

PENCIPTAAN SEKTOR WISATA BAHARI MELALUI MARKETING PUBLIC RELATION (MPR)

by La Ode Sugianto,

Submission date: 03-Apr-2021 03:27PM (UTC+0700)

Submission ID: 1549527119

File name: 423-910-1-PB.pdf (194.92K)

Word count: 2854

Character count: 18974

1
**PENCIPTAAN SEKTOR WISATA BAHARI
MELALUI *MARKETING PUBLIC RELATION (MPR)***

La Ode Sugianto

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo
adissugi@gmail.com

Yusuf Adam Hilman

Program Studi Ilmu Pemerintahan, FISIP, Universitas Muhammadiyah Ponorogo
545471adamongis@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji tentang konsep *MPR* dalam menciptakan sektor Wisata Bahari dengan menggunakan analisis *deskriptif kualitatif*. Hasil penelitian deskriptif dari pelaksanaan *Marketing Public Relations (MPR)* akan sangat efektif dan efisien bila diterapkan pada penciptaan sektor Wisata Bahari yang ada di pulau Batuatas, dapat diukur dari *topicality*, *credibility*, dan *Involvement*. Penerapan konsep *Marketing Public Relations* dapat memberikan hubungan yang berkelanjutan kepada seluruh *stakeholders* baik pemerintah Pusat dan daerah, serta para investor. Tujuannya supaya potensi wisata bahari yang ada di Pulau Batuatas bisa jadi destinasi wisata yang dikenal di tingkat nasional hingga internasional.

Kata kunci: *Marketing Public Relations (MPR)*, Wisata, Bahari

1
Abstract

This research study about the concept of *MPR* In creating tourism sector using descriptive analysis qualitative The results of the study descriptive of the implementation of *Marketing public relations (MPR)* will be very effectively and efficiently when applied to the creation of marine tourism sector that is Batuatas Island, Can be measured from *topicality*, *credibility*, and *Involvement* The application of the concept of *Marketing Public Relations* Can provide sustainable relations to all stakeholders both the central government and the regions, and investors. The goal that tourism potential nautical that is on the island Batuatas could be a tourist destination that known at the national level down to international

Keyword: *Marketing Public Relations (MPR)*, Tourism, Marine

PENDAHULUAN

Ekonomi Indonesia saat ini harus benar-benar dikebangunkan secara progresif mengingat bahwa Indonesia sudah menerapkan Kebijakan kerjasama *Trade Asisa Pasific* dan *ASEAN Economic Community* (Masyarakat Ekonomi Asean) sehingga perlu dituntut untuk segera menyiapkan seluruh skill terutama pemanfaatan sektor pariwisata kemaritiman. Sebagai daerah (Negara) maritim, fokus pembangunan pada sektor kemaritiman wajib untuk di perhitungkan. Mengingat sumber daya alam maritim yang ada merupakan sebuah modal yang berpotensi besar bagi pembangunan perekonomian Daerah (Negara) (Arfandi. 2015).

Konteks pembangunan saat ini dalam bidang kemaritiman salah satunya akan berbicara pada konteks pembangunan di bidang pariwisata sebab kemaritiman menyangkut banyak bidang yang salah satunya adalah pariwisata dan perikanan (Ayub. 2014).

4
Kunjungan wisman ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk bulan Oktober 2019 berjumlah 1.354.396 kunjungan atau mengalami peningkatan sebesar 4,86% dibandingkan periode yang sama bulan Oktober 2018 yang berjumlah 1.291.605 kunjungan. Berdasarkan kebangsaan, jumlah kunjungan wisman bulan Oktober 2019 tercatat jumlah kunjungan wisman tertinggi, yaitu: Malaysia sejumlah 241.056 kunjungan, Tiongkok sejumlah 160.446 kunjungan, Singapura sejumlah 145.246 kunjungan, Australia sejumlah 131.861 kunjungan, dan Timor Leste sejumlah 91.761 kunjungan (diakses dari: <https://www.kemenpar.go.id> pada 31 Januari 2020)

Sektor maritim merupakan sektor untuk mampu memberikan efek yang sangat besar bagi perekonomian Indonesia dan sekaligus sektor penyelamat dalam mendorong kemandirian ekonomi Indonesai secara *sustainable* (Kamaluddin, 2001).

