

KEBIJAKAN PEMERINTAH KABUPATEN PACITAN DALAM UPAYA PENGUATAN PARIWISATA MELALUI BRANDING “PARADISE OF JAVA”

Titin Puji Saputri^{1*}, Yusuf Adam Hilman¹, Robby Darwis Nasution¹
¹Program Studi Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia
*Email: tpujisaputri@gmail.com

Article Info

Keyword:
Implementation¹;
Policy²;
Paradise of java³;
Tourist⁴.

Abstract: This study aims to find out how to implement the policy of the tourism office, so the purpose of this research is to find out the implementation of the policy of the tourism office, culture, youth and sports in realizing paradise of java in Pacitan Regency. This type of research is descriptive research aimed at describing what has been and is in effect. In addition, descriptive research is also a problem solving procedure that is investigated by moving, describing the wealth of subjects, research objects (individuals, community institutions and others) now based on visible facts. The results of this study are the implementation of the policy of the Tourism, Culture, Youth and Sports Department in realizing paradise of java in Pacitan Regency has been carried out through synergy with the Regent through the regent's decision 9 November 2018. This strategy becomes the task and function of all fields, culture, development, tourism promotion because the Department of Tourism, Culture, Youth and Sports is an integral part of promoting Pacitan tourism through Paradise of Java. Policy implementation is a synergy and cooperation between stakeholders in Pacitan Regency starting from tourism business actors, hotels.

Kata Kunci:
Implementasi¹;
Kebijakan²;
Paradise of java³;
Pariwisata⁴

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Kebijakan Kabupaten Pacitan, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui Kebijakan Kabupaten Pacitan dalam mewujudkan *paradise of java*. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang telah ada dan yang berlaku. Selain itu, penelitian deskriptif juga merupakan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggerakkan, melukiskan kekayaan subyek, obyek penelitian (individu, lembaga masyarakat dan lain-lain) saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak. Hasil penelitian ini adalah Implementasi kebijakan Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dalam mewujudkan *paradise of java* di Kabupaten Pacitan sudah dilakukan melalui sinergisitas dengan Bupati melalui keputusan bupati 9 November 2018. Strategi ini menjadi tugas dan fungsi dari semua bidang, bidang kebudayaan, pengembangan, promosi wisata karena Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga merupakan rangkaian yang tidak terpisahkan untuk mempromosikan pariwisata pacitan melalui *paradise of java*. Implementasi kebijakan merupakan sinergitas dan kerjasama antara stakeholders yang ada di Kabupaten Pacitan mulai dari pelaku usaha wisata, perhotelan.

Article History: Received April 8-2021, Revised 11-July-2022, Accepted: August 28-2022

PENGANTAR

Kabupaten Pacitan menjadi salah satu daerah yang memiliki destinasi wisata yang menjanjikan. Disparbudpora (Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga) mencatat tidak hanya memiliki lebih dari 25 goa sebagai keajaiban, Kabupaten Pacitan yang berada dirangkaian pegunungan kidul juga berlokasi dijalur pantai selatan, yang

membuat Kabupaten Pacitan dilimpahi banyak pantai dengan ciri khas yang berbeda disetiap pantainya. Data Disparbudpora (Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga) mencatat lebih dari 50 pantai yang menghiasi Kabupaten Pacitan disertai dengan kondisi alam yang masih asri dengan berbagai destinasi wisata, ditambah dengan adanya wisata religi serta wisata sejarah menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan yang ingin sejenak meninggalkan hiruk pikuk perkotaan, data Disparbudpora (Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga) mencatat jumlah wisata mancanegara (Wisman) sebanyak 1.595 orang, sedangkan wisatawan nusantara (Wisnus) berjumlah 1.750.445 orang (Poerdiarti & Widodo, 2019). Berbagai strategi dilakukan termasuk dengan menggunakan tagline "*Pacitan Paradise of Java*" yang memvisualkan surga wisata sebagai identitas dari Kabupaten Pacitan. Keberadaan "*Pacitan Paradise of Java*" sebagai perwakilan Kabupaten Pacitan, menjadi langkah untuk mencapai posisi unggul dikalangan para wisatawan. Selain menjadi *brand positioning* dengan klaim surga (Poerdiarti & Widodo, 2019), *Pacitan Paradise of Java* juga menjadi *brand identity* dari pariwisata Kabupaten Pacitan sebagai identitas pengenalan dan ciri khas yang dimiliki Kabupaten Pacitan. Sesuai dengan Keputusan Bupati Nomor 188.45/1249/KPTS/408.12/2018 tentang Branding Promosi Kepariwisata Kabupaten Pacitan.

