



LEMURU

Jurnal Ilmu Perikanan dan Kelautan Indonesia

<https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/lemuru/>

## PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA ALAM DI PANTAI TANJUNG SELAKI LAMPUNG SELATAN

Urip Rahmani<sup>1\*</sup>, Galuh Cahyani<sup>2</sup>, Riena F. Telussa<sup>3</sup>, Rustono Farady Marta<sup>4</sup>, Fitri Sarasati<sup>5</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan

<sup>4,5</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Satya Negara Indonesia

\*E-mail korespondensi: [urip\\_rahmani@yahoo.com](mailto:urip_rahmani@yahoo.com)<sup>1</sup>, [galuhcahyani02@gmail.com](mailto:galuhcahyani02@gmail.com)<sup>2</sup>, [rienatelussa89@gmail.com](mailto:rienatelussa89@gmail.com)<sup>3</sup>, [rustono.farady@usni.ac.id](mailto:rustono.farady@usni.ac.id)<sup>4</sup>, [fitri.sarasati@usni.ac.id](mailto:fitri.sarasati@usni.ac.id)<sup>5</sup>

### ABSTRAK

Wisata alam Pantai Tanjung Selaki, Lampung Selatan, memiliki keindahan dan kealamian yang sangat menarik untuk dikunjungi wisatawan. Persepsi wisatawan terhadap lokasi wisata Tanjung Selaku masih belum terungkap secara eksplisit dalam berbagai laporan ilmiah. Informasi atau testimoni tentang keindahan lokasi ini terekspos melalui berbagai situs seperti [www.balioh.com](http://www.balioh.com), [rian.or.id](http://rian.or.id), [www.pariwisatalamsel.com](http://www.pariwisatalamsel.com), yang menginformasikan lokasi Tanjung Selaki sebagai destinasi yang menarik dan layak untuk dikunjungi. Semua destinasi wisata harus didukung dengan kesiapan amenities dan aksesibilitas yang akan bermanfaat bagi pengembangan kawasan ini sesuai dengan keinginan wisatawan. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan mengukur persepsi pengunjung untuk mengetahui reaksi langsung mereka terhadap daerah tersebut. Salah satu cara untuk mencapai hal tersebut adalah dengan mengukur persepsi pengunjung untuk mengetahui reaksi langsung mereka terhadap kawasan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dengan observasi dan kuesioner terhadap 100 responden yang berkunjung ke pantai Tanjung Sela. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, skor persepsi pengunjung terhadap Pantai Tanjung Selaki adalah pengunjung menjawab setuju terhadap berbagai kegiatan, fasilitas, perubahan perasaan, keindahan alam, dan kenyamanan saat berkunjung, namun mendapat penilaian tidak setuju terhadap penilaian jaringan transportasi dan kondisi jalan menuju lokasi wisata. Saran yang dapat diberikan adalah membangun infrastruktur jaringan transportasi, dan perbaikan jalan untuk mencapai lokasi wisata pantai demi kenyamanan dan keamanan saat berkendara menuju lokasi wisata pantai.

**Kata kunci:** *Pantai Tanjung Selaki, Persepsi, Skala Likert*

## VISITORS PERCEPTIONS OF NATURAL TOURISM OBJECTS AND ATTRACTIONS AT TANJUNG SELAKI BEACH, SOUTH LAMPUNG

### ABSTRACT

*The natural tourism of Tanjung Selaki Beach, South Lampung, has a beauty and naturalness that is very attractive for tourists to visit. Tourists' perception of Tanjung Selaku tourist sites is still not explicitly revealed in various scientific reports. Information or testimonials about the beauty of this location are exposed through various sites such as [www.balioh.com](http://www.balioh.com), [rian.or.id](http://rian.or.id), [www.pariwisatalamsel.com](http://www.pariwisatalamsel.com), informing the location of Tanjung Selaki as an interesting destination and worth visiting. All tourist destinations should be supported by the readiness of amenities and accessibility that will be beneficial for the development of this area according to the wishes of tourists. One way to achieve this is to measure visitor perceptions to know their immediate reaction to the area.*

*One way to achieve this is to measure visitor perceptions to know their immediate reaction to the area. This study uses a case study method. Data collection technique with observation and questionnaire on 100 respondents visiting Tanjung Sela beach. The results of the study showed that, the score of visitors' perception of Tanjung Selaki Beach was that visitors answered in agreement with various activities, facilities, changes in feelings, natural beauty, and comfort when visiting, but received an assessment that did not agree with the assessment of the transportation network and road conditions to tourist sites. Suggestions that can be given are building transportation network infrastructure, and repairing roads to reach beach tourist locations for comfort and safety when driving to beach tourist locations.*

**Keywords:** *Tanjung Selaku Beach, Perception, Likert Scale*

## PENDAHULUAN

Pariwisata memberi kontribusi berarti bagi suatu wilayah yang menjadi destinasi, bahkan peranan dan pengaruhnya berdampak signifikan pada pendapatan daerah (Lesilolo & Marta, 2020; Safitra *et al.*, 2022). Berbagai pihak dilibatkan dalam upaya mengedepankan pengelolaan aset pariwisatanya. Asmara *et al.*, (2024); Menayang & Marta, (2020) menyebut pemantik citra destinasi wisata terdiri dari beberapa faktor. Mulai dari pelaku, tempat, potensi, semangat, umpan balik, hingga pengakuan berbagai pihak yang terpicat oleh daya tarik wisata tersebut.

Kurniawati & Marta (2021) menyebutkan bahwa pembangunan di bidang pariwisata dapat ditinjau pada tiga kategori, mulai dari daya tarik alam yang ditopang oleh geografisnya, kemudian daya tarik budaya tercipta melalui kebiasaan masyarakat setempat, hingga daya tarik buatan manusia berupa penciptaan kreativitas. Lokasi geografis tertentu dan kearifan lokal di dalamnya mampu menciptakan daya tarik wisata tersendiri

bagi penikmatnya, riset yang dilakukan oleh Gandakusumah & Marta (2020) menunjukkan bahwa masyarakat mampu menciptakan situasi “khas” yang memiliki sebuah nilai jual tersendiri dari keunggulan lokalitasnya untuk disuguhkan kepada wisatawan yang datang.

Weaver dan Lawton *dalam* Jangra *et al.* (2021) menyebut pariwisata sebagai komponen kritis pengembangan ekonomi modern. Oleh sebab itu, kini pariwisata menjadi perhatian penting untuk dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia. Terkait dengan hal ini oleh sebab itu, dapat disebut bahwa peluang sangat terbuka bagi siapapun untuk menghidupkan pariwisata melalui pembangunan destinasi wisata dengan dukungan pemerintah dalam bentuk pembangunan infrastruktur.