Kondisi ironis ketika Indonesia dengan mayoritas wilayahnya berupa perairan atau maritime terbentuk diantara gugusan pulau namun hanya menyumbang 4 % dari total Produk Domestik Bruto (PDB) (Zaenal.2001).

Sektor pariwisata mampu menyumbang peningkatan pertumbuhan dan pendapatan daerah Kabupaten Buton Selatan. Sektor perikanan dan pariwisata merupakan sektor yang unik dan mempunyai ciri khas yang tersendiri dalam sektor perekonomian. Sektor ini sangat banyak menampung luapan tenaga kerja, tetapi secara umum kontribusi sektor perikanan dan pariwisata dalam menyusun Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) belum memberikan peningkatan secara signifikan karena belum terjamah dan dikelola dengan efektif dan efisien.

Maritim merupakan pengembangan wilayah yang berkaitan erat dengan wilayah pesisir (Coastal), Pulau – pulau kecil (Small Island) serta hamparan laut (Ocean), sehingga pengembangan pariwisata di bidang maritime memiliki makna yang lebih luas di bandingkan dengan istilah laut atau bahari (Subandono. 2013).

Kajian ini dilakukan di daerah Batuatas sebuah kecamatan yang berada di Kabupaten Buton Selatan, tepatnya berada di Provinsi Sulawesi Tenggara, secara geografis daerah ini dipisahkan oleh Laut Banda dan Pulau Buton, sehingga bisa dibayangkan wilayah tersebut merupakan wilayah gugusan pulau atau wilayah yang masuk dalam kategori maritime.

Luas wilayah Kecamatan Batuatas yaitu $\pm 7,18$ atau 0,29 %. Total wilayah Kecamatan Batuatas yang terdiri dari 7 Desa diantaranya yaitu Desa Batuatas Timur, Desa Batuatas Liwu, Desa Batuatas Barat, Desa Wambongi, Desa Wacuala, Desa Taduaa, dan Desa Tolando Jaya.

Kecamatan Batuatas Kabupaten Buton Selatan Propinsi Sulawesi Tenggara. Secara geografis Batas - batas Wilayah Kerja Puskesmas Batuatas yaitu disebelah timur berbatasan dengan SMP Negeri 1 Batuatas, sebelah Utara berbatasan dengan Laut Flores, sebelah Barat berbatasan dengan Desa Batuatas Timur, sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Tolandojaya dan wilayah Kecamatan Batuatas merupakan wilayah kepulauan yang terletak di perairan Laut Flores. Batas-batas wilayah Kecamatan Batuatas yaitu :

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Laut Flores.
- b. Sebelah barat berbatasan dengan Laut Flores.
- c. Sebelah selatan berbatasan dengan Laut Flores.
- d. Sebelah timur berbatasan dengan Laut Banda.

Pulau Batu Atas memiliki keindahan laut yang indah dengan laut birunya. Pulau ini bisa dikatakan memiliki potensi yang sangat besar untuk dijadikan sebagai tempat wisata dan sekaligus pembedayaan potensi perikananannya. Pada tahun 2005 sampai sekarang banyak hasil tangkapan ikan yang diperoleh dengan menggunakan alat-alat tradisional sehingga masih sangat sederhana dalam memanfaatkan kekayaan alam maritim yang ada di pulau Batuatas.

Dengan demikian, agar potensi maritim yang ada di Pulau Batuatas dapat menciptakan lapangan pekerjaan sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat maka dibutuhkan seluruh *stakeholders* terutama Pemerintah dan Investor agar dalam pemanfaatan kekayaan alam di Indonesia bisa berdampak positif terutama pendapatan masyarakat di Batuatas.

Potensi yang di miliki oleh Kecamatan Batuatas perlu dikelola secara baik, selain itu perlu adanya sebuah metode pemasaran dan promosi yang tepat, sehingga potensi yang

dimiliki dapat di kembangkan. Aktivitas ekonomi bisnis dan ekonomi manusia dalam beberapa abad telah banyak memunculkan, konsep pemasaran yang biasa disebut dengan istilah strategi pemasaran (*Marketing Strategy*) (Arno. 2006).