Pariwisata merupakan salah satu aspek penting dalam suatu wilayah (Salma et al., 2022). Bila dikembangkan dengan baik maka akan menjadi suatu potensi yang dapat meningkatkan pendapatan daerah tersebut (Gufran & Nastia, 2022). Untuk itu perlu adanya peran dari pemerintah dalam pengembangannya. Pengembangan pariwisata harus merupakan pengembangan yang terencana secara menyeluruh, sehingga dapat diperoleh manfaat yang optimal bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi, fisik, dan sosial dari suatu negara (Lawelai et al., 2021). Peran pemerintah dalam mengembangkan pariwisata secara garis besarnya adalah menyediakan infrastruktur, memperluas berbagai bentuk fasilitas, kegiatan koordinasi antara aparat pemerintah dengan pihak swasta, pengaturan dan promosi umum ke daerah lain maupun ke luar negeri (Setyaningsih et al., 2019; Waluyo et al., 2021). Berdasar permasalahan diatas, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul "KEBIJAKAN pemerintah kabupaten pacitan dalam upaya penguatan pariwisata melalui branding "*PARADISE of java*".

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Lokasi penelitian dilakukan di lingkungan Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pacitan. Sumber data yang di gunakan adalah data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2014). Data primer dalam penelitian ini akan di peroleh melalui wawancara secara langsung dengan informan dan observasi secara langsung yang di lakukan oleh peneliti selama kegiatan penelitian pada Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pacitan. Adapun data sekunder pada umumnya berupa data fisik dokumen, dokumentasi, jurnal, buku, media cetak dan media elektronik. Dan jika ada penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yaitu mengenai kebijakan Dinas Pariwisata Kabupaten Pacitan. Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah berupa studi lapangan (*field reseach*) (Purnomo et al., 2020). Pemilihan informan-informan pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, Dalam penelitian ini yang menjadi informan penelitian terdiri dari Kabid Pemasaran pariwisata, Seksi Promosi wisata, Kepala Pengelola daya tarik wisata, Pengujung wisata Kabupaten Pacitan. Teknik analisis data deskriptif kualitatif yaitu analisis data dilakukan dengan menata

"Kebijakan Pemerintah Kabupaten Pacitan dalam Upaya Penguatan Pariwisata Melalui Branding 'Paradise of Java'"

dan menelaah secara sistematis semua data yang diperoleh mulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN DISKUSI

1. Sosialisasi Kebijakan Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dalam mewujudkan *paradise of java* di Kabupaten Pacitan.

a) Sosialisasi secara langsung

Sesuai dengan hasil wawancara dengan Kepala Kepala pengelola daya Tarik wisata Kabupaten Pacitan "disamping kita melakukan promosi melalui media social, persatuan hotel dan restoran (PHI) punya strategi sendiri untuk mempromosikan hotelnya nah disitulah secara tidak langsung terbantu promosi wisata kabupaten pacitan, jadi kita gabisa mengembangkan promosi wisata sendirian kita juga kerjasama dengan stakeholder." (Wawancara Kepala pengelola daya Tarik wisata, Mei 2022). Disampaikan lagi oleh kepala pengelolanya sebagai berikut: "jadi banyak ya faktor-faktor yang mempengaruhi terutama bagaimana kita memberikan pembinaan terhadap para usaha pariwisata sumber daya manusia pariwisata adalah orang yang secara langsung maupun tidak langsung pekerjaan di pariwisata itulah yang kita arahkan untuk bagaimana bisa mempromosikan strategi pacitan paradise of java" (Wawancara Kepala pengelola daya Tarik wisata, Mei 2022). Berdasarkan hal tersebut di dapat informasi bahwa *paradise of java* dijadikan sebuah branding pemasaran pariwisata Kabupaten Pacitan melalui tugas dan fungsi dari semua bidang yang ada di dinas Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga mempromosikan wisata pacitan melalui tagline *paradise of java* dengan bekerjasama dengan pelaku usaha, media dan komunitas untuk mensukseskan branding pariwisata *paradise of java*