Tanjung Selaki adalah salah satu pantai di Lampung Selatan. Tipe pantai ini memiliki karakter unik, yakni memiliki pasir putih yang halus dan terdapat batu berukuran sedang dan menghiasi tepian pantai. Luas kawasan ini sekitar 5 (lima) ha dengan berbagai fasilitas antara lain *gazebo* untuk bersantai, lokasi foto kekinian,

ayunan, kios makanan dan minuman serta cinderamata, perlengkapan renang yang dapat disewa, luasnya lahan parkir, areal pancing.

Keindahan dan kealamian pantai juga harus didukung dengan fasilitas dan aksesibilitasnya, yang sangat mempengaruhi lama kunjungan dan meningkatkan jumlah kunjungan (Nguyen, 2021; Rokhayah & Andriana, 2021). Pariwisata pada dasarnya adalah kegiatan dimana orang pergi ke tempat asing untuk mencari pengalaman tertentu, dan kepuasan wisatawan adalah indikator utama dari pengalaman wisatawan, sehingga penting untuk mempelajari masalah yang dihadapi oleh pengembang pariwisata dari perspektif wisatawan untuk panduan praktis. Dapat pula disebut bahwa, persepsi wisatawan adalah proses psikologis di mana wisatawan memperoleh informasi tentang pariwisata baik gambar, kondisi lingkungan pariwisata, dll. melalui indera mereka, dan persepsi wisatawan dibentuk oleh lingkungan di mana wisatawan beraktivitas di lokasi pariwisata. Jangra *et al.* (2021b) menyatakan, pengalaman wisatawan merupakan hal yang mendasar bagi citra dan pengembangan destinasi wisata.

Untuk wilayah Lampung Selatan, keberadaan persepsi wisatawan terhadap lokasi wisata Tanjung Selaki, masih belum terungkap secara eksplisit dalam berbagai laporan yang sifatnya ilmiah. Namun

demikian, informasi ataupun testimoni tentang keindahan lokasi ini terekspos melalui media sosial sebagaimana hasil penelitian ini. Beberapa situs misalnya [www.balioh.com](http://www.balioh.com), [rian.or.id](http://rian.or.id), [www.pariwisat alamsel.com](http://www.pariwisat alamsel.com) dan [www.traveloka.com/en-id/destination/landmark/tanjung-selaki-beach-91510557050761](http://www.traveloka.com/en-id/destination/landmark/tanjung-selaki-beach-91510557050761), menginformasikan lokasi Tanjung Selaki sebagai destinasi menarik dan patut dikunjungi. Oleh sebab itu, informasi tentang persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata Tanjung Selaki dapat disebut sebagai sebuah upaya untuk mendalami keinginan wisatawan dan dapat digunakan sebagai *feedback* bagi pengelola ataupun pemerintah daerah untuk membuat lokasi wisata Tanjung Selaki menjadi lebih baik lagi sesuai harapan wisatawan.

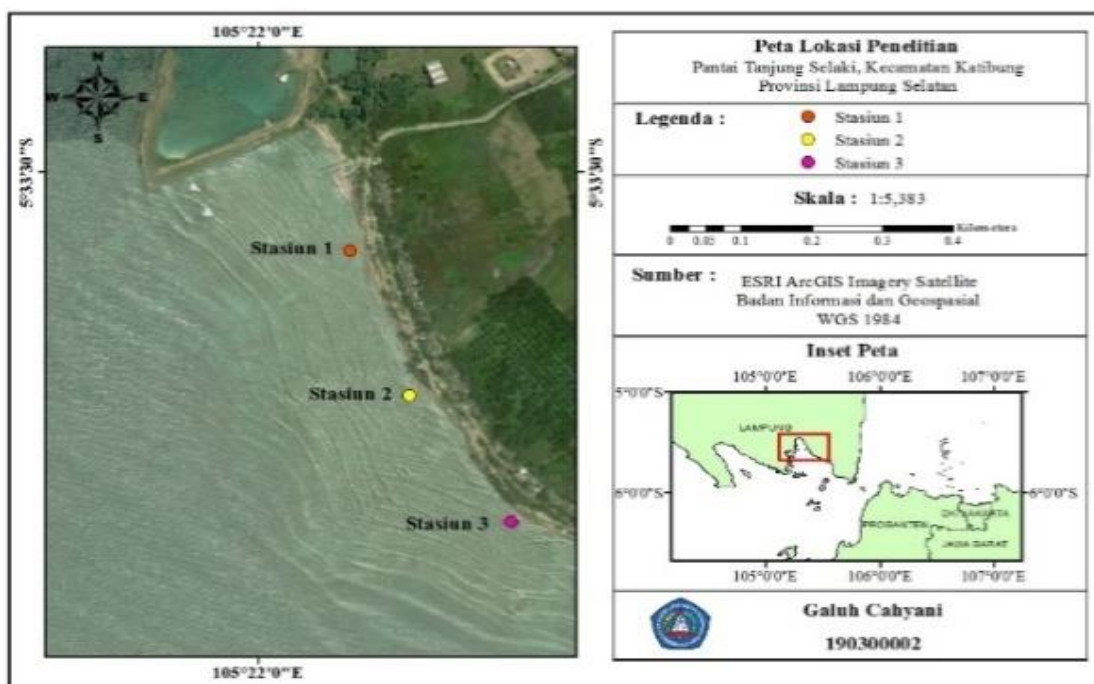
Berdasarkan hal di atas, persepsi pengunjung wisata pantai ini perlu diteliti. Hasil ini akan sangat penting bagi pihak pengelola untuk memahami persepsi pengunjung terhadap lokasi wisata pantai dan untuk mengambil tindakan yang diperlukan bagi peningkatan kualitas dan kenyamanan pengunjung. Pada sisi lain, hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi sektor andalan di Kabupaten Lampung Selatan disebabkan pantai ini sangat terkenal karena daya tariknya yang unik. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi pengunjung saat melakukan kunjungan ke Pantai Tanjung Selaki

terkait dengan amenitis, aksesibilitas dan atraksi (daya tarik) kawasan pantai ini.

## METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan di Pantai Tanjung Selaki yang merupakan salah satu dari tiga Pantai yang berada pada garis sejajar daerah terluar kecamatan Katibung Lampung Selatan. Waktu penelitian dilakukan pada bulan April 2023 dengan menyebarkan kuisisioner sederhana untuk memudahkan dalam pendeskripsian karakteristik responden penelitian.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Studi kasus adalah metode penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu kasus spesifik. Adapun syarat yang harus dipenuhi pada metode studi kasus adalah kekinian dan keunikan kasus (Laurenasia *et al.*, 2020). Jenis data pada penelitian terbagi menjadi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi lapangan sedangkan data sekunder dikumpulkan dengan pemetaan deskriptif.



