatif Lokasi yang dituju dalam penelitian ini adalah Desa Batu Putih di Kecamatan Sekotong, Lombok Barat. opulasi dari penelitian ini adalah masyarakat desa batu putih di kecamatan Sekotong, Lombok Barat yang memiliki pekerjaan sebagai nelayan, pelaku wisata dan pedagang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Dalam penelitian ini besar sampel yang ditentukan menggunakan rumus Slovin.teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner) dan dokumentasi.

Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji hipotesis (uji T), dan skala likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Masyarakat Desa Batu Putih Tahun 2022.

No	JenisKelamin	JumlahOrang	Persentase
1	Laki-Laki	63Orang	80,8%
2	Perempuan	15Orang	19,2%
	Jumlah	78Orang	100%

Sumber: Kantor Desa Batu Putih, 2022.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden terbanyak adalah berjenis kelamin Laki-laki, hal ini sesuai dengan yang saya inginkan di mana penelitian yang saya lakukan berfokus pada profesi nelayan, penggiat wisata dan pedagang pesisir yang di mana pekerjaan ini lebih banyak di kerjakan oleh Lakilaki di bandingkan perempuan, hasil yang didapat jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 63 Orang (80,8%) dan responden perempuan sebanyak 15 Orang (19,2%).

Pekerjaan

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Masyarakat Desa Batu Putih Tahun 2022.

No	Pekerjaan	JumlahOrang	Persentase
1	Nelayan	32Orang	40%
2	PenggiatWisata	23Orang	30%
3	PedagangPesisir	23Orang	30%
Jumlah		78 Orang	100%

Sumber: Kantor Desa Batu Putih, 2022.

Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Program Pengembangan Pariwisata yang Dilakukan *Wildlife Conservation Society* (WCS)

Hasil analisis persepsi masyarakat ini akan dideskripsikan berdasarkan tiap variabel dari kuesioner yang menunjukkan penilaian atau jawaban dari responden terhadap variabel dependen dan independen atas pernyataan atau pertanyaan dari data yang telah diisi. Data dari hasil penelitian di kategorikan menggunakan skala sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju yang menggunakan angka 1, 2, 3 dan 4.

Penilaian responden terhadap program pengembangan pariwisata yang dilakukan *Wildlife Conservation Society* (WCS)

Penilaian responden terhadap program kampanye pengembangan pariwisata Desa Batu Putih yang dilakukan pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS). Kesimpulan yang dapat diambil dari pernyataan terkait penilaian adanya kampanye pengembangan pariwisata di Desa Batu Putih yaitu setuju dengan jumlah persentase 71,8 % responden menyatakan penilaiannya.

Penilaian responden terhadap program kampanye pengembangan pariwisata *Wildlife Conservation Society* (WCS) khususnya pelatihan sertifikasi selam. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa pelatihan yang dibuat oleh pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS) dalam program kampanyenya sangat sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat Desa Batu Putih.

Penilaian responden terhadap instruktur yang digunakan dalam program kampanye pengembangan pariwisata Desa Batu Putih oleh pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS). Kesimpulan yang dapat diambil dari pernyataan mengenai instruktur yang digunakan dalam program kampanye *Wildlife Conservation Society* (WCS) menunjuk bahwa instruktur yang digunakan memang profesional dalam dunia pariwisata selam.

Penilaian responden terhadap fasilitas yang digunakan dalam program kampanye pengembangan pariwisata Desa Batu Putih yang dilakukan pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS). Setelah melihat pernyataan diatas bisa diambil kesimpulan bahwa fasilitas yang di gunakan oleh pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS) sudah baik dan menunjang program.

Penilaian responden terhadap bantuan fasilitas alat selam yang di berikan pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS). Dari hasil data diatas bisa diambil kesimpulan bahwa masyarakat setuju dengan adanya bantuan fasilitas yang di berikan pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS) masyarakat bisa lebih mengembangkan skillnya serta mampu menjadi modal awal untuk mengembang potensi Desa Batu Putih.

Penilaian responden terhadap cara sosialisasi program pengembangan pariwisataDesa Batu Putih yang dilakukan *Wildlife Conservation Society* (WCS).

