



LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Pengambilan Data



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS TEKNIK DAN KEJURUAN
Jalan Udayana Nomor 11 Singaraja Bali
Laman: <http://fkk.undiksha.ac.id>

Nomor : 1986/UN48.11.1/DT/2023

Singaraja, 14 September 2023

Perihal : Surat Permohonan Data

Yth. Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng
di tempat

Dengan hormat, sehubungan dengan proses penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, maka melalui surat ini kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan data/informasi yang terkait dengan data yang dibutuhkan. Adapun mahasiswa yang akan melakukan pengambilan data/informasi seperti tersebut di bawah ini:

Nama : Made Wahyu Pratama
NIM : 2015011024
Semester : VII
Program Studi : Pendidikan Kesejahteraan Keluarga
Jurusan : Teknologi Industri
Fakultas : Teknik dan Kejuruan

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.



Made Windu Antara Kesiman, S.T., M.Sc., Ph.D.
NIP 198211112008121001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS TEKNIK DAN KEJURUAN
Jalan Udayana Nomor 11 Singaraja Bali
Laman: <http://ftk.undiksha.ac.id>

Nomor : 1987/UN48.11.1/DT/2023

Singaraja, 14 September 2023

Perihal : Surat Permohonan Data

Yth. Kepala Desa Tukadmungga Kecamatan Buleleng Kabupaten Buleleng
di tempat

Dengan hormat, sehubungan dengan proses penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, maka melalui surat ini kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan data/informasi yang terkait dengan data yang dibutuhkan. Adapun mahasiswa yang akan melakukan pengambilan data/informasi seperti tersebut di bawah ini:

Nama : Made Wahyu Pratama
NIM : 2015011024
Semester : VII
Program Studi : Pendidikan Kesejahteraan Keluarga
Jurusan : Teknologi Industri
Fakultas : Teknik dan Kejuruan

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.



Made Winda Antara Kesiman, S.T., M.Sc., Ph.D.
NIP 198211112008121001

Lampiran 2. Surat Keterangan Pengambilan Data



PEMERINTAH KABUPATEN BULELENG
DINAS PARIWISATA
Jalan Kartini No. 6 Telp. (0362) 21342
SINGARAJA 81118

Nomor : 400.3.3 /1504/ IX/ 2023
Lampiran : -
Perihal : **Balasan Permohonan Data**

Singaraja, 21 September 2023

Kepada
Yth. Wakil Dekan Bidang Akademik
Universitas Pendidikan Ganesha
di -
Singaraja

Menindaklanjuti Surat Saudara Nomor: 1986/UN.48.11.1/DT/2023, Tanggal 14 September 2023, tentang Surat Permohonan Data di Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng. Maka, pada prinsipnya kami menerima mahasiswa atas nama Made Wahyu Pratama untuk pengambilan data di Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng, sebagai tugas akhir.

Demikian disampaikan agar dalam pengambilan data mengikuti ketentuan yang ada, atas kerjasamanya diucapkan terimakasih.



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSrE



PEMERINTAH DESA TUKADMUNGGGA

KECAMATAN BULELENG, KABUPATEN BULELENG
Alamat : Desa Tukadmungga, Kode Pos 81119 Telfon (0362) 41348

SURAT PERNYATAAN

No. 30/Tkm /X/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **GEDE MANGKU SURYAWAN.S.Sos**
Jabatan : Sekretaris Desa Tukadmungga
Alamat : Banjar Dinas Dharma Yasa, Desa Tukadmungga, Kecamatan Buleleng,
Kabupaten Buleleng.

Menerangkan bahwa Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha di bawah ini :

Nama : **MADE WAHYU PRATAMA**
NIM : 2015011024
Prodi : Pendidikan Kesejahteraan Keluarga
Jurusan : Teknologi Industri
Fakultas : Teknik dan Kejuruan .

Telah Melakukan penelitian tentang " Strategi Promosi Desa Wisata Bahari Pantai Happy Melalui Media Interaktif " di Desa Tukadmungga Pada Tanggal 29 September 2023.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagai bukti dimana perlu.

Tukadmungga, 29 September 2023

Ani Perbekel Tukadmungga,
Sekretaris Desa
PERBEKEL TUKADMUNGGGA
GEDE MANGKU SURYAWAN.S.Sos

Lampiran 3. Kisi-Kisi Instrumen

KISI-KISI INSTRUMEN

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Metode
Strategi Promosi Wisata Bahari Pantai Happy melalui Media Interaktif di Desa Tukadmungga	<i>Website</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Layout</i> 2. <i>Content/Isi</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara 2. Observasi 3. Dokumentasi 4. Triangulasi
	Media sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Konten 2. Membangun Kepercayaan (Hubungan) 3. Keterlibatan 4. Integrasi dengan Platform Media lainnya. 	
	Iklan secara Online (<i>Online Advertising</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Visiable</i> (Mudah Memikat) 2. <i>Promise or message</i> (Janji atau Pesan) 3. <i>Singlemindedness</i> (Pikiran yang Terarah) 	
	<i>Video Marketing</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Informativeness</i> 2. <i>Entertainment</i> 3. <i>Credibility</i> 	

Lampiran 4. Lembar Observasi

Lembar Observasi

Hari/ Tanggal :

Tempat Observasi :

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
1	<i>Website</i>	<p>1. Layout</p> <p>1) Desa Tukadmungga memiliki <i>website</i> yang memuat informasi Wisata Bahari Pantai Happy dalam rangka mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy</p> <p>2) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan urutan konten yang diupload pada <i>website</i> tampilan sehingga informasi pada <i>website</i> dapat dipahami dengan mudah oleh audience</p> <p>3) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan penekanan pada aktivitas pariwisata yang ada di Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga</p> <p>4) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan keseimbangan tampilan sehingga audience nyaman untuk menyimak informasi yang dimuat di <i>website</i></p> <p>5) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga</p>			

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
		<p>memperhatikan kesatuan tampilan mulai dari warna yang dipilih, gambar yang ditampilkan dan jenis <i>font</i> yang digunakan</p> <p>2. Content/Isi</p> <p>3) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memiliki fitur chat sehingga <i>audience</i> dapat berkomunikasi dengan memberikan tanggapan ataupun pertanyaan terkait informasi yang dimuat dalam <i>website</i>.</p> <p>4) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memiliki informasi yang lengkap terkait aktivitas pariwisata yang ada di Wisata Bahari Pantai Happy</p> <p>5) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga terdapat gambar atau animasi bergerak yang dapat menghibur <i>audience</i> sehingga tidak membosankan dalam menyimak informasi yang ada di <i>website</i></p> <p>6) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memiliki fitur <i>booking</i> untuk melakukan aktivitas pariwisata Wisata Bahari Pantai Happy sehingga calon wisatawan dengan</p>			