Gambar 1. Lokasi Penelitian

Data primer diperoleh dari 100 responden, dimana mereka menjawab kuisisioner persepsi pengunjung yang selanjutnya diolah untuk menghitung skala Likert.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kedaaan Umum Wilayah

Pantai Tanjung Selaki berdekatan dengan Pantai Pasir Putih dan Pantai Sebalang. Menurut Fauzi *et al.* (2022) penanda lokasinya adalah keberadaan Pembangkit Listrik Tenaga Uap (PLTU) Sebalang yang masih aktif. Letak geografis Pantai Tanjung Selaki berada di Teluk

Lampung, secara spesifik bertempat di Desa Tarahan yang termasuk wilayah terluar Kecamatan Katibung Wilayah Administratif Kabupaten Lampung Selatan di Provinsi Lampung. Keberadaan Desa Tarahan sudah berdiri sejak Kemerdekaan Republik Indonesia diproklamirkan pada tahun 1945 oleh Ir. Soekarno. Rahmawati *et al.* (2023) melakukan observasi pada 15 orang pengusaha ikan asin di desa ini, karena mayoritas penduduk desanya berprofesi sebagai pelaut. Makna nama "Tarahan" sendiri jika diartikan dalam Bahasa Lampung disebut sebagai suatu kegiatan membuat perahu dengan alat bantu yang berbentuk menyerupai kampak kecil (Sejarah Desa-Desa Tarahan, n.d.).

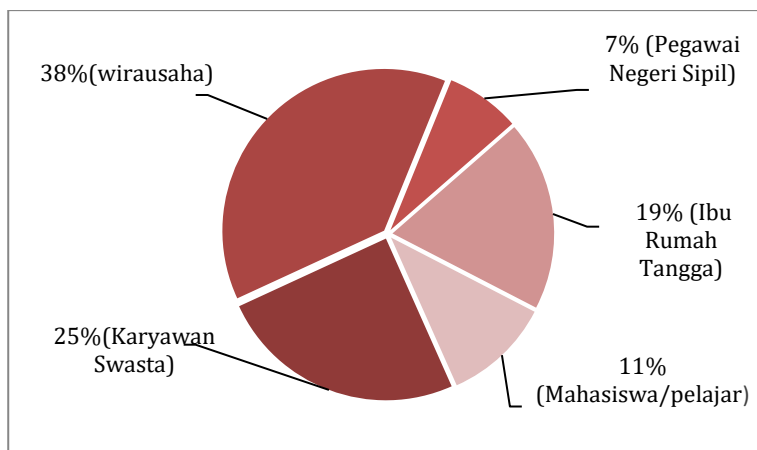
Wardana *et al.*, (2022) menyebutkan Desa Tarahan memiliki luas wilayah sebesar 40,2 km<sup>2</sup> dan tidak jauh dari Kota Bandar Lampung, wilayah desa ini sendiri terbagi menjadi 10 dusun yang mana di dalamnya terdapat 30 Rukun Tetangga (RT). Kondisi kontur tanah perbukitan menjadikan desa yang berada satu meter dari atas permukaan laut ini menyadari perlunya mengembangkan potensi yang dimiliki selain budidaya ikan serta nelayan, dalam kegiatan pengabdian masyarakat (Yuliana *et al.*, 2022) yang dituangkan dalam artikel jurnal ilmiah menyebutkan adanya upaya pertanian, konservasi lahan

mangrove hingga Objek Wisata Sembalang Eco Park.

Potensi wisata di Desa Tarahan ini turut dimanfaatkan oleh masyarakat setempat, menurut Kesumah *et al.*, (2024) terdapat 739 orang atau 9,35% dari total jumlah penduduk (7.909 jiwa) di Desa Tarahan memiliki bisnis. Terutama di wilayah Dusun Cintamaya dan Dusun Suka Bandung sebagai Pusat oleh-oleh Khas Lampung, berbagai bisnis tersebut memperlengkapi deretan cafe tempat berteduh bagi para penikmat panorama terbenamnya matahari di pantai (Fransiska *et al.*, 2022).

### **Karakteristik Responden**

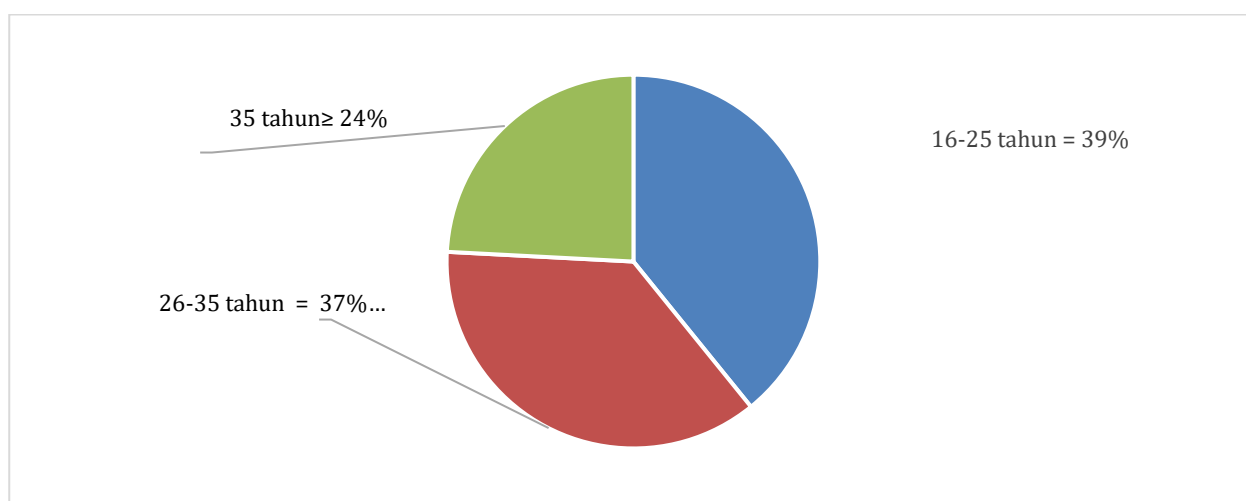
Latar belakang yang dipaparkan adalah pekerjaan, umur, pengalaman berwisata dan sumber informasi tentang lokasi wisata. Terbanyak pengunjung yang datang bekerja sebagai wirausaha sebesar 38%, sisanya sebagai karyawan swasta, Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan pelajar. Kunjungan tertinggi dilakukan oleh pengunjung dengan kisaran usia 16-25 tahun, dimana usia tersebut dianggap usia produktif untuk melakukan sebuah perjalanan wisata. Dilihat dari pengalaman berkunjung berwisata, sebesar 82,5% pengunjung berpengalaman telah mengunjungi lebih dari 2 hingga 10 lokasi berbeda. Penyajian karakteristik responden disajikan dalam bentuk grafik di bawah ini.