Penilaian responden terkait cara sosialisasi program kampanye *Wildlife Conservation Society* (WCS). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa cara pendekatan yang dilakukan oleh pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS) dengan pendekatan langsung terhadap masyarakat bisa dikatakan berhasil.

Penilaian responden cara komunikasi yang dilakukan pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS). Kesimpulan yang bisa diambil dari data penilaian responden diatas bahwa cara komunikasi yang dilakukan oleh pihak kampanye *Wildlife Conservation Society* (WCS) saat mensosialisasikan programnya sudah sangat baik.

Penilaian responden terhadap bahasa yang digunakan pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS) dalam mensosialisasikan programnya. Kesimpulan yang dapat ambil bahasa yang digunakan oleh pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS) yang menggunakan bahasa daerah Desa Batu Putih dalam mensosialisasikan programnya terbukti membuat mempermudah masyarakat memahami program dari pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS).

Penilaian responden terhadap pesan dari program kampanye pengembangan pariwisataDesa Batu Putih yang dilakukan *Wildlife Conservation Society* (WCS).

Penilaian responden terhadap pesan program kampanye pengembangan pariwisata Desa Batu Putih yang dilakukan pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS). Kesimpulan yang dapat diambil bahwa pesan yang dibuat dalam program kampanye yang dilakukan oleh pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS) terbukti mudah dipahami serta dimengerti oleh masyarakat.

Penilaian responden terhadap pilihan kata yang digunakan dalam pesan program kampanye pengembangan pariwisata Desa Batu Putih yang dilakukan pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pemilihan kata yang digunakan dalam pesan program kampanye yang dilakukan oleh pihak *Wildlife Conservation Society* (WCS) terbukti berhasil menyampaikan pesan dari program *Wildlife Conservation Society* (WCS) ke masyarakat.

Penilaian responden terhadap media yang digunakan dalam program kampanye pengembangan pariwisata Desa Batu Putih yang dilakukan *Wildlife Conservation Society (WCS)*.

Penilaian responden terhadap media yang digunakan pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)* dalam program kampanye pengembangan pariwisata Desa Batu Putih. Kesimpulan yang dapat diambil bahwa media banner yang digunakan pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)* dianggap sudah baik oleh masyarakat Desa Batu Putih.

Penilaian responden daya tarik media yang digunakan pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)*. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa media banner yang digunakan pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)* menambah ketertarikan masyarakat untuk mau mengikuti program pengembangan pariwisata dari *Wildlife Conservation Society (WCS)*.

Penilaian responden terhadap tulisan dan warna yang digunakan dalam media kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)*. Kesimpulan yang dapat diambil bahwa pemilihan tulisan dan warna yang digunakan dalam banner program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* mempermudah masyarakat membaca sehingga mempermudah masyarakat memahami informasi yang disampaikan dalam program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)*.

Penilaian responden terhadap dampak dari program kampanye pengembangan pariwisata Desa Batu Putih yang dilakukan *Wildlife Conservation Society (WCS)*.

Penilaian responden meningkatnya kualitas SDM setelah mengikuti program Dalam program kampanye yang dilakukan pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)* berfokus pada pengembangan pariwisata Desa Batu Putih yang di mana program ini diharapkan dapat meningkatkan pariwisata serta SDM (Sumber Daya Manusia) atau masyarakatnya dalam dunia pariwisata. Kesimpulan yang dapat diambil bahwa program kampanye yang dilakukan oleh pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)* memberikan perubahan dalam peningkatan SDM (Sumber Daya manusia) di Desa Batu Putih khususnya dalam dunia pariwisata.

Penilaian responden terhadap sikap masyarakat lebih menjaga ekosistem laut setelah mengikuti program *Wildlife Conservation Society (WCS)*. Dapat disimpulkan bahwa efek yang ditimbulkan dengan adanya program *Wildlife Conservation Society (WCS)* sangat berpengaruh bagi masyarakat dan dapat menyadarkan masyarakat untuk menjaga keberlangsungan ekosistem laut.