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
		mudah melakukannya secara <i>online</i>			
2	Media Sosial	<p>1. Kualitas Konten</p> <p>1) Media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga membuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy secara berkala</p> <p>2) Konten yang di upload di media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memuat aktivitas yang dapat dilakukan di Wisata Bahari Pantai Happy secara menarik</p> <p>3) Konten yang di upload di media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menjangkau <i>audience</i> yang luas</p> <p>2. Membangun Kepercayaan (Hubungan)</p> <p>1) Pengelola media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga melakukan percakapan dengan <i>audience</i> secara konsisten</p> <p>2) Percakapan yang dilakukan Pengelola media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga mendapatkan respon positif dari <i>audience</i></p> <p>3. Keterlibatan</p> <p>1) Pengelola media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menanggapi komentar <i>audience</i></p>			

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
		<p>4. Integrasi dengan Platform Media Lainnya</p> <p>1) Media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga terhubung dengan platform media lain yang dimiliki seperti <i>website</i>, <i>whats app</i>, <i>e-mail</i> dan sebagainya</p>			
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	<p>1. <i>Visible</i> (Mudah Memikat)</p> <p>1) Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga melakukan iklan secara online dalam rangka mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga</p> <p>2) Iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menarik untuk disimak sampai selesai</p> <p>3) Iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga mampu memikat calon wisatawan untuk berkunjung</p> <p>2. <i>Promise or message</i> (Janji atau Pesan)</p> <p>1) Iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga berisikan janji atau pesan yang disampaikan pada calon wisatawan</p> <p>2) Iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga berisikan janji atau pesan yang</p>			

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
		<p>disampaikan pada calon wisatawan mudah dimengerti</p> <p>3) Iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga berisikan pesan untuk berkunjung ke Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga</p> <p>3. Singlemindedness (Pikiran yang Terarah)</p> <p>1) Iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga sudah memiliki target <i>audience</i></p>			
4	Video Marketing	<p>1. Informativeness</p> <p>1) Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memberikan informasi secara lengkap terkait aktivitas, fasilitas dan informasi lainnya terkait Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga</p> <p>2) Informasi yang dimuat dalam Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga sudah memenuhi kebutuhan informasi calon wisatawan</p> <p>3) Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memuat informasi yang relevan dengan perkembangan zaman</p> <p>2. Entertainment</p>			

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
		1) Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memuat konten yang kreatif sehingga dapat menghibur penonton 2) Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga dapat dinikmati oleh penonton 3) Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menimbulkan perasaan menyenangkan ketika menonton video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga 3. Credibility 1) Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga sesuai dengan keadaan asli kondisi Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga			

Lampiran 5. Lembar Wawancara

Lembar Wawancara

Hari/ Tanggal :

Tempat Wawancara :

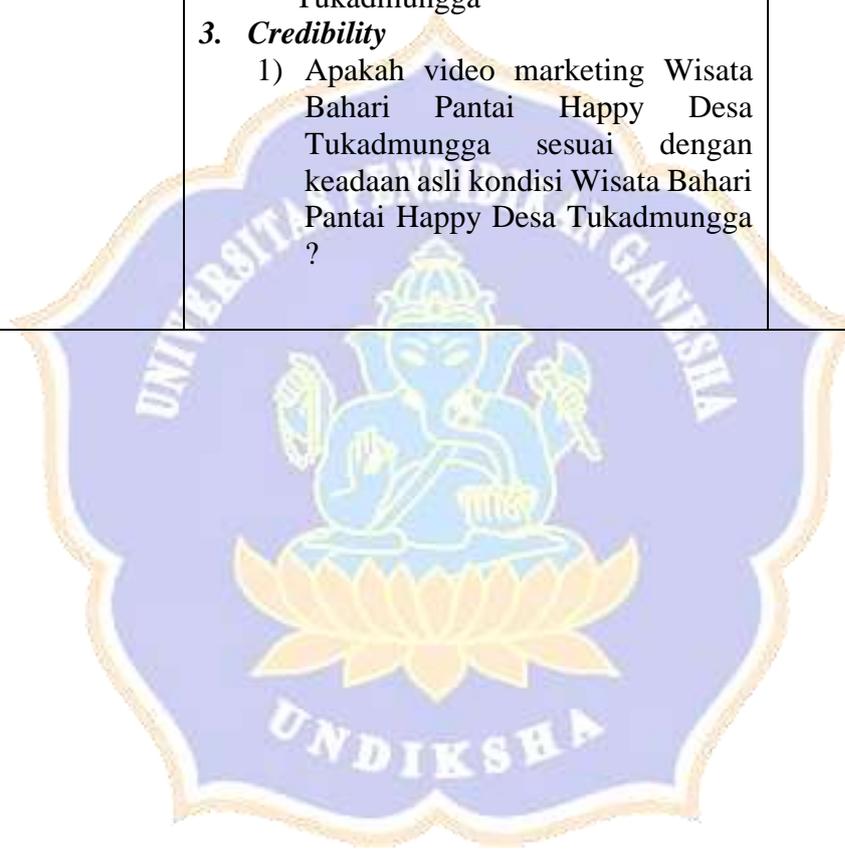
No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	<i>Website</i>	<p>1. Layout</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Apakah Desa Tukadmungga memiliki <i>website</i> yang memuat informasi Wisata Bahari Pantai Happy dalam rangka mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy ? 2) Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan urutan konten yang diupload pada <i>website</i> sehingga tampilan informasi pada <i>website</i> dapat dipahami dengan mudah oleh <i>audience</i> ? 3) Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan penekanan pada aktivitas pariwisata yang ada di Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga ? 4) Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan keseimbangan tampilan sehingga <i>audience</i> nyaman untuk menyimak informasi yang dimuat di <i>website</i> ? 5) Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan kesatuan tampilan mulai dari warna yang dipilih, gambar yang ditampilkan dan jenis <i>font</i> yang digunakan ? <p>2. Content/Isi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memiliki fitur chat sehingga <i>audience</i> dapat berkomunikasi dengan memberikan tanggapan 	

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
		<p>ataupun pertanyaan terkait informasi yang dimuat dalam <i>website</i> ?</p> <p>2) Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memiliki informasi yang lengkap terkait aktivitas pariwisata yang ada di Wisata Bahari Pantai Happy ?</p> <p>3) Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga terdapat gambar atau animasi bergerak yang dapat menghibur <i>audience</i> sehingga tidak membosankan dalam menyimak informasi yang ada di <i>website</i></p> <p>4) Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memiliki fitur <i>booking</i> untuk melakukan aktivitas pariwisata Wisata Bahari Pantai Happy sehingga calon wisatawan dengan mudah melakukannya secara <i>online</i></p>	
2	Media Sosial	<p>1. Kualitas Konten</p> <p>1) Apakah media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga membuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy secara berkala ?</p> <p>2) Apakah konten yang di upload di media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memuat aktivitas yang dapat dilakukan di Wisata Bahari Pantai Happy secara menarik ?</p> <p>3) Apakah konten yang di upload di media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menjangkau <i>audience</i> yang luas ?</p> <p>2. Membangun Kepercayaan (Hubungan)</p> <p>1) Apakah pengelola media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga melakukan</p>	