Gambar 2. Kelompok Pekerjaan Pengunjung

Berdasarkan diagram di atas dapat dilihat bahwa Pegawai Negeri Sipil (PNS) merupakan pengunjung dengan presentase terkecil yaitu sebesar 7%, sedangkan jumlah pengunjung paling banyak berprofesi sebagai wirausaha yaitu sebesar 38%. Berdasarkan data ini

dapat dilihat para wirausaha ini mulai melihat potensi UMKM yang dapat dikembangkan di Pantai Tanjung Selaki. Untuk mengembangkan UMKM perlu dilakukan pengembangan produk dengan peningkatan kualitas (Rahmawan *et.al.*, 2023).

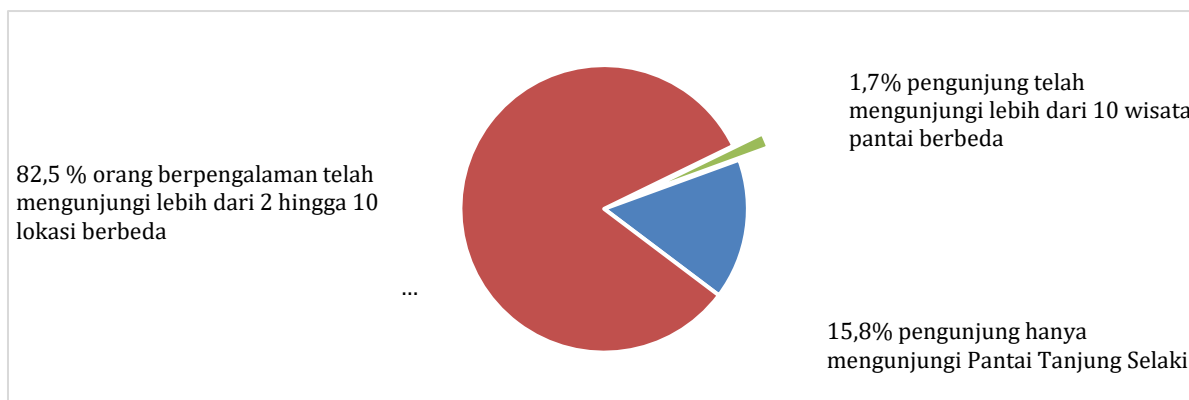


Gambar 3. Rata-rata Umur Pengunjung

Berdasarkan diagram di atas dapat diketahui bahwa pengunjung dengan jumlah terbesar adalah usia 16-25 tahun yaitu sebesar 39%. Pengunjung dengan usia ini termasuk dalam kategori Generasi Z. Dimana generasi Z merupakan generasi yang sangat bersahabat dengan teknologi

dan juga media sosial (Sarasati *et al.*, 2023) dengan demikian generasi ini akan mencari informasi tentang berbagai hal termasuk tentang daerah wisata dengan menggunakan media teknologi informasi dan komunikasi atau pun media sosial karena generasi Z memiliki jejaring

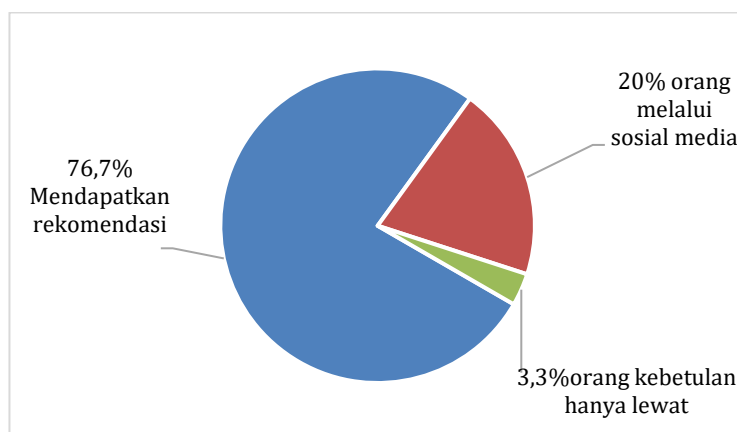
pertemanan secara formal atau pun informal.



Gambar 4. Pengalaman Berwisata Pengunjung

Berdasarkan diagram di atas maka diketahui bahwa 82,5% pengunjung yang berkunjung ke Pantai Tanjung Selaki sudah pernah lebih dari 2 kali berkunjung ke Pantai Tanjung Selaki dan juga pantai

lain yang berbeda. Hal ini tidak mengherankan karena Lokasi Pantai Tanjung Selaki tidak jauh dari Pantai Pasir Putih dan juga Pantai Sebalang.



Gambar 5. Sumber Informasi yang Diterima Pengunjung

Dari diagram di atas diketahui bahwa sumber informasi tentang wisata Pantai Tanjung Selaki berasal dari rekomendasi langsung yaitu sebesar 76,7%. Sumber informasi yang juga cukup besar persentasenya adalah berasal dari media sosial yaitu sebesar 20% sedangkan hanya 3,3% responden yang hanya kebetulan lewat sehingga mengetahui tentang Pantai Tanjung Selaki. Penyebaran

informasi pada era digital memanfaatkan media sosial agar dapat menjangkau masyarakat (Azzariaputrie & Avicenna, 2023). Konten yang dimasukkan dalam media sosial dapat menarik perhatian Masyarakat dan juga dapat meningkatkan kesadaran Masyarakat tentang sebuah barang, jasa dan juga tempat wisata (Mangngi *et al.*, 2024).

### Perhitungan Persepsi Pengunjung

Hasil penilaian persepsi pengunjung Pantai Tanjung Selaki terhadap tiga parameter yaitu atraksi, aksesibilitas, dan amenitas.

### 1. Atraksi/Daya Tarik Wisata

Kelompok pertanyaan untuk atraksi dimaksudkan untuk melihat bagaimana persepsi pengunjung terhadap keindahan alam, perubahan perasaan, serangkaian kegiatan, kenyamanan dan keamanan, serta kebersihan yang ada di Pantai Tanjung Selaki. Skor atau nilai yang diperoleh kecenderungannya positif dimana skor yang diperoleh lebih besar dari skor rata-rata. Pengunjung menyetujui pertanyaan yang diajukan, sehingga dapat dibuktikan bahwa wisatawan memang benar secara langsung merasakan pengalaman berwisata yang menyenangkan.