Penilaian responden terhadap perubahan ekonomi setelah mengikuti program *Wildlife Conservation Society (WCS)*. Dapat diambil kesimpulan bahwa program kampanye yang dilakukan *Wildlife Conservation Society (WCS)* sangat berdampak dalam perubahan ekonomi masyarakat.

Penilaian responden terhadap perubahan pola pikir masyarakat dalam mengelola sumber daya laut setelah mengikuti program *Wildlife Conservation Society (WCS)*. Dengan perubahan pola pikir masyarakat dalam mengelola sumber daya laut maka dapat meningkatkan pariwisata di Desa batu Putih karena lebih sadar akan sumber daya laut yang dimiliki yang harus dijaga oleh masyarakat baik kealamiannya dan kebersihannya.

Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana data yang tertampung pada suatu kuesioner akan mengukur apa yang akan diukur. Dalam penelitian ini cara menentukan valid tidaknya suatu instrumen adalah melihat batas nilai minimal korelasi dan batas nilai minimal korelasi pada penelitian ini adalah 0,185. Apabila item yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,185 bisa dikatakan valid, tetapi jika koefisien korelasi kurang dari 0,185 maka dianggap tidak valid. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dan bias diikutkan dalam pengujian berikutnya. Kemudian apabila terdapat pernyataan yang tidak valid, maka akan dikeluarkan dari kuesioner dan dilakukan uji validitas kembali. Adapun hasil pengujian validitas dengan dibantu program SPSS sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Validitas Kuesioner persepsi masyarakat.

No.	Butir Kuesioner	Koefisien Korelasi	Standar Koefisien Korelasi	Keterangan
1	X.1	0,519	0.185	VALID
2	X.2	0,617	0.185	VALID
3	X.3	0,604	0.185	VALID
4	X.4	0,588	0.185	VALID
5	X.5	0,551	0.185	VALID
6	X.6	0,546	0.185	VALID
7	X.7	0,560	0.185	VALID
8	X.8	0,567	0.185	VALID
9	X.9	0,544	0.185	VALID
10	X.10	0,534	0.185	VALID
11	X.11	0,553	0.185	VALID
12	X.12	0,549	0.185	VALID
13	X.13	0,596	0.185	VALID
14	X.14	0,518	0.185	VALID
15	X.15	0,555	0.185	VALID
16	X.16	0,539	0.185	VALID
17	X.17	0,581	0.185	VALID
18	X.18	0,551	0.185	VALID

Sumber: Data Primer Tahun 2022.

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa semua butir pertanyaan yang terdapat pada kuesioner tentang persepsi masyarakat pada penelitian ini mempunyai nilai koefisien korelasi hitung yang lebih besar dari nilai standar korelasi yaitu 0,185. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan adalah valid.

Tabel Hasil Uji Validitas Kuesioner kampanye

No.	ButirK uesioner	Koefisien Korelasi	Standar Koefisien Korelasi	Keterangan
1	Y.1	0,484	0.185	VALID
2	Y.2	0,612	0.185	VALID
3	Y.3	0,445	0.185	VALID
4	Y.4	0,511	0.185	VALID
5	Y.5	0,534	0.185	VALID
6	Y.6	0,489	0.185	VALID
7	Y.7	0,501	0.185	VALID
8	Y.8	0,568	0.185	VALID
9	Y.9	0,605	0.185	VALID
10	Y.10	0,598	0.185	VALID
11	Y.11	0,543	0.185	VALID
12	Y.12	0,536	0.185	VALID
13	Y.13	0,570	0.185	VALID
14	Y.14	0,515	0.185	VALID

Sumber: Data Primer Tahun 2022.

Berdasarkan tabel 4.7. diatas dapat dilihat bahwa semua butir pertanyaan yang terdapat pada kuesioner tentang kampanye pada penelitian ini mempunyai nilai koefisien korelasi hitung yang lebih besar dari nilai standar korelasi yaitu 0,185. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan adalah valid.

