

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KABUPATEN LOMBOK
TENGAH DALAM MENJAGA EKSISTENSI KAWASAN PANTAI KUTA
MANDALIKA DI MASA PANDEMI COVID-19**

***COMMUNICATION STRATEGY OF THE CENTRAL LOMBOK REGENCY
TOURISM OFFICE IN MAINTAINING THE EXISTENCE OF THE KUTA
MANDALIKA BEACH AREA DURING THE COVID-19 PANDEMIC***

**Lolo Akhlul Nazar¹, Shinta Desiyana Fajarica², Yulanda Trisula Sidarta
Yohanes³**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mataram, NTB, Indonesia

ABSTRAK

Pengembangan pariwisata saat ini menjadi salah satu sektor yang penting dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Salah satu destinasi wisata di Provinsi NTB yang menawarkan ragam daya tarik wisata ialah Pulau Lombok yaitu wisata pantai Kuta Mandalika. Pantai Kuta Mandalika merupakan salah satu destinasi wisata yang memperoleh predikat *Word Best Halal destination*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah dalam menjaga eksistensi kawasan Pantai Kuta Mandalika di Masa Pandemi Covid-19. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dan penentuan informan menggunakan *snowball sampling*. Subjek dalam penelitian ini Kepala Dinas, Kepala Bidang Sumber Daya Manusia, Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah, pelaku usaha pariwisata dan pihak media, objek penelitian yaitu strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah dalam menjaga eksistensi kawasan pantai kuta mandalika di masa pandemi Covid-19. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara semi terstruktur, observasi partisipasi pasif, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data menurut Miles Huberman. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menjaga eksistensi kawasan pantai kuta mandalika di masa pandemi Covid-19 Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah melakukan sosialisasi penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE dengan tahapan-tahapan dalam perencanaan komunikasi yang digunakan ini terdiri dari lima tahapan yakni komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Teknik strategi komunikasi yang digunakan yaitu, *Redudancy*, *Canalizing*, *Informatif*, dan *Persuasif*.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Eksistensi, Pantai Kuta Mandalika, Masa Pandemi Covid-19

ABSTRACT

Tourism development is currently one of the important sectors in improving people's living standards. One of the tourist destinations in NTB Province that offers a variety of tourist attractions is Lombok Island, which is Kuta beach tourism. Kuta Mandalika Beach is one of the tourist destinations that received the title of Word Best Halal destination. This study aims to determine the communication strategy of the Central Lombok Regency Tourism Office in maintaining the existence of the Kuta Mandalika Beach area during the Covid-19 Pandemic. The type of research used is descriptive research with a qualitative approach, and informant determination using snowball sampling. The subjects in this study are the Head of the Office, Head of Human Resources, Head of Promotion and Marketing of the Central Lombok Regency Tourism Office, tourism business actors and the media, the object of research is the communication strategy carried out by the Central Lombok Regency Tourism Office in maintaining the existence of the Kuta Mandalika Beach area during the COVID-19 pandemic. Data collection techniques use semi-structured interview methods, passive participation observation, and documentation. The data analysis technique used is a data analysis technique according to Miles Huberman. The data validity technique used is the triangulation technique. The results of this study show that in maintaining the existence of the Kuta Mandalika beach area during the Covid-19 pandemic, the Central Lombok Regency Tourism Office socialized the implementation of CHSE-based health protocols with stages in the communication planning used consisting of five stages, namely communicators, messages, media, communicants, and effects. The communication strategy techniques used are, Redudancy, Canalizing, Informative, and Persuasive.

Keywords : Communication Strategy, Existence, Kuta Mandalika Beach, Covid-19 Pandemic Period

PENDAHULUAN

Pengembangan pariwisata saat ini menjadi salah satu sektor yang penting dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya negara-negara yang maju dan berkembang melalui sektor pariwisata. Di Indonesia sektor pariwisata menjadi salah satu dari tiga penyumbang devisa terbesar selain minyak dan gas. Salah satu sektor penyumbang devisa Negara terbesar di Indonesia adalah dari sektor pariwisata. Sektor pariwisata saat ini merupakan salah satu sektor penting yang dapat meningkatkan pendapatan daerah. Pembangunan kepariwisataan mempunyai peranan penting dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berusaha, mendorong pemerataan pembangunan

nasional, dan memberikan kontribusi dalam penerimaan devisa negara (Cahaya, 2020).