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
		<p>percakapan dengan <i>audience</i> secara konsisten ?</p> <p>2) Apakah percakapan yang dilakukan Pengelola media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga mendapatkan respon positif dari <i>audience</i> ?</p> <p>3. Keterlibatan</p> <p>1) Apakah pengelola media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menanggapi komentar <i>audience</i> ?</p> <p>4. Integrasi dengan Platform Media Lainnya</p> <p>1) Apakah media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga terhubung dengan platform media lain yang dimiliki seperti <i>website</i>, <i>whats app</i>, <i>e-mail</i> dan sebagainya ?</p>	
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	<p>1. Visible (Mudah Memikat)</p> <p>1) Apakah Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga melakukan iklan secara online dalam rangka mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga ?</p> <p>2) Apakah iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menarik untuk disimak sampai selesai ?</p> <p>3) Apakah iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga mampu memikat calon wisatawan untuk berkunjung ?</p> <p>2. Promise or message (Janji atau Pesan)</p> <p>1) Apakah iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga berisikan janji atau pesan yang disampaikan pada calon wisatawan ?</p>	

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
		<p>2) Apakah iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga berisikan janji atau pesan yang disampaikan pada calon wisatawan mudah dimengerti ?</p> <p>3) Apakah iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga berisikan pesan untuk berkunjung ke Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga ?</p> <p>3. Singlemindedness (Pikiran yang Terarah)</p> <p>1) Apakah iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga sudah memiliki target <i>audience</i> ?</p>	
4	Video Marketing	<p>1. Informativeness</p> <p>1) Apakah video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memberikan informasi secara lengkap terkait aktivitas, fasilitas dan informasi lainnya terkait Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga ?</p> <p>2) Apakah informasi yang dimuat dalam Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga sudah memenuhi kebutuhan informasi calon wisatawan ?</p> <p>3) Apakah video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memuat informasi yang relevan dengan perkembangan zaman ?</p> <p>2. Entertainment</p> <p>1) Apakah video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memuat konten yang kreatif sehingga dapat menghibur penonton ?</p>	

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
		<p>2) Apakah video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga dapat dinikmati oleh penonton ?</p> <p>3) Apakah video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menimbulkan perasaan menyenangkan ketika menonton video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga</p> <p>3. Credibility</p> <p>1) Apakah video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga sesuai dengan keadaan asli kondisi Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga ?</p>	



Lampiran 6. Hasil Observasi

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
1	Website	1. Layout			
		1) Desa Tukadmungga memiliki <i>website</i> yang memuat informasi Wisata Bahari Pantai Happy dalam rangka mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy	√		Desa Tukadmungga belum memiliki <i>website</i> khusus yang memuat informasi Wisata Bahari Pantai Happy dalam rangka mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy, namun pengelola Wisata Bahari Pantai Happy memanfaatkan <i>website</i> pemerintahan untuk mengunggah aktivitas pariwisata di Wisata Bahari Pantai Happy
		2) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan urutan konten yang diupload pada <i>website</i> tampilan sehingga informasi pada <i>website</i> dapat dipahami dengan mudah oleh audience		√	<i>Website</i> Desa Tukadmungga baru mengupload 1 konten tentang pariwisata di Wisata Bahari Pantai Happy.
		3) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan penekanan pada aktivitas pariwisata yang ada di Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga		√	<i>Website</i> Desa Tukadmungga baru hanya mengunggah foto-foto terkait informasi aktivitas pariwisata yang ada di Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga. Informasi yang diberikan belum detail membahas masing-masing

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
					aktivitas yang dapat dilakukan di Wisata Bahari Pantai Happy.
		4) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan keseimbangan tampilan sehingga <i>audience</i> nyaman untuk menyimak informasi yang dimuat di <i>website</i> tentang Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga	√		<i>Website</i> Desa Tukadmungga sudah memperhatikan keseimbangan tampilan pada <i>website</i> , hal ini terlihat dari ukuran gambar serta narasi pendukung dari konten yang diunggah sudah jelas untuk dibaca.
		5) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan kesatuan tampilan mulai dari warna yang dipilih, gambar yang ditampilkan dan jenis <i>font</i> yang digunakan dalam menginformasikan terkait Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga	√		<i>Website</i> Desa Tukadmungga sudah memperhatikan kesatuan tampilan mulai dari warna yang dipilih, gambar yang ditampilkan dan jenis <i>font</i> yang digunakan untuk memberikan informasi terkait Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga.
		2. Content/Isi			
		1) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memiliki fitur chat sehingga <i>audience</i> dapat berkomunikasi dengan memberikan tanggapan ataupun pertanyaan terkait informasi yang dimuat dalam <i>website</i> .		√	Belum memiliki fitur chat dan memberikan tanggapan ataupun pertanyaan terkait informasi tentang Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
		2) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memiliki informasi yang lengkap terkait aktivitas pariwisata yang ada di Wisata Bahari Pantai Happy		√	Belum memuat informasi yang lengkap terkait aktivitas pariwisata yang ada di Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga
		3) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga terdapat gambar atau animasi bergerak yang dapat menghibur <i>audience</i> sehingga tidak membosankan dalam menyimak informasi yang ada di <i>website</i>		√	<i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga belum memiliki gambar atau animasi bergerak yang dapat menghibur <i>audience</i> sehingga tidak membosankan dalam menyimak informasi yang ada di <i>website</i>
		4) <i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memiliki fitur <i>booking</i> untuk melakukan aktivitas pariwisata Wisata Bahari Pantai Happy sehingga calon wisatawan dengan mudah melakukannya secara <i>online</i>		√	<i>Website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga belum memiliki fitur <i>booking</i> untuk melakukan aktivitas pariwisata Wisata Bahari Pantai Happy
		1. Kualitas Konten			
2	Media Sosial	1) Media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga membuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy secara berkala		√	Media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga belum membuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy secara berkala. Konten yang di upload pada media sosial Facebook Desa Tukad Mungga terkait Wisata Bahari