### 2. Aksesibilitas

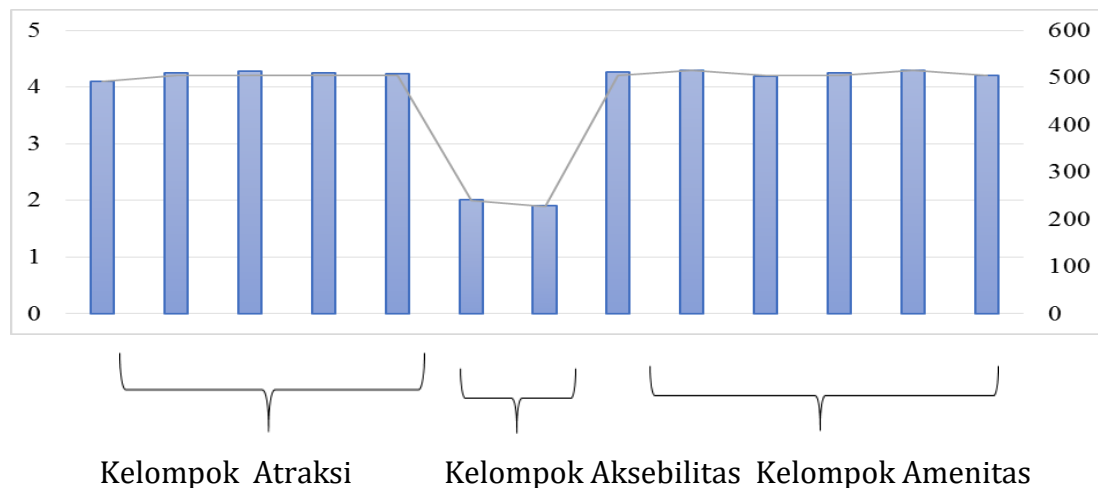
Dua (2) butir pertanyaan yang terkait dengan kelompok aksesibilitas diberikan oleh pengunjung dengan penilaian negatif, yaitu kondisi jalan yang kurang memadai serta tidak adanya jaringan transportasi untuk memudahkan pengunjung. Skor jawaban responden lebih kecil dari skor rata-rata. Sedangkan butir pertanyaan kelompok pertanyaan ini terdiri dari kebenaran di lokasi wisata mengenai

keadaan jaringan transportasi, kondisi jalan yang dimiliki dengan kondisi baik, pengunjung memberikan penilaian negatif terhadap 2 butir pertanyaan tersebut dimana kondisi jalan yang kurang memadai serta tidak adanya jaringan transportasi untuk memudahkan pengunjung, dimana hal tersebut menjadi pertimbangan untuk pengunjung yang tidak memiliki kendaraan pribadi, namun dibalik kurangnya akses Pantai Tanjung Selaki menyediakan lahan yang luas sebagai area parkir untuk menampung kendaraan pengunjung yang digunakan sebagai alat transportasi.

### 3. Amenitas

Kelompok pertanyaan ini juga tidak kalah penting yaitu berkaitan dengan fasilitas penunjang kegiatan berwisata seperti tempat beribadah umat muslim, toko souvenir, kuliner, toilet, air bersih, penyewaan pondok dan lainnya diungkap telah memadai dan memenuhi keinginan pengunjung dalam berwisata dan selalu mengalami peningkatan menjadi lebih baik dari tahun ke tahun dan memperoleh penilaian positif. Tanggapan responden disebut positif disebabkan skor jawaban lebih tinggi dari skor rata-rata. Berikut gambaran penilaian persepsi pengunjung tertuang dalam Gambar 6.





Gambar 6. Skor Penilaian Persepsi Terhadap Fasilitas Utama dan Penunjang Kawasan Wisata

Permenparekraf Nomor 3 Tahun 2022 menekankan pentingnya aksesibilitas, bagi daerah yang memiliki daya tarik wisata utamanya yang memiliki suatu keunikan tersendiri, juga keindahan tak ternilai dapat berupa keanekaragaman kekayaan alam yang tersaji, kearifan budaya, bahkan hasil kreasi buatan manusia yang dapat ditawarkan menjadi sasaran atau tujuan kunjungan bagi para wisatawan. Menurut (Tomy & Sugiama, 2016) menyebut komponen 3 A (Aksesibilitas, Atraksi, dan Ameniti) sebagai komponen pendukung pariwisata.

Hasil penelitian di atas persepsi pengunjung memenuhi harapan kementerian pariwisata, walau tidak sepenuhnya, dimana aksesibilitas yang relatif rendah menurut persepsi wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata ini. Hal ini senada dengan pernyataan (Han & Zhu, 2022), di mana

apabila ada perubahan emosional pengunjung wisata ke bentuk yang lebih baik, maka akan kondusif bagi pariwisata.

Dengan kata lain, apabila pengunjung merasakan bahwa akses menuju lokasi tidak memenuhi ekspektasi pengunjung, maka jangan berharap bahwa lokasi wisata Tanjung Selaki tersebut akan diminati oleh wisatawan di masa yang akan datang. Menurut Goeldneret (Erislan, 2016) daya tarik wisata adalah semua faktor yang menghasilkan arus wisatawan ke suatu lokasi tertentu.

Setelah wisatawan menyelesaikan aktivitas berwisata, sebuah kontras di mata wisatawan akan terbentuk apabila ekspektasi sebelum berwisata dirasakan berbeda dengan kenyataan di tempat wisata. Perbedaan antara ekspektasi dan kenyataan diadopsi untuk mempengaruhi ekspektasi berwisata di lain waktu. Bahkan mungkin akan dituangkan oleh

wisatawan dalam media sosial atau blog mereka dan pada akhirnya akan memberikan nilai baik terhadap lokasi wisata apabila perbedaan itu bersifat positif, dan akan buruk apabila perbedaan itu bersifat negatif. Time News (Fadley, 2024) memberikan deskripsi terkait fasilitas jalan ke lokasi dari jalan utama sejauh 1 km rusak. Kerusakan pada akses fisik jalan utama tersebut belum mendapatkan perhatian dari pemangku kepentingan sebagaimana yang diungkapkan (Deki, 2019) tentang betapa vital peran pemerintah. Kendati demikian tidak menyurutkan semangat para pengunjung untuk menikmati keindahan pemandangan area sekitar pantai yang memukau (Rafif *et al.*, 2023).