Gambar 3.1 Sosialisasi langsung oleh Menparekraf Sandiaga Uno

b) Sosialisasi secara tidak langsung

Sesuai dengan hasil wawancara dengan Kepala Pengembangan SDM dan pemasaran wisata Kabupaten Pacitan, "Jadi gini *paradise of java* merupakan branding promosi wisata kabupaten pacitan yang dapat legalitas melalui keputusan bupati 9 nov 2018 strategi ini menjadi tuis semua bidang, bidang kebudayaan, pengembangan, promosi wisata karena tuis disparbudpora merupakan rangkaian yang tidak

terpisahkan untuk mempromosikan pariwisata pacitan melalui *paradise of java*" (Wawancara dengan Kepala Pengembangan SDM dan pemasaran wisata, Mei 2022). Kemudian ditambahkan lagi pernyataannya yaitu: "baik jadi branding promosi kepariwisataan kabupaten pacitan *paradise of java* tidak hanya menjadi tuisi dari Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahrag tapi juga semua stakeholders itu mempunyai secara tidak langsung masukan yang sama untuk mempromosikan wisata pacitan, bahwa keberhasilan pariwisata tidak bisa berdiri sendiri ada istilahnya sinergi *pentahelik* kita harus bekerjasama dengan antara pemerintah dengan pelaku usaha, dengan para akdemisi, dengan media dan para komunitas itulah mitra kerja dalam mensukseskan branding pariwisata *paradise of java*" (Wawancara dengan Kepala Pengembangan SDM dan pemasaran wisata, Mei 2022). "kepala dinas di seluruh kabupaten pacitan termasuk Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahrag merupakan kepanjangan tangan dari Bupati dalam melaksanakan tugas-tugasnya otomatis apa yang kita lakukan yang kita kerjakan sudah bersinergitas dengan kebijakan pak bupati" (Wawancara dengan Kepala Pengembangan SDM dan pemasaran wisata, Mei 2022). Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disampaikan bahwa Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pacitan melakukan sosialisasi secara tidak langsung dengan melaksanakan tugas dari Bupati untuk promosi pariwisata Kabupaten Pacitan bekerjasama antara pemerintah dengan pelaku usaha untuk promosi wisata yang ada di Kabupaten Pacitan.

2. Faktor pendukung dalam mengimplementasikan kebijakan dalam mewujudkan *paradise of java* di kabupaten Pacitan.

a) Komunikasi

Apa upaya yang dilakukan dinas untuk melakukan promosi wisata dala mewujudkan *paradise of java*? Hasil wawancara dengan Seksi Promosi Wisata Kabupaten Pacitan yaitu: "Mempromosikan pariwisata tidak hanya menjadi tugas Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten pacitan tapi juga melalui sinergitas dengan pihak yang lain dengan stakeholder Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga sendiri mempunyai strategi promosi kita mulai online offline di media social ataupun di wesite pariwisata pacitan dan kadang kadang juga promosi di pusat-pusat perbelanjaan dan perekonomian itulah secara tidak langsung branding *paradise of java* akan kita sampaikan kepada wisatawan yang mengunjungi wisata kita". (Seksi Promosi Wisata Kabupaten Pacitan, Mei, 2022).

b) Sumberdaya

Bagaimana Implementasi Kebijakan Dinas dalam mewujudkan "*Paradise Of Java*" yang akhirnya menjadi salah satu alternatif pilihan Pemerintah Daerah yang dianggap bisa menjadi solusi untuk branding wisata pacitan? "jadi branding promosi kepariwisataan itu dulu ceritanya dikemas merupakan hasil statement dari wisatwan mancanegara yang berkunjung ke pacitan ketika mereka dari sebuah destinasi wisata sean menggambarkan bahwa mereka seperti berada di surga, itulah yang kita ambil waktu itu dan promosi branding itu tidak harus sesuai dengan aslinya karena bagaimana wisatawan tertarik dan pacitan mengalami branding itu." (Seksi Promosi Wisata Kabupaten Pacitan, Mei, 2022).