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
					Pantai Happy saat ini hanya sewaktu waktu saja, jarak waktu penguploadan konten berjauhan.
		2) Konten yang di upload di media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memuat aktivitas yang dapat dilakukan di Wisata Bahari Pantai Happy secara menarik			Pada media sosial facebook Desa Tukadmungga saat ini sudah memuat konten terkait Wisata Bahari Pantai Happy. Namun saat ini konten yang di upload di media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga saat ini hanya berupa foto-foto kegiatan yang dilaksanakan di Wisata Bahari Pantai Happy seperti kegiatan perayaan 17 Agustus. Konten terkait aktivitas pariwisata yang dapat dilaksanakan di Wisata Bahari Pantai Happy seperti kegiatan menonton dolphin dan sebagainya masih harus dikembangkan.
		3) Konten yang di upload di media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menjangkau <i>audience</i> yang luas		√	<i>Audience</i> sosial media Desa Tukadmungga sebagai media promosi Wisata Bahari Pantai Happy saat ini memang didominasi oleh <i>audience</i> yang berasal dari

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
					masyarakat lokal dan belum dapat menjangkau <i>audience</i> yang luas. Saat ini media sosial facebook Desa Tukadmungga memiliki rata-rata <i>likes</i> pada konten yang terkait Wisata Bahari Pantai Happy saat ini baru mencapai 75 <i>likes</i> per kontennya.
2. Membangun Kepercayaan (Hubungan)					
		1) Pengelola media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga melakukan percakapan dengan <i>audience</i> secara konsisten		√	Pengelola media sosial facebook Desa Tukadmungga sebagai strategi promosi melalui media interaktif Wisata Bahari Pantai Happy belum melakukan percakapan dengan <i>audience</i> .
		2) Percakapan yang dilakukan Pengelola media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga mendapatkan respon positif dari <i>audience</i>	√		Pengelola media sosial facebook Desa Tukadmungga sebagai strategi promosi melalui media interaktif Wisata Bahari Pantai Happy belum melakukan percakapan dengan <i>audience</i> .
3. Keterlibatan					
		1) Pengelola media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menanggapi komentar <i>audience</i>		√	Saat ini berdasarkan hasil observasi, pengelola media sosial facebook Desa Tukadmungga sebagai strategi promosi melalui

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
					media interaktif Wisata Bahari Pantai Happy masih jarang untuk menanggapi komentar-komentar yang ada di konten terkait Wisata Bahari Pantai Happy.
		4. Integrasi dengan Platform Media Lainnya			
		1) Media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga terhubung dengan platform media lain yang dimiliki seperti <i>website</i> , <i>whats app</i> , <i>e-mail</i> dan sebagainya	√		Berdasarkan hasil observasi saat ini memang media sosial facebook Desa Tukadmungga sebagai strategi promosi Wisata bahari Pantai Happy sudah mencantumkan link <i>website</i> pada bio akun media sosial Facebook.
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	1. Visiable (Mudah Memikat)			
		1) Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga melakukan iklan secara online dalam rangka mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga		√	Belum melakukan iklan secara online untuk mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga
		2) Iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menarik untuk disimak sampai selesai		√	Belum melakukan iklan secara online untuk mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga
		3) Iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga mampu memikat calon wisatawan untuk berkunjung		√	Belum melakukan iklan secara online untuk mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
		2. Promise or message (Janji atau Pesan)			
		1) Iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga berisikan janji atau pesan yang disampaikan pada calon wisatawan		√	Belum melakukan iklan secara online untuk mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga
		2) Iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga berisikan janji atau pesan yang disampaikan pada calon wisatawan mudah dimengerti		√	Belum melakukan iklan secara online untuk mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga
		3) Iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga berisikan pesan untuk berkunjung ke Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga		√	Belum melakukan iklan secara online untuk mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga
		3. Singlemindedness (Pikiran yang Terarah)			
		1) Iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga sudah memiliki target audience		√	Belum melakukan iklan secara online untuk mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga
4	Video Marketing	1. Informativeness			
		1) Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memberikan informasi secara lengkap terkait aktivitas, fasilitas dan informasi lainnya terkait Wisata Bahari		√	Video marketing belum memberikan informasi secara lengkap terkait aktivitas, fasilitas dan informasi lainnya secara mendetail di Wisata

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
		Pantai Happy Desa Tukadmungga			Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga
		2) Informasi yang dimuat dalam Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga sudah memenuhi kebutuhan informasi calon wisatawan		√	Video marketing belum memberikan informasi secara lengkap terkait aktivitas, fasilitas dan informasi lainnya secara mendetail di Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga
		3) Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memuat informasi yang relevan dengan perkembangan zaman	√		Video marketing sudah memuat informasi yang relevan dengan perkembangan zaman tentang Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga
2. Entertainment					
		1) Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memuat konten yang kreatif sehingga dapat menghibur penonton		√	Kreatifitas pada pembuatan video marketing Wisata Bahari Pantai Happy sudah terlihat namun masih bisa dilakukan peningkatan sehingga video yang dihasilkan lebih atraktif untuk menarik wisatawan untuk berkunjung
		2) Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga dapat dinikmati oleh penonton		√	Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy belum dapat menarik banyak audiens untuk menonton video marketing Wisata Bahari Pantai Happy
		3) Video marketing Wisata Bahari Pantai	√		Tidak ada video marketing yang

No	Sub Variabel	Aspek Pengamatan	Pilihan (√)		Keterangan
			Ya	Tidak	
		Happy Desa Tukadmungga menimbulkan perasaan menyenangkan ketika menonton video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga			dibuat oleh aparatur desa tukadmungga untuk mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga.
3. Credibility					
		1) Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga sesuai dengan keadaan asli kondisi Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga	√		Tidak ada video marketing yang dibuat oleh aparatur desa tukadmungga untuk mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga



Lampiran 7. Hasil Wawancara

Lembar Wawancara

Nama Narasumber : Gede Mangku Suryawan., S.Sos

Jabatan : Sekretaris Desa Tukadmungga

Hari/ Tanggal : Jumat, 29 September 2023

Tempat Wawancara : Kantor Desa Tukadmungga

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	Website	<p>1. Layout</p> <p>1) Apakah Desa Tukadmungga memiliki <i>website</i> yang memuat informasi Wisata Bahari Pantai Happy dalam rangka mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy ?</p>	<p>“Untuk <i>website</i> desa kita ada, namun memang saat ini di <i>website</i> itu masih mengupload terkait profile desa kemudian juga kegiatan desa setiap harinya belum ngupload video promosi atau kegiatan promosi lainnya tentang Wisata Bahari Pantai Happy, karena saat ini sih untuk promosi yang paling banyak kita lakukan masih mulut ke mulut. Dari desa secara langsung menawarkan ke hotel-hotel terdekat mempromosikan bahwa kita di Desa Tukadmungga mempunyai Wisata Bahari Pantai Happy yang mana dari Wisata Bahari Pantai Happy menawarkan kegiatan menonton dolphin. Tapi memang kita sudah ada rencana untuk mengupload potensi pariwisata khususnya Wisata Bahari Pantai Happy ke <i>website</i> desa supaya semakin banyak lagi yang mengenal Wisata Bahari Pantai Happy ini”</p>
		<p>2) Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan urutan konten yang diupload pada <i>website</i></p>	<p>Belum terdapat <i>website</i> khusus Wisata Bahari Pantai Happy atau konten terkait Wisata Bahari Pantai Happy di <i>website</i> Desa Tukadmungga</p>