Uji T

Hasil statistik uji T untuk variabel X dan Y dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%, maka didapatkan hasil t hitung sebesar (4,689), kemudian nilai t tabel yang diperoleh sebesar 1.991 atau lebih kecil dari nilai t hitung (*perhitungan uji T terlampir*). Berdasarkan hal tersebut maka kesimpulan yang didapat dari Uji T dalam penelitian ini yaitu:

t-Hitung > t-tabel maka H_0 ditolak dan H_a Diterima

Bermakna bahwa masyarakat batu putih menerima dengan baik dan menjalankan program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* untuk perkembangan pariwisata sekotong khususnya di desa batu putih (persepsi positif).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.291	4.397		5.525	.000
	Persepsi (x)	.373	.079	.474	4.689	.000

a. Dependent Variable: Kampanye(y)

Persepsi masyarakat terhadap program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)*

Program pengembangan pariwisata yang dilakukan *Wildlife Conservation Society (WCS)* merupakan program yang ditujukan untuk masyarakat Desa Batu Putih khusus masyarakat yang melakukan pekerjaan dan mencari nafkah di lingkungan laut, program ini dilakukan oleh *Wildlife Conservation Society (WCS)* khususnya Desa Batu Putih sudah sekitar 3 tahun dari tahun 2018-2021, program kampanye ini dilakukan untuk meningkatkan SDM Desa Batu Putih sehingga mampu memanfaatkan potensi laut yang besar di Desa Batu Putih. Jenis pelatihan serta bentuk bantuan-bantuan menjadi sebuah penentu dalam keberhasilan program kampanye yang dilakukan *Wildlife Conservation Society (WCS)*, untuk persepsi masyarakat terhadap program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* dalam mengembangkan pariwisata Desa Batu Putih dapat dikategorikan setuju atau persepsi positif karena 71,8% (56 orang) menyatakan setuju dengan program kampanye yang dilakukan dalam mengembangkan pariwisata Desa Batu Putih.

Dalam program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* salah satu programnya yaitu Sertifikasi selam, responden memiliki persepsi yang baik terhadap program sertifikasi selam ini dapat dilihat dari 56,4 % (44 orang) menyatakan setuju dan merasa bahwa program tersebut cocok untuk Desa Batu Putih. Selain itu ini juga sesuai dengan teori persepsi yang mana persepsi masyarakat akan terpengaruhi oleh minat dan kebutuhan jadi persepsi masyarakat mengenai aktivitas kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* bisa dikatakan positif karena program dari *Wildlife Conservation Society (WCS)* memang sesuai dengan minat masyarakat dan kebutuhan masyarakat Desa Batu Putih.

Analisis persepsi masyarakat terhadap komunikator dalam program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* untuk mengembangkan pariwisata Desa Batu Putih

Menyampaikan pesan tau informasi memiliki peran yang dominan. Komunikator berperan aktif mengkonstruksi pesan sehingga pesan bisa tersampaikan dengan baik ke khalayak yang ingin dituju. Dalam program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* komunikator menggunakan pendekatan secara langsung di mana pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)* turun langsung mensosialisasikan programnya, dengan cara pendekatan seperti ini dapat mengurangi kesalahan dan informasi yang ingin disampaikan bisa tepat ke khalayak yang ingin dituju, selain itu pendekatan secara langsung yang dilakukan oleh pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)* diterima sangat baik oleh masyarakat ini bisa dibuktikan dengan sebanyak 59 % (46 orang) menyatakan sangat setuju dan 25,6% (20 orang) menyatakan setuju. Selain itu dalam melakukan sosialisasi program kampanyenya *Wildlife Conservation Society (WCS)* lebih memilih menggunakan pilihan kata dan bahasa daerah itu sendiri sehingga dalam melakukan interaksi dan menjelaskan programnya bisa mudah di menengerti dan dipahami oleh masyarakat di Desa Batu Putih. Kenyataan dengan menggunakan cara ini sosialisasi yang dilakukan *Wildlife Conservation Society (WCS)* bisa cepat dimengerti oleh masyarakat ini dibuktikan dengan pernyataan responden sebanyak 56,7 % (45 orang) menyatakan setuju serta 19,2 % (15 orang) menyatakan sangat setuju.