Salah satu destinasi wisata di Provinsi NTB yang menawarkan ragam daya tarik wisata ialah Pulau Lombok. Pulau Lombok yang terdiri dari lima kabupaten di klaim sebagai salah satu kontributor terbesar dalam perolehan prestasi pariwisata di NTB, dimana salah satunya adalah kabupaten Lombok Tengah yang akan dijadikan lokus dari penelitian oleh peneliti saat ini. Secara umum Kabupaten Lombok Tengah merupakan salah satu daerah yang menarik perhatian bagi wisatawan. Hal ini dikarenakan Kabupaten Lombok Tengah memiliki beragam wisata diantaranya adalah wisata budaya, wisata air terjun, dan wisata pantai.

Destinasi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Lombok Tengah, salah satu yang menjadi sorotan publik dan memiliki jumlah kunjungan wisatawan yang paling tinggi adalah destinasi wisata pantai Kuta Mandalika. Pantai Kuta Mandalika merupakan salah satu destinasi wisata yang memperoleh predikat *Word Best Halal destination*. Selain Pantai Gili Trawangan, Gili Meno, dan Gili Air yang ada di Kabupaten Lombok Utara atau Makam Loang Baloq di Kota Mataram pada ajang *Word Halal Award* tahun 2015 di Abudhabi (Salihin, 2020).

Pantai Kuta Mandalika mempunyai banyak potensi yang dapat dikembangkan oleh pemerintah maupun masyarakat. Salah satunya adalah potensi pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika seperti pembangunan hotel-hotel dan masjid, penataan Pantai Kuta, pembangunan fasilitas pariwisata di area pantai berupa pusat informasi, toilet umum, fasilitas bermain untuk anak, serta perbaikan infrastruktur jalan yang memiliki dampak terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi dan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan (Salihin, 2020).

Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian dengan Bapak Lalu Zulfa Halim, S.E., M.M. sebagai Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah beliau mengatakan bahwa tingkat kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara yang datang ke pantai Kuta Mandalika, Lombok Tengah sangat bervariasi setiap tahunnya, dimana angka kunjungan wisatawan pada tahun 2019 awal mengalami peningkatan yang disebabkan oleh potensi pembangunan

Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika dan mengalami penurunan jumlah wisatawan awal tahun 2020 yang disebabkan oleh pandemi Covid-19. berdasarkan data statistik kunjungan wisatawan mancanegara (wisma) dan wisatawan nusantara (wisnu) yang datang ke pantai Kuta Mandalika, Kabupaten Lombok Tengah dari tahun 2019-2021, pada tahun 2019 mengalami kenaikan signifikan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara 147.563 jiwa disebabkan oleh potensi pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika. Sedangkan pada tahun 2020 jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan dengan jumlah 44.559 jiwa dan pada tahun 2021 juga mengalami penurunan dengan jumlah 41.156 jiwa yang disebabkan oleh Pandemi Covid-19.

Dari penjelasan di atas, maka sangat dibutuhkan strategi-strategi yang baik oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lombok Tengah yang merupakan otoritas dalam pengembangan objek wisata di Kabupaten Lombok Tengah. Dengan melihat fakta bahwa objek wisata Pantai Kuta Mandalika di Kabupaten Lombok Tengah mempunyai potensi yang sangat besar dalam menumbuhkan perekonomian dan pendapatan daerah sehingga untuk menjaga eksistensi kawasan pantai kuta mandalika sangat penting sekali dilakukan pada masa pandemi Covid-19 ini sehingga menarik perhatian dan minat peneliti untuk mencoba mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah dalam Menjaga Eksistensi Kawasan Pantai Kuta Mandalika di Masa Pandemi Covid-19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek dalam penelitian ini Kepala Dinas, Kepala Bidang Sumber Daya Manusia, Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah, pelaku usaha pariwisata dan pihak media. Objek penelitian yang menjadi kajian dalam penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah dalam menjaga eksistensi kawasan Pantai Kuta Mandalika di Masa Pandemi Covid-19. Penentuan informan peneliti menggunakan *snowball sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam

penelitian ini ada tiga, yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti ada empat tahap yaitu pengumpulan data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah. Peneliti dapat memberikan gambaran yang jelas dan mendeskripsikan strategi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah dalam menjaga eksistensi kawasan Pantai Kuta Mandalika di masa pandemi covid-19 terkait dengan sosialisasi protokol kesehatan covid-19 mengenai program CHSE (*Cleanliness* (Kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (Keamanan), *Environment Sustainability* (Kelestarian Lingkungan)) kepada masyarakat atau pelaku usaha yang ada di kawasan Pantai Kuta Mandalika, Lombok Tengah. Strategi tersebut diperoleh peneliti berdasarkan hasil observasi langsung turun ke lokasi dengan menggunakan protokol kesehatan yang lengkap, dan melakukan wawancara langsung dengan informan, serta untuk bentuk dokumentasi yang peneliti lakukan yakni berupa gambar, dokumenasi, serta rekaman. Informan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan beberapa pertimbangan, yakni yang bersangkutan atau berkecimpung langsung dalam melakukan kegiatan sosialisasi dan pemberian informasi, serta bersangkutan adalah orang yang menerima informasi dari kegiatan sosialisasi yang dilakukan.

Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah melakukan kegiatan sosialisasi penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE (*Cleanliness* (Kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (Keamanan), *Environment Sustainability* (Kelestarian Lingkungan)) kepada pelaku usaha dan masyarakat yang ada di destinasi wisata Kuta Mandalika, Lombok Tengah. Dimana dibutuhkannya strategi komunikasi dalam pengimplementasian yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten Lombok tengah. Pada strategi komunikasi pasti memiliki perencanaan komunikasi dan evaluasi yang dimana dalam perencanaan komunikasi ada beberapa tahapan yang

dilakukan. Tahapan-tahapan pada perencanaan komunikasi yang digunakan oleh dinas pariwisata kabupaten lombok tengah terdiri dari lima tahapan atau elemen-elemen komunikasi Harold Lasswell yakni meliputi *Communicator* (komunikator), *Message* (pesan), *Media*, *Receiver* (Komunikasi/Penerima), dan *Effect* (Efek). Kemudian teknik strategi komunikasi yang digunakan oleh dinas pariwisata kabupaten lombok tengah ada 4 teknik yaitu *Redundancy*, *Canalizing*, *Informatif*, dan *Persuasif*. Sebagai sumber data dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah, Kepala Bidang Pengembangan SDM, Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran sebagai Key informan, 4 (Empat) Pelaku usaha yakni JM Hotel Kuta Lombok, Melati Resort dan Hotel, Warung Soto Mandalika, pedagang pakaian dan 2 (dua) media yakni Suara NTB dan Lombok Post sebagai informan pendukung.

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah panduan perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai tujuan. Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah mempunyai upaya dalam menjaga eksistensi kawasan Pantai Kuta Mandalika di masa pandemi covid-19 (Cangara, 2017). Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Dinas, Kepala Bidang Pengembangan SDM, dan Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah bahwa upaya yang dilakukan untuk menjaga eksistensi kawasan pantai kuta mandalika di masa pandemi covid-19 adalah sosialisasi penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environment*) kepada pelaku usaha dan masyarakat yang ada di destinasi wisata Kuta Mandalika.