		sehingga tampilan informasi pada <i>website</i> dapat dipahami dengan mudah oleh <i>audience</i> ?	
		3) Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan penekanan pada aktivitas pariwisata yang ada di Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga ?	Belum terdapat <i>website</i> khusus Wisata Bahari Pantai Happy atau konten terkait Wisata Bahari Pantai Happy di <i>website</i> Desa Tukadmungga
		4) Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan keseimbangan tampilan sehingga <i>audience</i> nyaman untuk menyimak informasi yang dimuat di <i>website</i> ?	Belum terdapat <i>website</i> khusus Wisata Bahari Pantai Happy atau konten terkait Wisata Bahari Pantai Happy di <i>website</i> Desa Tukadmungga
		5) Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memperhatikan kesatuan tampilan mulai dari warna yang dipilih, gambar yang ditampilkan dan jenis <i>font</i> yang digunakan ?	Belum terdapat <i>website</i> khusus Wisata Bahari Pantai Happy atau konten terkait Wisata Bahari Pantai Happy di <i>website</i> Desa Tukadmungga
		2. Content/Isi	

		<p>1. Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memiliki fitur chat sehingga <i>audience</i> dapat berkomunikasi dengan memberikan tanggapan ataupun pertanyaan terkait informasi yang dimuat dalam <i>website</i> ?</p>	<p>Belum terdapat <i>website</i> khusus Wisata Bahari Pantai Happy atau konten terkait Wisata Bahari Pantai Happy di <i>website</i> Desa Tukadmungga</p>
		<p>2. Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memiliki informasi yang lengkap terkait aktivitas pariwisata yang ada di Wisata Bahari Pantai Happy ?</p>	<p>Belum terdapat <i>website</i> khusus Wisata Bahari Pantai Happy atau konten terkait Wisata Bahari Pantai Happy di <i>website</i> Desa Tukadmungga</p>
		<p>3. Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga terdapat gambar atau animasi bergerak yang dapat menghibur <i>audience</i> sehingga tidak membosankan dalam menyimak informasi yang ada di <i>website</i></p>	<p>Belum terdapat <i>website</i> khusus Wisata Bahari Pantai Happy atau konten terkait Wisata Bahari Pantai Happy di <i>website</i> Desa Tukadmungga</p>
		<p>4. Apakah <i>website</i> Wisata Bahari Pantai Happy</p>	<p>Belum terdapat <i>website</i> khusus Wisata Bahari Pantai Happy atau konten terkait Wisata Bahari</p>

		Desa Tukadmungga memiliki fitur <i>booking</i> untuk melakukan aktivitas pariwisata Wisata Bahari Pantai Happy sehingga calon wisatawan dengan mudah melakukannya secara <i>online</i>	Pantai Happy di <i>website</i> Desa Tukadmungga
2	Media Sosial	<p>1. Kualitas Konten</p> <p>1) Apakah media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga membuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy secara berkala ?</p>	<p>“Untuk di media sosial kita ada upload kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di Wisata Bahari Pantai Happy di facebook namun memang belum sering ya, karena memang untuk tim khusus yang fokus ke pariwisata itu masih belum terbentuk, pokdarwis kita juga saat ini masih dalam proses pembentukan. Karena memang kendala di masyarakat masih sangat sulit ya untuk bisa membangkitkan semangat masyarakat untuk ikut serta dalam pengembangan pariwisata padahal dampak pada perekonomian itu pasti sangat besar ya di masyarakat ketika wisatawan ramai berkunjung. Nah untuk kemarin juga baru ditahap kita memang sudah ada rapat bersama Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng nanti memang Wisata Bahari Pantai Happy itu akan ditata oleh pengelola nah untuk sekarang memang kita masih mencari orang-orangnya yang mau memang bekerja. Kalau nanti itu memang sudah jalan pelan-pelan pasti kita usahakan membentuk media sosial khusus untuk promosi”</p>

		<p>2) Apakah konten yang di upload di media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memuat aktivitas yang dapat dilakukan di Wisata Bahari Pantai Happy secara menarik ?</p>	<p>“Ya untuk saat ini memang yang diupload masih berupa foto-foto kegiatan yang dilaksanakan di Wisata Bahari Pantai Happy, tapi nanti rencananya kita memang mau membuat konten-konten yang bagus dengan peralatan yang proper sehingga nanti tentunya lebih menarik”</p>
		<p>3) Apakah konten yang di upload di media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menjangkau <i>audience</i> yang luas ?</p>	<p>“Untuk saat ini mungkin audiencenya masih wisatawan local ya, namun tentu harapannya nanti bisa menarik tamu-tamu international”</p>
		<p>2. Membangun Kepercayaan (Hubungan)</p>	
		<p>1) Apakah pengelola media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga melakukan percakapan dengan <i>audience</i> secara konsisten ?</p>	<p>“Untuk saat ini kita memang masih sangat terbatas ya dipengelolaan media sosial karena seperti yang saya katakan tadi memang untuk tim yang mengelola khusus media sosial itu belum ada, jadi untuk lebih connect dengan <i>audience</i> di media sosial belum bisa kita lakukan secara maksimal dan konsisten”</p>
		<p>3. Keterlibatan</p>	
		<p>1) Apakah pengelola media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menanggapi komentar <i>audience</i> ?</p>	<p>“Kalau ada yang berkomentar pasti kita sebisa mungkin untuk membalas ya”</p>
		<p>4. Integrasi dengan Platform Media Lainnya</p>	

		<p>1) Apakah media sosial Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga terhubung dengan platform media lain yang dimiliki seperti <i>website</i>, <i>whatsapp</i>, <i>e-mail</i> dan sebagainya ?</p>	<p>“Ada ya, di facebook kita isikan link <i>website</i> desa”</p>
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	1. Visible (Mudah Memikat)	
		<p>1) Apakah Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga melakukan iklan secara online dalam rangka mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga ?</p>	<p>“Untuk yang membayar tidak ada ya, dan memang sulit ya untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang memerlukan biaya itu”</p>
		<p>2) Apakah iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menarik untuk disimak sampai selesai ?</p>	<p>Tidak melakukan iklan secara online</p>
		<p>3) Apakah iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga mampu memikat calon wisatawan untuk berkunjung ?</p>	<p>Tidak melakukan iklan secara online</p>
		2. Promise or message (Janji atau Pesan)	