c) Disposisi dan Birokrasi

Bagaimana pelaksanaan sistem dan prosedur pelaksanaan kebijakan, pembagian tugas pokok, fungsi dan kewenangan, dan tanggung jawab diantara pelaku promosi wisata, diantara organisasi pelaksana yang menentukan keberhasilan

implementasi kebijakan? "di UPT Disparbudpora menjadi lima bidang, ada bidang pemuda olahraga, ada bidang pengembangan, bidang kebudayaan, dan ada bidang pengembangan sdm pemasaran pariwisata kemudian satunya lagi adalah sekretariat itu tadi merupakan terminology ilmu perkantoran merupakan pusat kegiatan perkantoran itu ada di sekretaris jadi kaya tata usaha, keuangan semua ada disana. Jadi khusus untuk promosi wisata tusi nya dari bidang pengembangan sdm dan pemasaran pariwisata kita punya strategi online maupun offline dalam promosi pariwisata." (Seksi Promosi Wisata Kabupaten Pacitan, Mei, 2022). Kegiatan promosi wisata kabupaten pacitan dipromosikan melalui social media maupun websit Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahrag, promosi dilakukan dengan mempromosikan pariwisata pacitan di pusat perbelanjaan dan secara langsung dipromosikan kepada wisatawan yang berkunjung. Strategi yang dilakukan dalam rangka promosi wisata tidak hanya melalui media di atas, tugas dan fungsi promosi ini merupakan tugas dari bidang pengembangan sdm dan pemasaran pariwisata.

3. Kendala dalam mengimplementasikan kebijakan dalam mewujudkan *paradise of java*.

Apakah ada kendala dalam mengimplementasikan kebijakan dalam mewujudkan *paradise of java*? "salah satu kendala kita yang kita sampaikan adalah ketika menghadapi bencana alam dan non alam itulah salah satu kendala yang sering terjadi di kabupaten pacitan karena geografisnya yang mudah untuk terkena bencana alam, nah adang-kadang yang menjadi kebiasaan yang tidak baik adalah orang-orang baik secara pribadi ataupun organisasi ketika ada bencana itu mengunggah di media social padahal tidak semua kawasan itu kena dampak bencana ya itu kadang-kadang yang menjadi kerugian dari sisi pariwisata itu boomerang bagi kita menjaga agar pariwisata aman tapi sementara ada yang negative orangnya padahal hanya air lewat menggenang aja dibidang daerahnya banjir, itu sangat merugikan kepariwisataan " (Wawancara Kepala pengelola daya Tarik wisata, Mei 2022).

Bagaimana kualitas Sumber Daya Manusia untuk mendukung upaya pemerintah dalam mewujudkan dengan membuat kebijakan Dinas Pariwisata? "faktor yang besar didalam membangun pariwisata salah satu pengembangan sdm nya, kedua pengembangan daya Tarik wisata itu menjadi tusi nya dari pengembangan termasuk strategi produksinya sdm kita punya kekuatan anggaran untuk melakukan pembinaan setiap tahun, kadangkala itu dana bias dari apbd daerah dan juga dari apbn itulah jadi penguat dalam pembinaan sdm bagaimana menjadi tuan rumah yang baik, bagaimana mengaplikasikan wisata pesona.ketika mereka berada di daya Tarik wisata" (Wawancara Kepala pengelola daya Tarik wisata, Mei 2022)

Dalam pengembangan promosi wisata dengan mengembangkan sumber daya manusia dan pengembangan daya Tarik wisata dengan penggunaan anggaran APBN maupun APBD untuk pembinaan sumber daya manusia dalam meningkatkan daya tari wisata. Adapun kendala yang dihadapi dalam menarik daya Tarik wisata dari wisatawan karena pacitan ini diapit oleh pegunungan dan pantai banyak berita negatif di media social jika ada bencana alam seperti banjir dan longsor dijadikan patokan wisatawan yang akhirnya tidak berkunjung ke pacitan. Peran Dinas dalam menarik wisatawan salah satunya dengan promosi melalui media social, persatuan hotel dan restoran (PHI) punya strategi sendiri untuk mempromosikan hotelnya nah disituah secara tidak langsung terbantu promosi wisata Kabupaten Pacitan, jadi kita tidak bias mengembangkan promosi wisata sendirian disparbudpora juga melakukan kerjasama dengan stakeholrder terkait promosi pariwisata.

Apakah anda mengetahui mengenai tagline *Paradise of Java*?? "Setahu saya itu tagline dari wisatanya pacitan mba, ya tahu di t-shirt yang pernah saya beli untuk anak-anak pada waktu berkunjung ke pantai kemarin" (Wawancara wisatawan, 2022).