Teori strategi komunikasi yang peneliti gunakan dalam proses komunikasi antara dinas pariwisata kabupaten Lombok tengah dengan masyarakat atau target sasaran seperti pelaku usaha yaitu menggunakan teori strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Lasswell yakni “*Who Say What In Which Channel To Whom With What Effect*” yang dapat diartikan Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana? untuk mengetahui strategi

tersebut peneliti menggunakan lima tahapan atau elemen-elemen komunikasi yang terdiri dari komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek.

a. Komunikator

Salah satu yang memiliki kredibilitas adalah Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah, yaitu Bapak H. Lendek Jayadi menjadi komunikator dalam melakukan sosialisasi mengenai protokol kesehatan berbasis CHSE. Seorang Kepala Dinas yang memiliki kredibilitas dan kekuasaan tentunya memiliki syarat untuk menjadi komunikator. Selain itu Kepala Bidang Pengembangan SDM juga dipilih menjadi komunikator dan bertanggung jawab dalam pelaksanaan sosialisasi protokol kesehatan berbasis CHSE kepada pelaku usaha pariwisata kemudian Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran yang juga dipilih menjadi komunikator dan bertanggung jawab atas kegiatan vaksinasi kepada pelaku usaha dan masyarakat di kawasan Pantai Kuta Mandalika, karena mereka dipercaya memiliki keahlian tersendiri berdasarkan tupoksinya terutama dalam menjalankan komunikasi dengan masyarakat dan juga mereka dipercaya dapat memberi pengaruh kepada pelaku usaha dan masyarakat. Strategi pemilihan komunikator yang dilakukan sudah memenuhi syarat untuk menjadi seorang komunikator yakni memiliki tingkat kepercayaan orang lain pada dirinya (kredibilitas), memiliki daya tarik dan memiliki kekuatan (*power*).

b. Pesan

Pesan yang disampaikan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah bahwa tujuan dilaksanakannya sosialisasi protokol kesehatan berbasis CHSE yaitu untuk memberikan informasi kepada pelaku usaha dan masyarakat kemudian memberikan jaminan kebersihan, kesehatan, rasa aman dan nyaman dengan menerapkan standarisasi CHSE baik itu kepada pelaku usaha maupun para wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata tersebut.

c. Media

Media yang digunakan dalam memberikan informasi terkait penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE diantaranya media dalam bentuk cetak

seperti spanduk dan stiker. Kemudian bekerjasama dengan media lain seperti Suara NTB dan Lombok Post dalam membantu menyebarkan informasi atau mempublikasikan berita serta media sosial (Instagram, dan Facebook).

d. Komunikasikan

Komunikasikan adalah pihak lain yang diajak berkomunikasi, yang merupakan sasaran dalam kegiatan komunikasi atau orang yang menerima berita atau lambang (Hani & Dkk, 2022). Komunikasikan atau target sasaran dalam kegiatan sosialisasi CHSE ini yakni pelaku usaha seperti pemilik hotel, rumah makan atau restaurant yang terlibat langsung dengan kunjungan wisatawan pada tempat wisata serta masyarakat pada umumnya.

e. Efek

Efek dari kegiatan sosialisasi protokol kesehatan berbasis CHSE tersebut bahwa pegiat pariwisata atau pelaku usaha yang ada di kawasan destinasi pantai kuta mandalika itu sudah melakukan vaksinasi dosis 1, 2, dan 3, fasilitas penunjang pariwisata seperti tempat cuci tangan sudah di terapkan dan sesuai standarisasi penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE (*Cleanliness* (Kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (Keamanan), *Environment Sustainability* (Kelestarian Lingkungan) dengan dibuktikannya pelaku usaha pariwisata sudah mendapatkan sertifikat CHSE sehingga event-event bisa dilaksanakan yang kemudian berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan dan peningkatan pertumbuhan ekonomi.

2. Analisis Teknik Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten Lombok tengah dalam upaya melakukan sosialisasi protokol kesehatan berbasis CHSE kepada pelaku usaha dan masyarakat di kawasan kuta mandalika menggunakan 4 teknik yaitu *Redundancy*, *Canalizing*, *Informatif*, dan *Persuasif*.

a. *Redundancy* (*repetition*)

Teknik *redundancy* atau *repetition* ialah salah satu cara mempengaruhi khalayak dengan mengulang-ulang pesan yang disampaikan kepada khalayak. Teknik ini memungkinkan peluang mendapatkan perhatian dari khalayak

semakin besar. Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah menggunakan teknik ini agar pelaku usaha dan masyarakat bisa memahami informasi yang diberikan. Pada teknik ini dinas pariwisata kabupaten Lombok tengah dalam kegiatan sosialisasi protokol kesehatan berbasis CHSE memberikan informasi secara langsung maupun dengan sarana media yang ada, seperti spanduk, pamflet/stiker kemudian menggunakan media sosial seperti instagram, facebook dan bekerjasama dengan media Lombok Post, suara NTB.