Persepsi masyarakat terhadap pesan dalam Program kampanye Wildlife Conservation Society (WCS)

Kampanye pada dasarnya merupakan penyampaian pesan-pesan dari pengirim ke khalayak yang diinginkan. Pesan biasanya terdapat informasi yang ingin disampaikan secara khusus kepada khalayak. Dalam program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* dalam pesannya menggunakan pilihan kata yang sederhana sehingga mudah di mengerti yangdi mana pesan dari kampanye ini yaitu ingin ” mengembangkan pariwisata Desa Batu Putih” pesan ini terlihat simple dan sederhana tetapi makna yang diberikan langsung jelas sehingga masyarakat yang membaca pesan ini bisa mudah untuk memahami isi pesan yang ingin disampaikan ini dibuktikan dengan pernyataan responden sebanyak 42,3% (33 orang) menyatakan setuju serta 34,6% (27 orang) menyatakan sangat setuju.

Persepsi masyarakat terhadap media yang digunakan dalamProgram kampanye Wildlife Conservation Society (WCS)

Secara umum media dikatakan sebagai saluran yang digunakan sebagai perantara atau segala apapun yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada komunikan/khalayak, media juga biasanya berbentuk teknis maupun fisik yang memiliki tujuan yang sama untuk mempermudah komunikator menyampaikan informasi kepada komunikan. Dalam program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* untuk mengembangkan pariwisata Desa Batu Putih menggunakan media banner di mana media ini menjadi pilihan karena merupakan media yang biasa digunakan oleh masyarakat selain itu media banner dipilih karena media ini dianggap cocok untuk masyarakat Desa Batu Putih. Selama pelaksanaan program

ternyata media banner yang menjadi pilihan untuk mempromosikan program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* dalam mengembangkan pariwisata Desa Batu Putih menjadi pilihan yang tepat dan persepsi masyarakat terhadap media yang dipergunakan sangat bagus ini dibuktikan dengan pernyataan responden sebanyak 48,7% (38 orang) menyatakan setuju dan 37,2% (29 orang) menyatakan sangat setuju terhadap media banner yang digunakan sudah sangat baik menyampaikan program kampanye dari *Wildlife Conservation Society (WCS)*.

Media dalam sebuah kampanye juga harus dipikirkan dalam font tulisan maupun warna yang dipergunakan karena media khususnya banner bukan hanya berisi pesan yang ingin disampaikan tetapi juga perlu menarik sehingga dapat mengundang masyarakat untuk membaca, hal ini juga yang di pergunakan oleh pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)* di mana banner yang digunakan dapat menarik minat masyarakat untuk membaca hal ini dapat dibuktikan dengan pernyataan responden sebanyak 46,2% (36 orang) menyatakan setuju dan 39,7% (31 orang) menyatakan sangat setuju bahwa banner yang dipergunakan pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)* mudah terlihat sehingga masyarakat tertarik untuk membacanya. Selain itu media banner ini juga menggunakan penulisan yang jelas dan warna-warna yang dapat menonjolkan pesan yang ingin disampaikan hal ini sesuai dengan hasil jawaban responden yang menyatakan sebanyak 50% (39 orang) menyatakan setuju dan 37,2% (29 orang) menyatakan sangat setuju bahwa tulisan serta warna yang dipergunakan dalam media banner program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* dalam mengembangkan pariwisata Desa Batu Putih sangat jelas dan mudah dibaca oleh masyarakat sehingga pesan dalam banner mudah tersampaikan.

Persepsi masyarakat terhadap dampak setelah adanya Program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* dalam mengembangkan pariwisata Desa Batu Putih

Dalam setiap kegiatan kampanye pasti memiliki tujuan-tujuan yang berbeda di mana ada kampanye mengarah pada kampanye sebuah produk dan dasarnya pada bisnis yang komersial yang bertujuan untuk pemasaran sebuah produk yang biasa disebut dengan *Product-oriented campaigns*. Ada juga kampanye yang berfokus pada kemenangan sebuah calon dalam suatu kegiatan politik pemerintahan yang biasa dikenal dengan *candidate-oriented campaigns*. Dan yang terakhir ada jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi perubahan sosial seperti kampanye lingkungan hidup atau anti hiv aids yang biasa dikenal dengan *ideological or cause campaigns*.