Berbagai upaya perlu dilakukan demi menarik hati pengunjung sebuah objek wisata. (Hidayat & Maryani, 2019) menyebutkan suatu objek wisata yang berbasis kekayaan alam perlu diperhatikan sejumlah hal yang memberi dampak pada pemenuhan kepuasan wisatawan. Salah satu urgensinya terletak pada akses dan ketersediaan fasilitas umum yang memadai. Jika hal mendasar ini telah dipenuhi, maka kelestarian lingkungan alam setempat agar tetap lestari dapat dihimbau secara masif atau ditempuh melalui cara kreatif dengan membuat media film yang bertepatan pentingnya merawat lingkungan hidup

(Ayu & Anggraini, 2023). Selain itu, Manggi *et al.* (2024) juga menekankan pentingnya memilih strategi komunikasi yang tepat untuk menjembatani kepentingan pengelola pariwisata dengan wisatawan sebagai pengunjung atau konsumen yang perlu diutamakan pemerolehan kepuasan serta mereduksi kemungkinan terjadinya kekecewaan.

Pada sisi ini, pengelola pariwisata sebaiknya mengantisipasi hal di atas, mengingat bahwa 'konsumen adalah raja', dan 'suara konsumen adalah suara Tuhan', dalam bentuk interaktif antara konsumen dan manajemen, dimana manajemen melakukan monitoring sikap dan perilaku konsumen melalui komentar atau tanggapan konsumen baik langsung atau tidak langsung (media sosial). Apalagi responden penelitian 20% memperoleh informasi tentang lokasi wisata berasal dari media sosial.

Adanya isu-isu negatif yang muncul terkait dengan fasilitas dari sisi amenities, atraksi dan aksesibilitas dari lokasi Tanjung Selaki, baik dari individu, komunitas atau *netizen*, sebaiknya segera diantisipasi secara positif, sekaligus membangun citra lokasi wisata pantai Tanjung Selaki yang indah dan terus melakukan promosi melalui berbagai *platform* internet. Platform ini digunakan untuk mengedukasi, meningkatkan kognisi wisatawan, serta

memvisualisasikan keindahan lokasi. Sebaliknya untuk isu-isu positif sebaiknya ditangani semaksimalnya untuk menjadi daya dorong bagi manajemen untuk memuaskan konsumen dengan layanan yang lebih baik. Adanya peningkatan layanan ini, yang tersaji dalam website lokasi wisata, akan memberi nilai tambah terhadap persepsi positif terhadap lokasi wisata di mata para wisatawan.

Metode pemantauan atau monitoring persepsi wisata baik secara langsung melalui uji petik/sampling atau melalui platform internet sebaiknya dilakukan oleh pengelola wisata, sehingga pengelola dapat langsung mengeksekusi bentuk intervensi apa yang harus dilakukan, juga bentuk perbaikan apa yang sesungguhnya diinginkan wisatawan.

Wondama *et. al.* (2019) mengedepankan infrastruktur sebagai elemen prioritas dalam pengembangan wilayah pariwisata sebagai bentuk pembangunan yang berkelanjutan, dan menurut Hayati (2022), semua ini pada gilirannya dapat memberi dampak signifikan pada aspek bidang sosial kemasyarakatan dan bermanfaat memberi penghidupan dari aspek ekonomi warga. Srihardjono (2019<sup>a</sup>) menyebutkan akan terdapat hal lain yang perlu dicermati sebenarnya yaitu efek domino dari pembangunan infrastruktur pada suatu kawasan wisata akan menjadi sorotan

publik, sehingga secara tidak langsung mengundang daya dukung lintas sektoral yang menjadi pondasi dasar pemenuhan beragam faktor penunjang sektor pariwisata yang berkesinambungan.

Pada sisi lain, pembangunan suatu daerah yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh lapisan masyarakat (Srihardjono, 2019b) dapat dijadikan sebagai pemicu bagi tumbuhnya obyek wisata baru yang didukung oleh infrastruktur berupa aksesibilitas ke lokasi wisata. Pembangunan infrastruktur pada gilirannya akan merangsang percepatan pertumbuhan ekonomi suatu daerah.

Sebagai industri jasa, sektor pariwisata telah memberikan kontribusi dan peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, pengembangan wilayah maupun peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui kontribusi dalam menyumbangkan devisa, kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, disamping peran sosial, budaya, dan lingkungan dalam pelestarian sumber daya alam dan budaya. Nurhasanah *et. al.* (2017) menyebutkan banyak destinasi wisata di Provinsi Lampung yang belum dikembangkan secara optimal, baik dari sisi infrastrukturnya dan keterlibatan masyarakat lokal.

Paradigma pariwisata sebagai sektor strategis ekonomi kreatif yang bersumber pada kegiatan ekonomi menyebabkan Negara Kesatuan Republik Indonesia harus mengakui banyak memperoleh pendapatan dari sektor ini. Oleh karenanya, pembangunan pada berbagai destinasi pariwisata mutlak diprioritaskan dengan mempertimbangkan multi aspek mulai dari isu paling mendasar soal aksesibilitas menuju lokasi wisata, ditunjang dengan beberapa fasilitas umum yang memiliki urgensi utama terkait kebutuhan manusia dalam melakukan kegiatan konsumsi, penunjang kenyamanan berwisata (tempat berteduh, parkir kendaraan, dst) hingga buang air kecil maupun BAB atau Buang Air Besar (Hidayat *et al.*, 2022). Sinergi antar lembaga penyelenggara fasilitas-fasilitas tersebut perlu diupayakan secara efektif dengan melibatkan pihak pemerintah agar terwujudnya aksesibilitas yang baik sehingga wisatawan leluasa dan nyaman menuju destinasi wisata.

Hasil penelitian ini memperlihatkan diperlukannya pendekatan ke pihak berwenang, yakni pemerintah daerah untuk membangun infrastruktur jaringan transportasi ke arah lokasi wisata. Hal ini sejalan dengan UU No. 10 Tahun 2009 yang mengamanatkan urgensi andil pemerintah daerah setempat dalam mengoptimalkan potensi yang dimiliki

destinasi wisata tertentu untuk menjadi sumber pendapatan daerahnya, dengan cara mengalokasikan anggaran untuk pembangunan fasilitas yang memadai, hingga mengemas nilai jual untuk mendorong tumbuhnya investasi dan/atau penanaman modal untuk mengembangkan pariwisata ke tingkat yang lebih populer (Deki, 2019b). Selaras dengan penjelasan tersebut, (Olsen *et al.*, 2024) menyebutkan agar para pembuat kebijakan dan perencana perlu memastikan bahwa keragaman fasilitas lokal termasuk dalam kebijakan lingkungan setempat. Selanjutnya (Oh *et al.*, 2010) menyebut bahwa keberadaan area komersial sangat disukai wisatawan, sehingga mengembangkan area ini menjadi hal yang harus diperhatikan investor.