"Kebijakan Pemerintah Kabupaten Pacitan dalam Upaya Penguatan Pariwisata Melalui Branding 'Paradise of Java'"

Bagaimana tanggapan anda tentang upaya mengenai promosi Kabupaten Pacitan melalui penerapan tagline *Paradise of Java*? "sejauh ini promosi wisata Pacitan sudah bagus mba, soalnya ada event nasional maupun internasional seperti lomba surfing yang diadakan di pantai pancer door, lha itu kan sudah bagian dari promosi wisata dari Pacitan mba, ada juga event lain cuman yang saya tahu cuman itu mba (Wawancara wisatawan, 2022).

Apakah menurut anda pemerintah Kabupaten Pacitan untuk promosi wisata melalui tagline *Paradise of Java* ini sudah tepat? " sudah tepat mba karena kan di pacitan ini pertama banyak pantai yang bisa dikunjungi, seperti di dekat kota ada teleng ria nda pancer door, aga kebarat lagi ada pantai srahu ada juga pantai klayar, malah yang terbaru ini mba ada pantai yang mirip kaya raja ampat di papua cuman saya lupa nama pantainya, selain itu kan ada juga pemandian air panas dan disini kan terekenal goa gong nya juga goa yang lain juga mba" mungkin tagline tersebut berarti surganya orang pacitan" (Wawancara wisatawan, 2022).

Apa dampak yang anda rasakan dari upaya peningkatan wisata melalui slogan tersebut? "saya merasakan dampak yang lumayan bagus mba karena kalau kita jalan kesini susah ada jalur lintas selatan itu kita bisa gunakan, kalo jalan yang biasanya itu kalau hujan takut longsor mba" saya kira sudah bagus lah" (Wawancara wisatawan, 2022).

Berdasarkan analisa wawancara dengan informan Implementasi Kebijakan Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dalam mewujudkan *paradise of java* di Kabupaten Pacitan. Dalam pengembangan promosi wisata dengan mengembangkan sumber daya manusia dan pengembangan daya Tarik wisata dengan penggunaan anggaran APBN maupun APBD untuk pembinaan sumber daya manusia dalam meningkatkan daya Tarik wisata. Adapun kendala yang dihadapi dalam menarik daya Tarik wisata dari wisatawan karena pacitan ini diapit oleh pegunungan dan pantai banyak berita negatif di media social jika ada bencana alam seperti banjir dan longsor dijadikan patokan wisatawan yang akhirnya tidak berkunjung ke pacitan. Peran Dinas dalam menarik wisatawan salah satunya dengan promosi melalui media social, persatuan hotel dan restoran (PHI) punya strategi sendiri untuk mempromosikan hotelnya disituah secara tidak langsung terbantu promosi wisata Kabupaten Pacitan, jadi kita tidak bisa mengembangkan promosi wisata sendirian disbuparpora.

Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pacitan melakukan kegiatan promosi wisata Kabupaten Pacitan dipromosikan melalui social media maupun website Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga, promosi dilakukan dengan mempromosikan pariwisata pacitan di pusat perbelanjaan dan secara langsung dipromosikan kepada wisatawan yang berkunjung. Strategi yang dilakukan dalam rangka promosi wisata tidak hanya melalui media di atas, tugas dan fungsi promosi ini merupakan tugas dari bidang pengembangan sdm dan pemasaran pariwisata.

Informasi bahwa *paradise of java* dijadikan sebuah branding pemasaran pariwisata Kabupaten Pacitan melalui tugas dan fungsi dari semua bidang yang ada di Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga mempromosikan wisata pacitan melalui tagline *paradise of java* dengan bekerjasama dengan pelaku usaha, media dan komunitas untuk mensukseskan branding pariwisata *paradise of java*. Kabupaten Pacitan menggunakan tagline *Paradise of Java* yang merupakan city branding dari Kabupaten Pacitan sebagai identitas brand, yang dibuat sesuai dengan karakter serta identitas Kabupaten Pacitan. Kabupaten Pacitan juga melakukan berbagai promosi meliputi penggunaan media yang dianggap efektif dengan biaya yang murah, mengadakan dan mengikuti berbagai event kegiatan baik didalam daerah atau diluar daerah, dan melakukan kerjasama dengan pihak-pihak yang memiliki pengaruh bagi pariwisata Kabupaten Pacitan kedepannya.

Faktor lain didalam membangun pariwisata salah satu pengembangan sumber

"Kebijakan Pemerintah Kabupaten Pacitan dalam Upaya Penguatan Pariwisata Melalui Branding 'Paradise of Java'"

daya manusia, pengembangan daya Tarik wisata itu menjadi penguatan dari pengembangan termasuk strategi dalam penguatan anggaran untuk melakukan pembinaan setiap tahun, anggaran daerah dan juga dari anggaran negara menjadi penguat dalam pembinaan sumber daya manusia untuk mengaplikasikan wisata pesona Kabupaten Pacitan.