		1) Apakah iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga berisikan janji atau pesan yang disampaikan pada calon wisatawan ?	Tidak melakukan iklan secara online
		2) Apakah iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga berisikan janji atau pesan yang disampaikan pada calon wisatawan mudah dimengerti ?	Tidak melakukan iklan secara online
		3) Apakah iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga berisikan pesan untuk berkunjung ke Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga ?	Tidak melakukan iklan secara online
		3. Singlemindedness (Pikiran yang Terarah)	
		1) Apaka iklan secara online yang dilakukan Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga	Tidak melakukan iklan secara online

		sudah memiliki target <i>audience</i> ?	
4.	Video Marketing	1. Informativeness	
		1) Apakah video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memberikan informasi secara lengkap terkait aktivitas, fasilitas dan informasi lainnya terkait Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga ?	“Untuk saat ini kita memang sudah ada satu video marketing, ya seperti yang sudah saya bicarakan tadi memang saat ini masih dalam rencana pembuatan untuk video lainnya, harapannya nanti memang kita buat video marketing yang berkualitas ya menggunakan tenaga khusus yang memang professional di bidangnya. Bagaimana nanti kita bisa mengcapture bukan hanya keindahan di lingkungannya tapi keindahan bawah laut Wisata Bahari Pantai Happy juga bisa terekspose”
		2) Apakah informasi yang dimuat dalam Video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga sudah memenuhi kebutuhan informasi calon wisatawan ?	“Saat ini kita sudah berusaha untuk memberikan beberapa informasi umum walaupun masih belum detail”
		3) Apakah video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memuat informasi yang relevan dengan perkembangan zaman ?	“Kita berusaha buat yang sesuai dengan perkembangan zaman sekarang”
		2. Entertainment	
1) Apakah video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga memuat konten	“Kita berusaha buat yang kreatif juga walaupun masih sangat sederhana”		

		yang kreatif sehingga dapat menghibur penonton ?	
		2) Apakah video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga dapat dinikmati oleh penonton ?	“Saat ini videonya masih dalam proses upload semoga banyak yang bisa menyaksikan”
		3) Apakah video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga menimbulkan perasaan menyenangkan ketika menonton video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga	“Harapannya bisa ya menimbulkan perasaan senang karena bisa menikmati keindahan Pantai Happy”
		3. Credibility	
		1) Apakah video marketing Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga sesuai dengan keadaan asli kondisi Wisata Bahari Pantai Happy Desa Tukadmungga ?	“Kita buat senatural mungkin tanpa editan yang berlebihan sehingga dapat memberikan gambaran secara <i>real</i> kepada penonton”

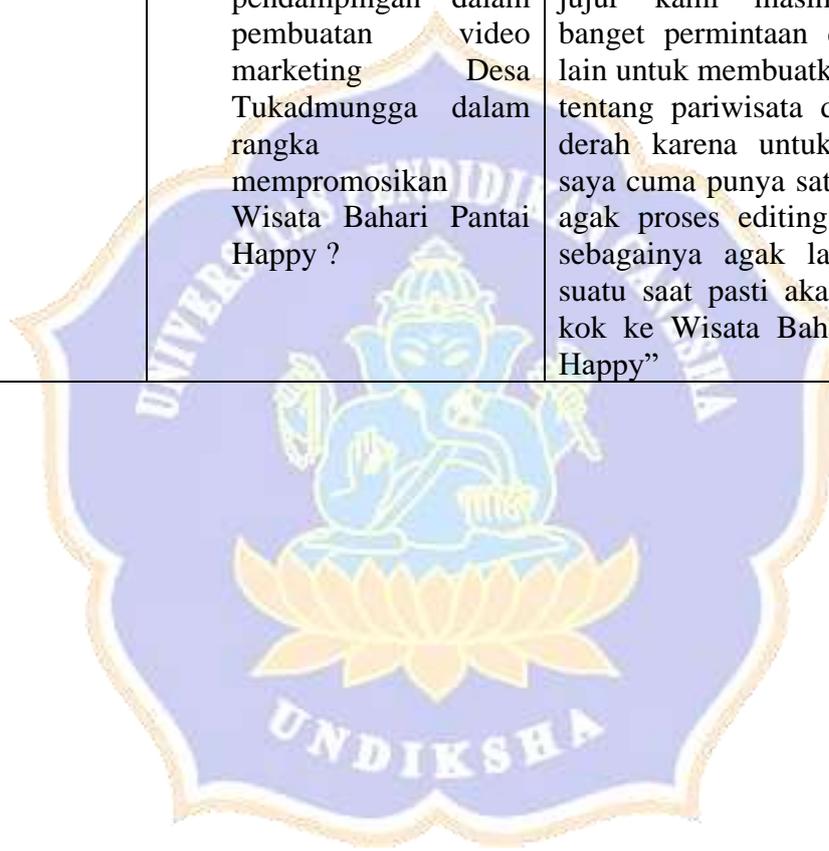
Lembar Wawancara

Nama Narasumber : Agus Widya Suputra, S.E., M.Ap
 Jabatan : Kepala Bidang Promosi Dinas Pariwisata Kab. Buleleng
 Hari/ Tanggal : Kamis, 21 September 2023
 Tempat Wawancara : Dinas Pariwisata Kab. Buleleng

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	<i>Website</i>	<p>a. Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng memberikan pengarahan dan pendampingan terkait <i>website</i> Desa Tukadmungga dalam rangka mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy ?</p>	<p>“Untuk saat ini saya tau yang dikelola Desa Tukadmungga baru sebatas <i>website</i> pemerintahan saja belum terfokus dalam pengembangan pariwisata, kedepannya tentu kita mengharapkan dari desa bisa lebih memperhatikan lagi pengembangan pariwisata di daerahnya masing-masing karena saya melihat potensi pariwisata di Desa Tukadmungga khususnya Wisata Bahari Pantai Happy cukup besar. Saya juga mengharapkan dari penelitian yang adik lakukan bisa memberikan masukan dan saran kepada pengurus desa bagaimana agar promosi Wisata Bahari Pantai Happy bisa mendapat perhatian khusus. Kami dari Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng tentunya akan membuka tangan yang selebar-lebarnya bilamana dari desa memang memerlukan pendampingan dari kami karena memang jujur kami dari Dinas Pariwisata tidak bisa memonitoring secara langsung dan keseluruhan. Tapi memang sejauh ini kami dari Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng sama sekali belum</p>

			pernah ada pendampingan kesana”
2	Media Sosial	1) Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng memberikan pengarahan dan pendampingan terkait Media Sosial Desa Tukadmungga dalam rangka mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy ?	“Memang seperti yang saya katakan tadi dari Desa Tukadmungga sampai saat ini belum ada permohonan untuk melakukan pendampingan ke desa. Karena kami dari Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng tidak serta merta bisa langsung ikut campur dalam pengelolaan pariwisata di desa tersebut. Intinya sekali jika Tukadmungga ingin fokus sekali mengembangkan pariwisata di desanya khususnya Wisata Bahari Pantai Happy, yang pertama sekali yang harus dibentuk adalah admin atau pengelola pariwisata itu sendiri, kemudian turun lagi ke siapa yang menjadi admin <i>website</i> , admin media sosial yang memang fokus untuk menggarap proyek berupa mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy itu sendiri, jadi sebenarnya itu yang belum dilaksanakan sejauh ini. Jadi masih abu-abu ini sampai sekarang, yang buat facebook siapa atas nama pribadi atau lain sebagainya kita kan ga tau nih. Bukannya kita pasif, takutnya kalau kita langsung dating kesana ini siapa yang dicari, siapa yang ngelola facebooknya. Untuk sampai saat ini masih sampai sebatas itu saja”
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	1) Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten melakukan iklan secara online dalam rangka mempromosikan	“Untuk sejauh memang belum ya, nanti apalagi Desa Tukadmungga yang tadi saya bilang belum tau sama sekali siapa adminnya, siapa dibidang