Dalam program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* dalam mengembangkan pariwisata Desa Batu Putih termasuk dalam kampanye *ideological or cause campaigns*. Karena tujuan yang ingin dicapai oleh pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)* ingin mengambang Desa Batu Putih serta merubah sikap masyarakat lebih mencintai lingkungan khususnya lingkungan laut, untuk mencapai tujuan mencintai lingkungan laut itu pihak *Wildlife*

Conservation Society (WCS) membuat sebuah program pelatihan serta bantuanbantuan untuk masyarakat di mana dalam program tersebut memiliki dampak meningkat SDM (Sumber daya Masyarakat) hal ini dibuktikan dengan sebanyak 50 % (39 orang) menyatakan setuju dan 26,9 % (21 Orang) menyakatakan sangat setuju, ini bisa terjadi dikarenakan dalam aktivitas kampanye memiliki program sertifikasi selam yang dimana masyarakat diajarkan kemampuan dalam dunia selam yang terdiri dari cara menggunakan alat selam dengan baik dan benar, cara berkomunikasi dengan tamu baik di darat maupun di bawah laut, bagaimana cara membawa wisatawan saat melakukan penyalaman sehingga merasa nyaman dan diajarkan kemampuan bagaimana cara penyelamatan jika terjadi masalah baik secara alat maupun dari tamu yang dibawa, selain itu setelah mengikuti program sertifikasi selam akan diberikan sertifikat yang di mana dapat digunakan untuk melamar pekerjaan dalam dunia selam maupun digunakan untuk membawa wisatawan-wisatawan secara pribadi. Hal ini bisa dilakukan oleh masyarakat yang telah mengikuti program dikarenakan sertifikat yang diberikan oleh pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)* merupakan sertifikat yang diakui oleh lembaga Internasional selam sehingga perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam dunia pariwisata khususnya selam mengakui dan cepat menerima untuk masuk di perusahaannya. Bagi masyarakat yang belum bekerja di perusahaan selam mereka dibantu mempromosikan Desa Batu Putih sampai mendapatkan wisatawan yang mau berlibur dan dapat menggunakan fasilitas yang diberikan oleh pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)* dengan perjanjian yangdisepakati sehingga masyarakat tersebut dapat memiliki penghasilan dari skill yang didapat dari program kampanye yang dilakukan pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)*.

Dampak lain dari aktivitas kampanye meningkat *Wildlife Conservation Society (WCS)* meningkatnya ekonomi masyarakat. Karena pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)* memiliki keyakinan di mana kita tidak dapat memaksakan masyarakat untuk mencintai lautnya tetapi ajarkan masyarakat untuk mencari keuntungan sehingga dapat meningkatkan ekonominya maka akan tumbuh rasa untuk menjaga lingkungan lautnya salah satunya dengan pengembangan pariwisata kegiatan ini memiliki dampak yang sangat terlihat di mana Sebanyak 51,3% (40 orang) menjawab setuju dan 37,2%(29 orang) menjawab sangat setuju dengan mengikuti kegiatan program kampanye secara perlahan masyarakat Desa Batu Putih mengalami peningkatan ekonomi.

Selain dampak perubahan ekonomi masyarakat yang telah mengikuti program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* juga mengalami perubahan sikap serta pola pikir, pola pikir yang berubah dari masyarakat khususnya dalam cara mengelola sumber daya laut di mana sebelumnya masyarakat hanya mengambil ikan di laut tanpa memikirkan kerusakan yang dilakukannya selama melakukan pengambilan ikan. Sedangkan sekarang masyarakat lebih memperhatikan cara pengambilannya dan menghindari cara-cara pengambilan yangdapat merusak ekosistem laut ini dikarenakan masyarakat sudah terbuka pikirannya bahwa keindahan bawah laut yang dimiliki Desa Batu Putih bisa mereka jadikan ladang mencari penghasilan yang jauh lebih besar. Perubahan pola pikir ini bisa dibuktikan dengan 43,6 % (34 orang) menyatakan setuju dan 42,3% (33 orang)

menyatakan sangat setuju bahwa setelah mengikuti program kampanye pola pikir masyarakat dalam mengelola sumber daya laut lebih baik dari pada sebelumnya.