Setelah adanya implementasi pesona wisata *paradise of java* Kabupaten Pacitan, membuahkan hasil dengan meningkatnya pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Pacitan dengan meningkatnya kunjungan wisata di Kabupaten Pacitan.

KESIMPULAN

Paradise of java dijadikan sebuah branding pemasaran pariwisata Kabupaten Pacitan. Kebudayaan Pemuda dan Olahraga mempromosikan wisata pacitan melalui tagline *paradise of java* dengan bekerjasama dengan pelaku usaha, media dan komunitas untuk mensukseskan branding pariwisata *paradise of java*. Kabupaten Pacitan menggunakan tagline *Paradise of Java* yang merupakan *city branding* dari Kabupaten Pacitan sebagai identitas brand, yang dibuat sesuai dengan karakter serta identitas Kabupaten Pacitan. Faktor lain didalam membangun pariwisata salah satu pengembangan sumber daya manusia, pengembangan daya Tarik wisata itu menjadi penguatan dari pengembangan termasuk strategi dalam penguatan anggaran untuk melakukan pembinaan setiap tahun, anggaran daerah dan juga dari anggaran negara menjadi penguat dalam pembinaan sumber daya manusia untuk mengaplikasikan wisata pesona Kabupaten Pacitan. Dalam pelaksanaan strategi branding yang digunakan masih memiliki hambatan. Pertama, kurangnya kesadaran dari semua pihak-pihak yang berpengaruh terhadap peningkatan pariwisata. Saran dari penelitian ini adalah Pengelolaan dan penggunaan media yang belum maksimal sehingga promosi yang digencarkan masih kurang efektif, serta adanya ide untuk memanfaatkan media sosial milik masyarakat atau komunitas belum ada.

REFERENSI

- Gufran, L., & Nastia, N. (2022). Peran Dinas Pariwisata Kota Baubau Dalam Pengembangan Wisata Batu Sori. *Jurnal Studi Ilmu Pemerintahan*, 2(2), 11–30.
<https://doi.org/10.35326/jsip.v2i2.1998>
- Lawelai, H., Sadat, A., & Wijaya, A. A. M. (2021). Implementation of Traditional Rules in Policy for Sustainability of Local Culture. In *Jurnal Inovasi Penelitian* (Vol. 2, Issue 2, pp. 351–358).
<https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v2i2.692>
- Poerdiarti, S., & Widodo, H. P. (2019). Strategi Branding Pacitan Paradise of Java dalam Membangun Sektor Pariwisata di Kabupaten Pacitan. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(1), 20–28.
- Purnomo, A., Usman, I., & Asitah, N. (2020). Penelitian Kewirausahaan di Indonesia: Pemetaan Publikasi dalam Perspektif Scientometrik (1972-2019). ... : *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian* <http://jurnal.unpad.ac.id/adbispreneur/article/view/25021>
- Salma, S., Wijaya, A. A. M., Basir, M. A., & Lawelai, H. (2022). Community Based Tourism in The Development of Sustainable Tourism in Baubau City. *APLIKATIF: Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities*, 1(1), 28–38.
- Setyaningsih, W., Yuliani, S., & Winarto, Y. (2019). Beach Tourism Development Strategy through Ecological Architecture Approach in Pacitan, East Java – Indonesia. *18th International Conference on Sustainable Environment and Architecture (SENVAR 2018)*, 184–190. <https://doi.org/10.2991/senvar-18.2019.27>
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D (cetakan ke-21). In

"Kebijakan Pemerintah Kabupaten Pacitan dalam Upaya Penguatan Pariwisata Melalui Branding 'Paradise of Java'"

International Journal of ... (p. 334).

Waluyo, B., Sutopo, D., Ismail Faronny, D., Sugiono, S., Septimawan Sutopo, D., Wulandari, L., Tri Dayanti, W., & Ismail Faronny, D. (2021). Promoting Branding Diponggo Village as a Tourism Buffer Zone of Bawean Island, Indonesia Genetic Capacity Improvement of *Allium sativum* L. View project Promoting the Branding of Diponggo Village as a Tourism Buffer Zone for Bawean Island Indonesia. *Asian Journal of Arts*, 3(1), 20–33.
<http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ajact>