Pemasaran saat ini tidak lagi dipandang sebagai hal yang sempit akan tetapi sudah dipandang sebagai hal yang sangat luas dan kompleks yang meliputi aspek persuasif, informatif, edukatif, dan inovatif baik segi pemasaran atas suatu produk dan jasa, yang diluncurkan maupun yang berkaitan dengan perluasan “pengaruh” (*make as influence*) dari suatu kekuasaan (*power*) lembaga atau terkait dengan citra dan identitas perusahaan (*corporate Image and Identity*) (Zaenal. 2006).

Bukan hanya itu, aspek lain seperti “*Pass Strategy*” sebagai upaya untuk menciptakan dan mengembangkan citra publik yang ditimbulkan melalui berbagai kegiatan (*Break-through the gatekeepers*), dan partisipasi dalam kegiatan masyarakat (*community relations*) atau tanggungjawab sosial (*corporate social responsibility*) serta kepedulian terhadap masalah-masalah yang berkaitan dengan kondisi sosial dan lingkungan hidup. Dengan demikian, secara sederhana *Marketing Public Relations (MPR)* dapat dirumuskan sebagai serangkaian usaha dan kegiatan komunikasi terencana dengan menerapkan keterampilan *public relations* secara *sustainable* untuk menciptakan saling pengertian antara suatu organisasi/perusahaan dengan target pasar dan lingkungannya, sehingga tercapai *positioning* sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Raharjo, 2013).

Pulau Batuatas bisa maju dan berkembang dengan cepat bila pemerintah akan mengangkat dan mempromosikan hasil laut berupa kekayaan perikanan yang ada di sana baik lingkup lokal, regional, domestik maupun mancanegara. Selain itu, dengan adanya penerapan konsep *Marketing Public Relations (MPR)* maka bisa memberikan informasi bagi seluruh *stakeholders* untuk bisa menciptakan lapangan kerja sekaligus mengelola hasil kekayaan perikanan dan pariwisata yang ada di Batuatas dengan baik.

Konsep tersebut menarik untuk dikaji dan dikembangkan serta diimplementasikan karena Pulau Batuatas merupakan pulau satu-satunya yang sangat potensial untuk mengelola hasil perikananannya secara *sustainable*. Maka “*Penciptaan Sektor Wisata Bahari melalui Marketing Public Relation (MPR) di Pulau Batuatas Kab. Buton Selatan*” perlu dikaji lebih dalam apakah bisa memberikan sumbangsih pemikiran ke arah yang lebih baik atau tidak?

2 METODE

Metodologi penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2011). Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yang dimaksud dengan deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan mendeskripsikan data melalui bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Sugiyono. 2013)

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Batuatas Kabupaten Buton Selatan Propinsi Sulawesi Tenggara, dengan melakukan analisis wilayah yang bercorak bahari, sehingga cocok dengan kajian ini.

Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif naratif, dikarenakan ada beberapa pertimbangan di antaranya adalah: penelitian ini bersifat menggambarkan, menguraikan suatu hal dengan apa adanya, maksudnya adalah data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata atau penalaran, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan kualitatif. Penyajian data dilakukan secara langsung hakikat hubungan peneliti dengan informan; lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan kenyataan (Moleng, 2008). Teknik pengumpulan data berupa: dokumentasi dan menggunakan analisis kritis, untuk melihat serta mendeskripsikan konsep "*Marketing Public Relation (MPR)*".