Efek selanjutnya yang dialami masyarakat Desa Batu Putih setelah mengikuti program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* masyarakat lebih peduli terhadap ekosistem laut serta pesisir, kepedulian masyarakat ini bisa dilihat dari pernyataan responden sebanyak 46,2 % (36 orang) setuju dan 44,9% (35 orang) menyatakan sangat setuju bahwa setelah melakukan program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* kepedulian masyarakat terhadap ekosistem laut sangatlah meningkat.

Dengan semua dampak positif dari aktivitas kampanye dalam mengembangkan pariwisata Desa Batu Putih yang dilakukan *Wildlife Conservation Society (WCS)* masih ada masyarakat yang tidak setuju dengan adanya program yang dilakukan oleh *Wildlife Conservation Society (WCS)* ini di buktikan dengan 21,8 % (17 Orang) menjawab setuju ini bisa terjadi karena masyarakat tertutup dengan adanya perubahan yang ingin dilakukan oleh *Wildlife Conservation Society (WCS)* dan berpersepsi pekerjaan menjadi nelayan sudah cukup selain itu masyarakat juga berfikir negatif terhadap program yang masuk di Desa Batu Putih dikarenakan sebelum *Wildlife Conservation Society (WCS)* melakukan program di Desa Batu Putih banyak LSM yang lain melakukan program di Desa Batu Putih tetapi tidak dilaksanakan dengan baik dan tidak ada mamfaat yang dirasakan oleh masyarakat khususnya masyarakat Desa Batu Putih.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai analisis persepsi masyarakat terhadap program *Wildlife Conservation Society (WCS)*, maka dapat disimpulkan bahwa: Persepsi masyarakat terhadap program kampanye yang dilakukan *Wildlife Conservation Society (WCS)* adalah persepsi positif. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden untuk setiap butir pernyataan di kuesioner masyarakat lebih banyak menjawab setuju dan sangat setuju. Sebanyak 46,2 % masyarakat merasa setuju dengan program *Wildlife Conservation Society (WCS)* dan merasakan perubahan yang dialami terutama dalam kesadaran masyarakat untuk menjaga ekosistem laut. Sebanyak 50,1 % masyarakat mendapatkan manfaat perubahan ekonomi setelah mengikuti program-program peningkatan pariwisata yang dilakukan oleh pihak *Wildlife Conservation Society (WCS)*. Hasil statistik uji T untuk variabel X dan Y dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%, maka didapatkan hasil t hitung sebesar (4,689), kemudian nilai t tabel yang diperoleh sebesar 1.991 atau lebih besar dari nilai t hitung (*perhitungan uji T terlampir*). Berdasarkan hal tersebut maka kesimpulan yang didapat dari Uji T dalam penelitian ini yaitu; $t\text{-Hitung} > t\text{-Tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a Diterima Bermakna bahwa masyarakat Desa Batu Putih menerima dengan baik dan menjalankan program kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* untuk perkembangan pariwisata sekotong khususnya di Desa Batu Putih (persepsi positif). Persepsi yang di analisis oleh peneliti sudah memenuhi teori persepsi yang jawaban yang keluar dari masyarakat Desa Batu Putih hasil dari proses adanya aktivitas

kampanye dari *Wildlife Conservation Society (WCS)* yang mana dalam melakukan pendekatan dengan masyarakat menggunakan pendekatan langsung sehingga dapat mempengaruhi fisiologi masyarakat selain itu program yang diberikan dalam aktivitas kampanye *Wildlife Conservation Society (WCS)* merupakan program yang diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat sehingga banyak masyarakat tertarik dan dalam sebuah persepsi ada namanya di pengaruhi oleh pengalaman dan ingatan jadi persepsi yang keluar dari masyarakat ini merupakan hasil ingatan dari masyarakat dan juga yang memang di rasakan oleh masyarakat khususnya masyarakat Desa Batu Putih.