Selain itu, masyarakat lokal juga mempengaruhi jumlah wisatawan dan persepsi mereka karena perilaku dan keramahan mereka memainkan peran penting dalam pengembangan pariwisata. Wisatawan lebih cenderung untuk kembali dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada teman dan kerabat mereka ketika mereka merasa nyaman dan disambut oleh masyarakat setempat (Ribeiro *et al.*, 2018). Di sisi lain, jika wisatawan diperlakukan dengan acuh tak acuh atau tidak peduli, sebuah destinasi

secara bertahap dapat menjadi kurang menarik (Junaid, 2018).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan menunjukkan bahwa persepsi pengunjung terhadap Pantai Tanjung Selaki mendapat hasil setuju dengan berbagai aktivitas, fasilitas, perubahan perasaan, keindahan alam, dan kenyamanan saat berkunjung namun mendapatkan hasil tidak setuju pada penilaian terhadap jaringan transportasi dan kondisi jalan menuju lokasi wisata. Oleh sebab itu pembangunan infrastruktur berupa jaringan transportasi ataupun jaringan komunikasi dapat menjadi prioritas bagi pemerintah daerah.

Pada sisi lain, diharapkan pengelola dapat melakukan berbagai peningkatan kenyamanan, kenyamanan wisatawan dan kapasitas personalnya sehingga dapat makin meningkatkan kualitas destinasi dan pada gilirannya akan meningkatkan jumlah pengunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

Arief Rahmawan, Ma'rifat, T. N., Luketsi, W. P., Sjurjahady, D. A., Gorotomole, M. A. A., & Kusuma, B. (2023). Analisis Kinerja Produk Keripik Lele Untuk Peningkatan Kualitas Berkelanjutan UMKM. *Jurnal Lemuru*, 5(3), 443-452. <https://doi.org/10.36526/jl.v5i3.3176>

Asmara, S. N., Salim, M., Adhitya, G. N., Marta, R. F., Hariyanti, N., & Nur, F. A. (2024). Revitalizing Indonesian Tourism: Insights from Gunungkidul Regency ' s Communication Strategy Revitalisasi Pariwisata Indonesia : Wawasan Strategi Komunikasi Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 51-66.

Athaya Nadjla Azzariaputrie, & Fitria Avicenna. (2023). Pengaruh Content Marketing TikTok terhadap Customer Engagement (Studi Kuantitatif pada Akun TikTok SilverQueen Selama Masa Campaign Banyak Makna Cinta). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1(2), 20-25. <https://doi.org/10.59408/netnografi.v1i2.11>.

Ayu, A. M., & Anggraini, K. D. (2023). Film Aquaman Sebagai Media Kampanye Kesadaran Lingkungan Global. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 2(1), 19-26. <https://doi.org/10.59408/netnografi.v2i1.15>.

Deki, J. (2019a). Pariwisata Air Terjun Berawan Di Kabupaten Bengkayang Oleh : Januardi Deki E1031151031 Of Berawan Waterfall Tourism In Bengkayang Regency A . Pendahuluan Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas layanan yang dis. *GOVERNANCE, Jurnal S1 Ilmu Pemerintahan*, 1-17.

Deki, J. (2019b). Pariwisata Air Terjun Berawan Di Kabupaten Bengkayang Oleh : Januardi Deki E1031151031 Of Berawan Waterfall Tourism In Bengkayang Regency A . Pendahuluan Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas layanan yang dis. *GOVERNANCE, Jurnal S1 Ilmu Pemerintahan*, 1-17.

- Erislan. (2016). Tourist Attraction and the Uniqueness of Resources on Tourist Destination in West Java, Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 15(1), 251–266.
- Fadley, A. (2024). *Yuk Kita... Kunjungi Pantai Selaki di Lampung Selatan: Wisata Alam Terbaik Penuh Pesona Keindahannya Alamnya - Timenews*. <https://www.timenews.co.id/Hiburan/99512811932/Yuk-Kita-Kunjungi-Pantai-Selaki-Di-Lampung-Selatan-Wisata-Alam-Terbaik-Penuh-Pesona-Keindahannya-Alamnya>.
- Fauzi, M. A. R., Pamungkas, R. J., Ahmad, A. L., & Panjaitan, W. S. (2022). Analisa Kesesuaian Kawasan Wisata Pantai Sebalang, Desa Tarahan, Lampung Selatan. *Jurnal Kelautan: Indonesian Journal of Marine Science and Technology*, 14(3), 223–231. <https://doi.org/10.21107/jk.v14i3.9761>
- Fransiska, N., Gunarto, T., Ratih, A., Emalia, Z., & Suparta, I. W. (2022). Estimasi Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Sebalang Di Kabupaten Lampung Selatan Dengan Pendekatan Travel Cost Method. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(6), 1081–1094.
- Gandakusumah, B., & Marta, R. F. (2020). Exploration of Bandung Through Anholt Hexagonal City Brand Sustained By Corn Agribusiness in Arjasari District. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 4(2), 226–237. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v4i2.7522>.
- Han, G., & Zhu, C. (2022). Research on Tourism Attraction, Tourism Experience Value Perception and Psychological Tendency of Traditional Rural Tourism Destinations. *International Journal of Neuropsychopharmacology*, 25(Supplement\_1), A72–A73. <https://doi.org/10.1093/ijnp/pyac032.099>.
- Hayati, L. N. (2022). Analisis Pembangunan Infrastruktur Jalan Terhadap Perkembangan Pariwisata Kawasan Pinggiran Kota (Studi Kasus Pada Desa Wisata “SETIGI” Kabupaten Gresik). *Jurnal Economic and Strategy*, 4(2), 1–11.
- Hidayat, D. C., & Maryani, R. (2019). Analisis Kelayakan Potensi Ekowisata Air Terjun Riam Jito Di Kecamatan Kembayan, Kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat. *Jurnal Penelitian Pengelolaan Daerah Aliran Sungai*, 3(1), 59–78. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Hidayat, D., Manurung, H., & Manurung, H. (2022). *The Quality of Tourist Destinations and The Creative Economy Improvement in Indonesia*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11259.59680>.
- Jangra, R., Kaushik, S. P., & Saini, S. S. (2021a). An analysis of tourist's perceptions toward tourism development: Study of cold desert destination, India. *Geography and Sustainability*, 2(1), 48–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.geosus.2021.02.004>.
- Jangra, R., Kaushik, S. P., & Saini, S. S. (2021b). An analysis of tourist's perceptions toward tourism development: Study of cold desert destination, India. *Geography and Sustainability*, 2(1), 48–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.geosus.2021.02.004>
- Junaid, I. (2018). *Pariwisata bahari: Konsep dan studi kasus*.