Penelitian kualitatif sering juga dinamakan pendekatan yang humanistik karena didalam pendekatan ini cara pandang, cara hidup, selera ataupun ungkapan emosional keyakinan dari masyarakat yang diteliti berkenaan dengan masalah yang diteliti, juga termasuk data yang harus dikumpulkan. (Hilman, 2018)

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pulau Batuatas merupakan salah satu pulau yang sangat eksotik di daerah Kabupaten Buton Selatan Sulawesi Tenggara. Pulau ini memiliki kekayaan maritim baik hasil laut maupun keindahan pantainya. Ada beberapa dokumentasi keindahan Pulau Batuatas:

Gambar 1. Pantai Ujung



Gambar 1 dan 2 merupakan pantai yang sangat indah yang belum terjamah oleh tangan-tangan manusia. Pasir putihnya melintang begitu luas sepanjang pantai sekitar 2 Km (Pantai Ujung) dan 300 meter (Pantai Waboeko). Lautnya sangat bersih dan teduh sehingga bisa memanjakan bagi pengunjungnya dengan penuh keindahan. Apalagi dinding batu yang menjulang tinggi di Pantai

Waboeko memberikan makna keindahan yang sangat menarik untuk dijadikan tempat wisata.



Keadaan Sektor Maritim Bidang Pariwisata dan Perikanan

Berdasarkan data hasil pengamatan dapat dikemukakan bahwa manajemen sumber daya maritim dibidang perikanan dan pariwisata masih sangat sulit berkembang karena sumber-sumber investasi dan kerjasama dari beberapa pihak belum memberikan efek yang begitu besar dalam dunia kepariwisataan dan perikanan di Indonesia.

Salah satu penyebab keteringgalan pembangunan pariwisata, khususnya pariwisata bahari yaitu indikator pembangunan di *mindsetkan* hanya dalam pembangunan bagian darat saja sehingga sektor pariwisata bahari belum diberikan perhatian secara khusus. Padahal kita ketahui bersama bahwa kekayaan di Indonesia lebih besar dari hasil lautnya daripada daratan. Dengan jelas bahwa pemerintah harus benar-benar memberikan dukungan yang lebih seperti pembangunan infrastruktur, kualitas SDM, sosialisasi dan promosi agar penciptaan usaha sektor maritim dan bahari lebih terlihat dan bisa memberikan kontribusi yang positif demi negara dan kesejahteraan masyarakat.

Dalam cakupan seluruh stakeholders, negara tidak harus mengharapkan hasil industri sektor migas dan hasil pertanian serta perkebunan saja. Akan tetapi, negara harus mampu menciptakan dan mengembangkan konsep wisata bahari dengan baik agar dapat mendatangkan devisa bagi negara juga sebagai wahana pemerataan dan penciptaan lapangan kerja.

Hasil temuan peneliti tentang wisata bahari di pulau Batuatas masih membutuhkan dukungan dari *stakeholders* karena penciptaan usaha pariwisata bahari dan pengelolaan perikanan belum terlihat baik dan efektif. Padahal sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pengembangan Kepariwisata 2010-2025 harus benar-benar aplikasikan dengan baik agar terciptanya suatu pemerataan lapangan kerja dan kesejahteraan masyarakat terutama masyarakat Pulau Batuatas.

Berdasarkan pemahaman dan kondisi usaha di sektor pariwisata di pulau Batuatas, maka dibutuhkan perencanaan dan strategi pemasaran yang dipadukan dengan praktik manajemen yang matang agar berbagai

potensi yang ada bisa bersinergitvitas dengan baik serta memperoleh dukungan *goodwill* dari seluruh *stakeholders* seperti; pemerintah pusat, daerah, para investor asing dan lokal, serta yang paling utama bisa dikenal seluruh domestik maupun mancanegara.

Implementasi Konsep *Marketing Public Relations (MPR)* dalam penciptaan Usaha Pariwisata di Pulau Batutas. *Marketing Public Relations* merupakan perpaduan (sinergi) antara pelaksanaan program dan strategi pemasaran dengan aktivitas program yang dilakukan oleh lembaga organisasi/perusahaan dalam menyebarluaskan pemasaran demi mencapai kepuasan konsumen/pelanggannya.