Berdasarkan pernyataan Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran di atas, beliau menambahkan bahwa alasan mereka memilih atau menggunakan media sosial karena mudah diakses oleh masyarakat. Selain media sosial yang digunakan dinas pariwisata juga bekerjasama dengan media lain seperti Suara NTB dan Lombok Post dalam membantu menyebarkan informasi terkait sosialisasi penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE.

b. *Canalizing*

Teknik *Canalizing* adalah dalam hal ini komunikator berusaha memahami dan meneliti terlebih dahulu terkait khalayak seperti kerangka referensi dan bidang pengalaman komunikan, kemudian menyusun pesan yang sesuai dengan hal itu. Ini bertujuan agar pesan dapat diterima terlebih dahulu kemudian dilakukan perubahan-perubahan yang sesuai dengan keinginan komunikator. Pada teknik ini Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah menentukan komunikan atau target sasaran tujuannya agar informasi yang diberikan dapat diterima dengan baik kemudian memahami situasi dan kondisi target sasaran sebelum melakukan kegiatan sosialisasi protokol kesehatan berbasis CHSE di kawasan kuta mandalika.

c. Informatif

Informatif adalah bentuk isi pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan maksud untuk memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya berdasarkan fakta dan data maupun pendapat yang sebenarnya. Teknik informatif ini lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk

pernyataan berupa keterangan, penerangan dan sebagainya. Dalam hal ini menurut hasil penelitian peneliti bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah dalam tahapan strategi komunikasi melakukan perencanaan komunikasi terlebih dahulu untuk merancang informasi yang diberikan kepada pelaku usaha dan masyarakat yang pastinya sesuai dengan fakta situasi dan kondisi saat ini.

d. Persuasif

Teknik persuasif adalah mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah pikirannya dan juga perasaannya sehingga tidak diberi kesempatan untuk berpikir kritis. Berdasarkan hasil penelitian peneliti bahwa dinas pariwisata kabupaten Lombok tengah dalam melakukan sosialisasi selain menyampaikan informasi kepada pelaku usaha pariwisata juga menyediakan protokol kesehatan untuk dibagikan seperti handsanitizer dan juga wajib swab sebelum memasuki ruangan saat dilaksanakan kegiatan tersebut.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten Lombok tengah dalam melakukan sosialisasi protokol kesehatan berbasis CHSE kepada pelaku usaha dan masyarakat dikawasan kuta mandalika cukup efektif dilakukan karena dinas pariwisata kabupaten Lombok tengah sebelumnya melakukan perencanaan terlebih dahulu terkait kondisi pelaku usaha pariwisata dan masyarakat serta memanfaatkan sarana dan media agar informasi yang diberikan ke pelaku usaha dan masyarakat terus menerus diterima, tujuannya agar pelaku usaha dan masyarakat menerapkan protokol kesehatan yang sesuai dengan standarisasi CHSE (*Cleanliness* (Kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (Keamanan), *Environment Sustainability* (Kelestarian Lingkungan)). Dalam kegiatan sosialisasi protokol kesehatan berbasis CHSE ini dinas pariwisata juga melibatkan beberapa pihak seperti, TNI, Polri, Akademisi, Dinas Kesehatan, PT. Antis, dan Media sehingga mempermudah bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah dalam menyampaikan informasi.