		Wisata Bahari Pantai Happy ?	promosinya tapi seandainya nanti dari hasil skripsi adik bisa memberikan masukan kepada desa, biar nanti dari desa yang menghubungi dispar untuk membantu pendampingan promosi itu sendiri”
4.	Video Marketing	1) Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng memberikan pengarah dan pendampingan dalam pembuatan video marketing Desa Tukadmungga dalam rangka mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy ?	“Sejauh ini dispar belum sempat terjun langsung untuk mengcapture potensi Wisata Bahari Pantai Happy, karena jujur kami masih banyak banget permintaan dari yang lain untuk membuat konten tentang pariwisata di daerah-derah karena untuk saat ini saya cuma punya satu tim jadi agak proses editing dan lain sebagainya agak lama. Tapi suatu saat pasti akan sampek kok ke Wisata Bahari Pantai Happy”



Lembar Wawancara

Nama Narasumber : Putu Dedik
 Asal : Desa Tukadmungga
 Jabatan : Warga Desa Tukadmungga
 Hari/ Tanggal : Sabtu, 14 Oktober 2023
 Tempat Wawancara : Wisata Bahari Pantai Happy

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	Website	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>
2	Media Sosial	1. Kualitas Konten	
		1) Apakah anda mengetahui media sosial Desa Tukadmungga yang memuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy ?	“Saya tau facebook Desa Tukadmungga tapi belum liat konten-konten tentang Pantai Happy”
		2) Apakah anda pernah mempromosika Wisata Bahari Pantai Happy ke media sosial pribadi anda??	“Belum pernah”
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)
4.	Video Marketing	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy

Lembar Wawancara

Nama Narasumber : Luh Wiwik
 Asal : Desa Tukadmungga
 Jabatan : Warga Desa Tukadmungga
 Hari/ Tanggal : Sabtu, 14 Oktober 2023
 Tempat Wawancara : Wisata Bahari Pantai Happy

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	Website	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>
2	Media Sosial	1. Kualitas Konten	
		1) Apakah anda mengetahui media sosial Desa Tukadmungga yang memuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy ?	“Kurang tau sih”
		2) Apakah anda pernah mempromosika Wisata Bahari Pantai Happy ke media sosial pribadi anda??	“Belum pernah”
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)
4.	Video Marketing	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy

Lembar Wawancara

Nama Narasumber : Divya
 Asal : Desa Tukadmungga
 Jabatan : Warga Desa Tukadmungga
 Hari/ Tanggal : Sabtu, 14 Oktober 2023
 Tempat Wawancara : Wisata Bahari Pantai Happy

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	Website	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>
2	Media Sosial	1. Kualitas Konten	
		1) Apakah anda mengetahui media sosial Desa Tukadmungga yang memuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy ?	“Tidak tau”
		2) Apakah anda pernah mempromosika Wisata Bahari Pantai Happy ke media sosial pribadi anda??	“Belum pernah”
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)
4.	Video Marketing	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy

Lembar Wawancara

Nama Narasumber : Agung Aji
 Asal : Desa Tukadmungga
 Jabatan : Warga Desa Tukadmungga
 Hari/ Tanggal : Sabtu, 14 Oktober 2023
 Tempat Wawancara : Wisata Bahari Pantai Happy

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	Website	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>
2	Media Sosial	1. Kualitas Konten	
		1) Apakah anda mengetahui media sosial Desa Tukadmungga yang memuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy ?	“Kurang tau”
		2) Apakah anda pernah mempromosika Wisata Bahari Pantai Happy ke media sosial pribadi anda??	“Belum pernah”
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)
4.	Video Marketing	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy

Lembar Wawancara

Nama Narasumber : David
 Asal : Desa Tukadmungga
 Jabatan : Warga Desa Tukadmungga
 Hari/ Tanggal : Sabtu, 14 Oktober 2023
 Tempat Wawancara : Wisata Bahari Pantai Happy

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	Website	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>
2	Media Sosial	1. Kualitas Konten	
		1) Apakah anda mengetahui media sosial Desa Tukadmungga yang memuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy ?	“Kurang tau”
		2) Apakah anda pernah mempromosika Wisata Bahari Pantai Happy ke media sosial pribadi anda??	“Belum pernah”
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)
4.	Video Marketing	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy

Lembar Wawancara

Nama Narasumber : Komang Adi Kusuma
 Asal : Desa Dencarik
 Jabatan : Wisatawan Wisata Bahari Pantai Happy
 Hari/ Tanggal : Jumat, 13 Oktober 2023
 Tempat Wawancara : Wisata Bahari Pantai Happy

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	Website	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>
2	Media Sosial	1. Kualitas Konten	
		1) Apakah anda mengetahui media sosial Desa Tukadmungga yang memuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy ?	“Untuk media sosialnya saya sih belum tau ya, karena saya tau informasi pantai ini dari keluarga saya”
		2) Apakah menurut anda konten yang diupload di media sosial Desa Tukadmungga tentang Wisata Bahari Pantai Happy menarik untuk disimak?	Tidak mengetahui media sosial Desa Tukadmungga tentang Wisata Bahari Pantai Happy
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)
4.	Video Marketing	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy

Lembar Wawancara

Nama Narasumber : Putu Sukarsa
 Asal : Desa Dencarik
 Jabatan : Wisatawan Wisata Bahari Pantai Happy
 Hari/ Tanggal : Jumat, 13 Oktober 2023
 Tempat Wawancara : Wisata Bahari Pantai Happy

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	Website	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>
2	Media Sosial	1. Kualitas Konten	
		1) Apakah anda mengetahui media sosial Desa Tukadmungga yang memuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy ?	“Enggak tau dik”
		2) Apakah menurut anda konten yang diupload di media sosial Desa Tukadmungga tentang Wisata Bahari Pantai Happy menarik untuk disimak?	Tidak mengetahui media sosial Desa Tukadmungga tentang Wisata Bahari Pantai Happy
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)
4.	Video Marketing	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy

Lembar Wawancara

Nama Narasumber : Luh Diani
 Asal : Desa Dencarik
 Jabatan : Wisatawan Wisata Bahari Pantai Happy
 Hari/ Tanggal : Jumat, 13 Oktober 2023
 Tempat Wawancara : Wisata Bahari Pantai Happy

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	Website	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>
2	Media Sosial	1. Kualitas Konten	
		1) Apakah anda mengetahui media sosial Desa Tukadmungga yang memuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy ?	“Tidak tau!”
		2) Apakah menurut anda konten yang diupload di media sosial Desa Tukadmungga tentang Wisata Bahari Pantai Happy menarik untuk disimak?	Tidak mengetahui media sosial Desa Tukadmungga tentang Wisata Bahari Pantai Happy
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)
4.	Video Marketing	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy

Lembar Wawancara

Nama Narasumber : Ayunda
 Asal : Desa Rangdu
 Jabatan : Wisatawan Wisata Bahari Pantai Happy
 Hari/ Tanggal : Jumat, 13 Oktober 2023
 Tempat Wawancara : Wisata Bahari Pantai Happy

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	Website	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>
2	Media Sosial	1. Kualitas Konten	
		1) Apakah anda mengetahui media sosial Desa Tukadmungga yang memuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy ?	“Belum tau sih”
		2) Apakah menurut anda konten yang diupload di media sosial Desa Tukadmungga tentang Wisata Bahari Pantai Happy menarik untuk disimak?	Tidak mengetahui media sosial Desa Tukadmungga tentang Wisata Bahari Pantai Happy
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)
4.	Video Marketing	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy

Lembar Wawancara

Nama Narasumber : Luh Sukreni
 Asal : Desa Dencarik
 Jabatan : Wisatawan Wisata Bahari Pantai Happy
 Hari/ Tanggal : Jumat, 13 Oktober 2023
 Tempat Wawancara : Wisata Bahari Pantai Happy

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	Website	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>
2	Media Sosial	1. Kualitas Konten	
		1) Apakah anda mengetahui media sosial Desa Tukadmungga yang memuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy ?	“Belum tau”
		2) Apakah menurut anda konten yang diupload di media sosial Desa Tukadmungga tentang Wisata Bahari Pantai Happy menarik untuk disimak?	Tidak mengetahui media sosial Desa Tukadmungga tentang Wisata Bahari Pantai Happy
3	Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online (<i>Online Advertising</i>)
4.	Video Marketing	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy

Lembar Wawancara

Nama Narasumber : Paul
 Asal : Russia
 Jabatan : Wisatawan Wisata Bahari Pantai Happy
 Hari/ Tanggal : Jumat, 13 Oktober 2023
 Tempat Wawancara : Wisata Bahari Pantai Happy

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	<i>Website</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>
2	Media Sosial	<p>1. Kualitas Konten</p> <p>1) Apakah anda mengetahui media sosial Desa Tukadmungga yang memuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy ? <i>(Did you know about Tukadmungga's social media which contains about Happy Beach?)</i></p> <p>2) Apakah menurut anda konten yang diupload di media sosial Desa Tukadmungga tentang Wisata Bahari Pantai Happy menarik untuk disimak? <i>(What's in your opinion about Desa Tukadmungga's content about Happy beach, is that interesting to see?)</i></p>	<p><i>"We don't know about the social media, we know this beach by searching the nearest beach from our hotel"</i> (Kita tidak mengetahui media sosial pantai ini, kami mengetahui pantai ini dengan mencari di internet pantai terdekat dari hotel tempat kami tinggal")</p> <p>Tidak mengetahui media sosial Desa Tukadmungga tentang Wisata Bahari Pantai Happy</p>
3	Iklan Secara Online <i>(Online Advertising)</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online <i>(Online Advertising)</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online

			<i>(Online Advertising)</i>
4.	Video Marketing	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy



Lembar Wawancara

Nama Narasumber : Sofia
 Asal : Russia
 Jabatan : Wisatawan Wisata Bahari Pantai Happy
 Hari/ Tanggal : Jumat, 13 Oktober 2023
 Tempat Wawancara : Wisata Bahari Pantai Happy

No	Sub Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	Website	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui <i>website</i>
2	Media Sosial	1. Kualitas Konten	
		1) Apakah anda mengetahui media sosial Desa Tukadmungga yang memuat konten tentang Wisata Bahari Pantai Happy ? <i>(Did you know about Tukadmungga's social media which contains about Happy Beach?)</i>	<i>"We don't know about the social media, we know this beach by searching the nearest beach from our hotel"</i> (Kita tidak mengetahui media sosial pantai ini, kami mengetahui pantai ini dengan mencari di internet pantai terdekat dari hotel tempat kami tinggal")
		2) Apakah menurut anda konten yang diupload di media sosial Desa Tukadmungga tentang Wisata Bahari Pantai Happy menarik untuk disimak? <i>(What's in your opinion about Desa Tukadmungga's content about Happy beach, is that interesting to see?)</i>	Tidak mengetahui media sosial Desa Tukadmungga tentang Wisata Bahari Pantai Happy
3	Iklan Secara Online <i>(Online Advertising)</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online <i>(Online Advertising)</i>	Tidak mempromosikan Wisata Bahari Pantai Happy melalui Iklan Secara Online <i>(Online Advertising)</i>
4.	Video Marketing	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy	Tidak memiliki video marketing Wisata Bahari Pantai Happy

RIWAYAT HIDUP



Made Wahyu Pratama lahir di Kaliasem, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali, Pada tanggal 22 September 2001. Penulis anak ke-2 dari pasangan Made Suarjana dan Made Sarini. Penulis memiliki 1 orang kakak perempuan Putu Rismawati. Serta memiliki 1 orang adik laki-laki Komang Budi Sastrawan. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Penulis kini tinggal di Desa Kaliasem, Buleleng. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD SDN 2 Kaliasem pada tahun 2014, kemudian penulis menyelesaikan sekolah menengah pertama di SMPN 3 Banjar pada tahun 2017, kemudian pada tahun 2020 penulis lulus dari sekolah menengah kejuruan di SMKS Triatmajaya Singaraja. Pada tahun 2020 penulis melanjutkan studi di konsentrasi Pariwisata, Prodi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Jurusan Teknologi Industri, Fakultas Teknik dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Ganesha, pada awal tahun 2024, penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Wisata Bahari Pantai Happy Melalui Media Interaktif di Desa Tukadmungga.”



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan karya tulis yang berjudul “Strategi Promosi Wisata Bahari Pantai Happy Melalui Media Interaktif di Desa Tukadmungga” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri, saya tidak melakukan penjiplakan dan mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 22 Maret 2024




Made Wahyu Pratama
NIM.2015011024