Menurut Kertapuro Arno (2001), terdapat tiga pendekatan dalam menerapkan konsep *Marketing Public Relations* yaitu:

1. *Topicality*, yaitu mengaitkan produk barang/jasa dengan keadaan aktual.
2. *Credibility*, yaitu meningkatkan kredibilitas produk atau hasil wisata Bahari dalam berbagai aspek seperti; *skill*, kepercayaan, pengakuan, dan dukungan atas referensi dari pihak lain serta daya tarik wisata bahari agar bisa terbentuk positioning dengan baik dari seluruh *stakeholders*.
3. *Involvement*, yaitu menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang mungkin terjadinya interaksi publik sesuai dengan sasaran baik pemerintah maupun swasta (investor).

Dengan demikian, berdasarkan data di lapangan yang dilakukan oleh peneliti maka konsep *Marketing Public Relations* baik *topicality*, *credibility* dan *involvement* ini sangat tepat dalam mempromosikan keindahan wisata Bahari maupun hasil perikanan yang ada di Pulau Batutas. Selama ini, kekayaan di pulau Batutas belum terekspos atau terpublikasi secara *comprehensive* sehingga perlu dilakukan penerapan strategi progressif demi tercapai kesejahteraan masyarakat dan bisa mentangkan devisa bagi negara.

Selain itu, ada beberap faktor yang harus diperhatikan dalam penciptaan dan pemberdayaan usaha sektor pariwisata bahari dalam menerapkan konsep MPR yaitu potensi wisata baik SDA maupun SDM, Kebijakan Pemerintah, karagaman kekayaan seni budaya suatu daerah, etika, keadaan geografis, mindset masyarakat, aksesibilitas, TI, kompestisi, Political will, penguasaan bahasa dan teknologi, norma dan nilai masyarakat, dan sarana dan prasarana.

Berdasarkan data di lapangan, pulau Batutas memiliki indikator di atas sehingga konsep MPR bisa diterapkan secara efektif dan efisien. Tujuannya adalah untuk mempublikasikan potensi wisata bahari yang ada di pulau Batutas kepada seluruh *stakeholders* agar nantinya bisa diberdayakan secara *sustanaible* dan efeknya akan mendatangkan keuntungan bagi masyarakat setempat sekaligus mengangkat perekonomian daerah maupun Nasional dengan baik.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada uraian sebelumnya mengenai penciptaan dan pengembangan wisata bahari melalui konsep *Marketing Public Relations*

(MPR) maka dapat disimpulkan bahwa kondisi sektor wisata bahari yang ada di Pulau Batutas masih mengalami kendala seperti masih kurangnya infrastruktur sarana dan prasarana, konsep stratetegi yang produktif dan SDM. Ini mengakibatkan kurang berkembangnya potensi wisata bahari yang ada di sana. Walaupun wisata bahari yang di Pulau Batutas memiliki keunikan yang sangat indah dan mempesona.

Konsep *Marekting Public Relations (MPR)* akan sangat efektif dan efisien bila diterapkan pada sektor Wisata Bahari yang ada di pulau Batutas baik dilihat dari *topicality*, *credibility*, dan *Involvement*.

Penerapan konsep *Marketing Public Relations* dapat memberikan hubungan yang *sustanaible* kepada sleuruh *stakeholders* baik pemerintah Pusat dan daerah, serta para investor. Tujuannya adalah kekayaan sektor bahari yang ada di Pulau Batutas bisa dikenal dan terpublikasi di kanca domestik maupun mancanegara.

1 Berdasarkan data yang sudah dikumpulkan dan disusun serta diproses pada penelitian dengan judul Dampak kenaikan tarif dasar air terhadap Liquiditas Perusahaan Daerah Air Minum Kota Madiun dengan metodologi dan proses analisa rasio dari laporan keuangan maka hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa setelah ditetapkan dan diterapkannya peraturan baru mengenai kenaikan tarif dasar air pada PDAM kota menunjukkan angka yang sangat sehat yaitu dengan ditunjukkan hasil pada rata-rata setiap perhitungan rasio liquiditasnya yang jauh diatas rata-rata industri pada umumnya (*time series*>200%) dengan kenaikan tarif harga air bersih mempunyai pengaruh positif terhadap likuiditas sehingga Badan Usaha tersebut mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Saran