3. Evaluasi Strategi Komunikasi

Evaluasi strategi merupakan tahap akhir dari menyusun strategi komunikasi. Evaluasi strategi adalah usaha untuk memonitor hasil dari perumusan dan penerapan (implementasi) strategi termasuk mengukur kinerja organisasi, serta mengambil langkah-langkah perbaikan jika diperlukan. Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah yang pasti memiliki perencanaan kegiatan sosialisasi protokol kesehatan berbasis CHSE yang baik untuk pelaksanaan implementasinya. Dimana terlihat dari kegiatan yang telah disusun dan berkoordinasi dengan TNI, Polri, Dinas Kesehatan, PT. Antis dan Media untuk saling membantu dan bekerjasama dalam menyelesaikan kegiatan sosialisasi protokol kesehatan berbasis CHSE di Kuta Mandalika. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah Bapak H. Lendek Jayadi, S.E., M.M menyatakan bahwa:

Pelaksanaan evaluasi yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten Lombok tengah setelah melakukan kegiatan sosialisasi protokol kesehatan berbasis CHSE dan kemudian kegiatan evaluasi tersebut berlangsung di kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah dengan cara melakukan rapat evaluasi tatap muka tentunya dilengkapi dengan protokol kesehatan yang lengkap. Evaluasi kegiatan ini dilakukan sebagai bentuk laporan akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan dan untuk mengkaji ulang rancangan kegiatan yang telah dilaksanakan sebelumnya untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan yang terjadi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah dalam Menjaga Eksistensi Kawasan Pantai Kuta Mandalika di Masa Pandemi Covid-19. menggunakan 4 teknik yakni Redudancy, Canalizing, Informatif, dan Persuasif. Pada strategi komunikasi pasti memiliki perencanaan komunikasi yang dimana dalam perencanaan komunikasi ada beberapa tahapan yang dilakukan.

Tahapan-tahapan dalam perencanaan komunikasi yang digunakan dinas pariwisata kabupaten lombok tengah ini terdiri dari lima tahapan yakni menentukan

komunikator, menyusun pesan, memilih media, menentukan khalayak atau komunikan, dan efek yang ditimbulkan. Kesimpulan dari penelitian dapat ditulis sebagai berikut:

Dalam menjaga eksistensi kawasan pantai kuta mandalika di masa pandemi covid-19, Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah mempunyai upaya yaitu melakukan sosialisasi penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE dimana yang menjadi komunikaor dalam kegiatan sosialisasi tersebut yakni Kepala Bidang Pengembangan SDM dan Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran karena sesuai dengan topoksi dari bidang masing-masing dan mereka lebih memahami tentang objek wisata sehingga dengan begitu kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah di destinasi wisata akan lebih mudah dan efisien.

Selanjutnya dalam menjaga eksistensi kawasan pantai kuta mandalika di masa pandemi covid-19 memanfaatkan dan menggunakan media sebagai penyebaran informasi terkait kegiatan sosialisasi penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE, media yang digunakan yakni media *online* seperti media sosial, media dalam bentuk cetak seperti banner dan stiker, kemudian menggunakan media Suara NTB dan Lombok Post.

SARAN

Bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah diharapkan lebih giat lagi dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE dengan dilakukan secara terus menerus sehingga informasi yang disampaikan kepada masyarakat dan pelaku usaha dapat dipahami dengan baik. Memanfaatkan media secara optimal sebagai alat bantu dalam memberikan informasi terkait kegiatan yang dilaksanakan agar bisa tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Bagi dinas pariwisata kabupaten Lombok tengah untuk tetap menjaga hubungan baik dengan para media dan pelaku usaha sehingga dapat bersinergi untuk mengembangkan destinasi wisata di kawasan kuta mandalika dan Lombok tengah secara umumnya. Bagi pelaku usaha diharapkan selalu menerapkan protokol kesehatan, agar wisatatawan merasa aman dan nyaman saat berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahaya, A. N. (2020). Analisis Peranan Sektor Pariwisata di Jawa Tengah (Pendekatan Input-Output). *Jurnal Geo Ekonomi*, 11, 202–212.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Hani, S., & Dkk. (2022). *Sistem Komunikasi Indonesia*. CV. Media Sains Indonesia.
- Salihin, A. (2020). Analysis Factors Number of Tourist Visits To Kuta Mandalika Beach Central Lombok Region. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1, 158–174.