- Kesumah, F. S. D., Mardiana, N., Muslimin, & Andriani, L. (2024). Peningkatan Literasi Keuangan dan Sistem Pembiayaan bagi Pelaku UMKM di Desa Tarahan Lampung Selatan. *BEGAWI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 35–39.
- Kurniawati, S. M. W., & Marta, R. F. (2021). Menelusik Sejarah Gudeg Sebagai Alternatif Wisata Dan Citra Kota Yogyakarta. *Sejarah Dan Budaya*, 15(1), 26–35. <https://doi.org/10.17977/um020v15i12021p26>
- Laurensia, B., Sitanggang, H. J., Marta, R. F., Daniar, A., & Menayang, A. P. (2020). Integrasi Orkestrasi Pemasaran dengan Filosofi Dwi Sapta pada Kasus Vaseline Healing Project. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 28–41. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.38>
- Lesilolo, N., & Marta, R. F. (2020). Konsep the City Brand Hexagon Pada Kota Ambon Sebagai Identitas Kota Musik. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 8(2), 107–114. <https://doi.org/10.35814/tourism.v8i2.1587>
- Manggi, D. M., Mandaru, S., & Pietriani. (2024). Communication Strategy of Paradox Coffee and Roastery in Building Brand Image Through Instagram Social Media. *Jurnal Netnografi Komunikasi (JNK)*, 2(2), 105–122.
- Manggi, D. mone, Silvana Mandaru, & Pietriani. (2024). Strategi Komunikasi Paradox Coffee And Roastery Dalam Membangun Brand Image Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 2(2), 64–82. <https://doi.org/10.59408/jnk.v2i2.34>
- Menayang, A. P., & Marta, R. F. (2020). Branding of North Sulawesi tourism through the hexagon of competitive identity. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(2), 410. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i2.2474>
- Nguyen, Q. H. (2021). Impact of investment in tourism infrastructure development on attracting international visitors: A nonlinear panel ARDL approach using Vietnam's data. *Economies*, 9(3). <https://doi.org/10.3390/economies9030131>
- Nurhasanah, I. S., Alvi, N. N., & Persada, C. (2017). Perwujudan Pariwisata Berkelanjutan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Lokal Di Pulau Pahawang, Pesawaran, Provinsi Lampung. *Tataloka*, 19(2), 117. <https://doi.org/10.14710/tataloka.19.2.117-128>
- Oh, C. O., Draper, J., & Dixon, A. W. (2010). Comparing resident and tourist preferences for public beach access and related amenities. *Ocean & Coastal Management*, 53(5–6), 245–251. <https://doi.org/10.1016/J.OCECOA.MAN.2010.04.007>
- Olsen, J. R., Nicholls, N., Whitley, E., & Mitchell, R. (2024). Association between local amenities, travel behaviours and urban planning: A spatial analysis of a nationwide UK household panel study. *Journal of Transport and Health*, 36(February), 101784. <https://doi.org/10.1016/j.jth.2024.101784>
- Rafif, A. A., Wicaksono, A. D., & Firdausiyah, N. (2023). Evaluasi Wisata Pesisir Di Kabupaten

- Lampung Selatan Berdasarkan Beach Quality Index (Bqi). *Planning for Urban Region and Environment*, 12(1), 187–198.
- Rahmawati, S. H., Wijayanti, A., Mahmudi, M., Zulkarnain, F., Khoiriyah, B., & Wahidah, N. I. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pemanfaatan Limbah Produksi Ikan Asin Sebagai Bahan Baku Tepung Ikan di Desa Tarahan, Kecamatan Katibung, Lampung Selatan. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 11(1), 49–54. <https://doi.org/10.29100/j-adimas.v11i1.4431>
- Ribeiro, M. A., Woosnam, K. M., Pinto, P., & Silva, J. A. (2018). Tourists' Destination Loyalty through Emotional Solidarity with Residents: An Integrative Moderated Mediation Model. *Journal of Travel Research*, 57(3), 279–295. <https://doi.org/10.1177/0047287517699089>
- Rokhayah, E. G., & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- Safitra, R., Salim, M., Marta, R. F., & Hariyanti, N. (2022). Peningkatan Wisatawan Masa New Normal: Telaah Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar. *Jurnal Politikom Indonesia:Kajian Ilmu Pemerintahan, Ilmu Politik DanIlmu Komunikasi*, 7(1), 40–64.
- Sarasati, F., Olivia, H., & Sudarsono, A. B. (2023). Penggunaan Fitur Close Friends Instagram Sebagai Media Pengungkapan Diri Pada Generasi Z. *J-IKA*, 9(2), 92–99. <https://doi.org/10.31294/kom.v9i2.14267>
- Sejarah Desa - Desa Tarahan*. (n.d.).
- Srihardjono, N. B. (2019a). Hubungan Antara Pembangunan Infrastruktur Dan Kemampuan Usaha Masyarakat. *Reformasi*, 9(2), 174. <https://doi.org/10.33366/rfr.v9i2.1542>
- Srihardjono, N. B. (2019b). Hubungan Antara Pembangunan Infrastruktur Dan Kemampuan Usaha Masyarakat. *Reformasi*, 9(2), 174. <https://doi.org/10.33366/rfr.v9i2.1542>
- Tomy, A., & Sugijama, G. (2016). *The Analysis of Potential 4A's Tourism Component in the Selasari Rural Tourism, Pangandaran, West Java*. 138–144. <https://doi.org/10.2991/atf-16.2016.21>
- Wardana, J., Maharani, H. W., & Diantari, R. (2022). Identifikasi Sampah Laut Anorganik di Pantai Sebalang dan Pantai Tanjung Selaki, Desa Tarahan, Kecamatan Katibung, Kabupaten Lampung Selatan Identification of Anorganic Waste in Sebalang Beach and Tanjung Selaki Beach, Tarahan Village, Subdistrict Ka. *Jurnal Perikan Dan Kelautan*, 27(1), 67–73.
- Wondama, K. T., Barat, P., Tingginehe, A. M., Waani, J. O., & Wuisang, C. E. V. (2019). Perencanaan Pariwisata Hijau Di Distrik Roon Kabupaten Teluk Wondama, Papua Barat. *Jurnal Spasial: Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 6(2), 511–520.
- Yuliana, D., Damai, A. A., Hasani, Q., & Diantari, R. (2022). Pemahaman Masyarakat Desa Ketapang



Kabupaten Pesawaran Tentang  
Sampah Laut (Marine Debris). *Jurnal*  
*Pengabdian Fakultas Pertanian*

*Universitas Lampung, 01(02), 186-*  
*192.*