Dalam penelitian ini diperlukan perhatian dan pengikutsertaan komponen masyarakat di dalam proses pengembangan pariwisata maritim tersebut, baik dalam bentuk perhatian usaha kepariwisataan yang di kelola oleh masyarakat maupun perhatian atas keterampilan masyarakat yang masih belum memadai bagi pengembangan kepariwisataan maritim tersebut. Penelitian ini juga masih ada kekurangan baik dalam kajian secara empiris yang lebih mendalam maupun pembahasannya, untuk itu peneliti merekomendasikan kepada penelitian selanjutnya agar bisa menambahkan variabel yang terbaru dan kajiannya lebih luas agar bisa berefek kepada seluruh *stakeholders*. Penulis berharap agar artikel ini bisa ditetapkan salah satu peserta dalam kajian wisata bahari. Selain itu, peneliti juga bisa berharap agar tulisan ini bisa dipublih sehingga nantinya potensi yang ada di Pulau Batutas bisa diketahui oleh seluruh *stakeholders* agar pengelolaan wisata bahari di Pulau Batutas dapat dikelola dengan baik dan bijaksana.

1 AFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Raharjo, 2013 "*Pembangunan Ekonomi Maritim*" Jogjakarta: Graha Ilmu.
- Arfandi, 2015. Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berbasis Kemaritiman (Studi pada Kabupaten Kepulauan Anambas) FISIP, Universitas Maritim Raja Ali Haji. *Jurnal Itenal Kampus*. Tanjung Pinang.
- Baiquni, 2014, "Pusat-Pusat Pertumbuhan Ekonomi Berbasis Maritim" http://maritim.wg.ugm.ac.id/?attachment_id=171 , Akses: 11 Mei 2015.
- Natuna, Daeng Ayub, Dkk (Eds), 2009, "*Pendidikan dan Pembangunan Berbasis Maritim*", Pekanbaru: UR Press.
- Kamaluddin, La Ode, 2006. "*Peluang Usaha Maritim*". Makalah Bandung.
- Kertaputra, Arno. 2006. "Pemberdayaan Humas Perguruan Tinggi Melalui *Marketing Public Relations*". Makalah Jakarta.
- Lexi Moleong, "*Metode Penelitian Kualitatif*". (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006).
- Lexi Moleong, "*Metode Penelitian Kualitatif*". (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008).
- Loriaux, Robert Iwan, 2009 "*Potensi dan pengembangan Wisata Bahari Provinsi Kepulauan Riau*" Dalam Natuna, Daeng Ayub, Dkk (Eds) "*Pendidikan dan Pembangunan berbasis Maritim*", Pekanbaru: UR Press.
- Subandono, 2013 "Pengelolaan Pulau-Pulau Kecil Terluar dalam Perpektif Menjaga Kedaulatan dan Kesejahteraan Masyarakat" http://maritim.wg.ugm.ac.id/?attachment_id=174, Akses: 11 Mei 2015.
- Sugiyono. 2011 "*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif & RD*" Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013 "*Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*" Bandung: Alfabeta.
- Yoeti, Oka A, 2008. "*Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi dan Aplikasi*" Jakarta: Kompas.
- Zaenal, 2006. *Menyambut Era Globalisasi melalui Pengembangan Pariwisata*. *Jurnal Kinerja*. Bandung.
- Yusuf Adam Hilman. (2018). Analisis Peta Politik Kandidat Calon Gubernur Dan Arah Koalisi Pada Kontestasi Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018. *Wacana Politik*, 3(1), 29–39. <http://doi.org/https://doi.org/10.24198/jwp.v3i1.15472>
- 1
Yoeti, Oka A, 2008, "Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi dan Aplikasi" Jakarta: Kompas
Diakses dari <https://www.kemenpar.go.id> pada 31 Jnuari 2020

PENCIPTAAN SEKTOR WISATA BAHARI MELALUI MARKETING PUBLIC RELATION (MPR)

ORIGINALITY REPORT

28%

SIMILARITY INDEX

28%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

journal.pnm.ac.id

Internet Source

18%

2

journal.unhas.ac.id

Internet Source

4%

3

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

3%

4

jurnal.ugm.ac.id

Internet Source

3%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 3%

Exclude bibliography On