

## Peran Pemerintah Ohoi dan Masyarakat Dalam Promosi Pantai Ngiarvarat Ohoi Ohoidertawun, Kabupaten Maluku Tenggara

Kevin Talpatty<sup>1\*</sup>, Frederika Rahanra<sup>2</sup>, Pavel Alberto Rejaan<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu-Ilmu Sosial (STIS) Tual, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Ilmu Pemerintahan, Sekolah Tinggi Ilmu-Ilmu Sosial (STIS) Tual, Indonesia

\*Corresponding author : [kevint4lp4tty@gmail.com](mailto:kevint4lp4tty@gmail.com)

### Article History:

Received : 14-04-2025

Accepted : 27-09-2025

**Keywords:** Peran Pemerintah Ohoi; Promosi Pantai Ngiarvarat

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran Pemerintah Ohoi dan masyarakat dalam promosi Pantai Ngiarvarat di Ohoi Ohoidertawun, Kabupaten Maluku Tenggara. Tujuan penelitian adalah menganalisis serta mendeskripsikan kontribusi Pemerintah Ohoi dan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan strategi promosi pantai tersebut. Penelitian ini menggunakan teori bauran pemasaran (marketing mix) serta konsep komunikasi pemasaran dari beberapa pakar. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari sembilan orang, termasuk Kepala Ohoi Ohoidertawun sebagai informan kunci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi Pantai Ngiarvarat dilakukan melalui kerja sama antara Pemerintah Ohoi, Pokdarwis, komunitas pemuda, dan media sosial. Pemerintah daerah berperan dalam aspek pembangunan, sedangkan Pemerintah Ohoi dan masyarakat berperan aktif dalam promosi dan pengelolaan. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya tarik wisata Pantai Ngiarvarat.

### PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan nasional karena mampu memberikan kontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat, perluasan kesempatan kerja, penerimaan devisa, serta memperkenalkan budaya Indonesia ke dunia internasional. Oleh karena itu, potensi pariwisata yang ada perlu dimanfaatkan secara optimal melalui pengelolaan yang baik.

Kabupaten Maluku Tenggara memiliki potensi wisata alam yang tinggi, salah satunya Pantai Ngiarvarat di Kecamatan Kei Kecil. Berdasarkan penelitian Ayomi (2023), wisatawan yang berkunjung ke Maluku Tenggara sebagian besar berasal dari daerah setempat (40%), luar daerah seperti Dobo dan Ambon (30%), serta wisatawan mancanegara dari Australia (13,3%) dan Singapura (10%). Data ini menunjukkan daya tarik wisata yang cukup besar sehingga memerlukan perhatian dari pemerintah daerah, pemerintah desa, dan masyarakat untuk terus dikembangkan.

Pantai Ngiarvarat resmi dibuka pada Juli 2022 dan masih dalam tahap pengembangan fasilitas. Pantai ini memiliki keunikan berupa pasir putih, air laut yang jernih, serta suasana yang tenang. Namun, jumlah pengunjung cenderung menurun seiring waktu karena akses jalan yang belum memadai. Menyadari hal ini, Pemerintah Ohoi Ohoidertawun bersama masyarakat

berupaya mendukung program pemerintah daerah untuk memperbaiki aksesibilitas serta melakukan promosi melalui media sosial dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis).

Selain masalah aksesibilitas, strategi promosi juga menjadi faktor penting dalam pengembangan wisata. Promosi yang efektif dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sekaligus memperkuat citra destinasi wisata. Dalam konteks Pantai Ngiarvarat, promosi masih sangat bergantung pada inisiatif masyarakat lokal, terutama komunitas pemuda, serta dukungan pemerintah desa. Hal ini menunjukkan perlunya kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat agar promosi yang dilakukan lebih terarah, konsisten, dan menjangkau pasar wisata yang lebih luas.

Dari sisi sosial-ekonomi, pengembangan Pantai Ngiarvarat berpotensi memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Kehadiran wisatawan membuka peluang usaha, seperti penyediaan makanan, minuman, jasa transportasi, maupun homestay. Dengan demikian, promosi yang baik tidak hanya menguntungkan pemerintah daerah dalam peningkatan pendapatan, tetapi juga memberdayakan masyarakat lokal untuk lebih mandiri secara ekonomi.

Untuk mengkaji peran tersebut, penelitian ini menggunakan teori bauran pemasaran (marketing mix) dan komunikasi pemasaran yang relevan dalam menganalisis strategi promosi pariwisata. Teori ini dipandang tepat karena mampu menjelaskan bagaimana kombinasi produk, harga, tempat, promosi, serta strategi komunikasi dapat diterapkan dalam konteks pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Pemerintah Ohoi Ohoidertawun dan masyarakat dalam promosi Pantai Ngiarvarat sebagai salah satu upaya meningkatkan daya tarik wisata di Kabupaten Maluku Tenggara.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif yang memanfaatkan data kualitatif yang dijabarkan secara deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Ohoi Ohoidertawun Kecamatan Kei Kecil, Kabupaten Maluku Tenggara dengan fokus penelitian ini bagaimana Peran Pemerintah Ohoi Dan Masyarakat Dalam Mempromosikan Pantai Ngiarvarat. Dalam penelitian ini peneliti memilih informan penelitian sebanyak 9 informan yang terdiri dari 1 informan kunci (PJ Kepala Desa Ohoidertawun), dan 8 informan tambahan (BSO Ohoi Ohoidertawun, Masyarakat Ohoi Ohoidertawun dan Wisatawan). Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu: observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

## **PEMBAHASAN**

Rahanra, F. (2022). Hasil analisis tentang Pengaruh Promosi Terhadap Pengembangan Usaha Pariwisata Di Kabupaten Maluku Tenggara mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dengan pengembangan usaha pariwisata di Kabupaten Maluku Tenggara, Hal itu berarti Dinas kebudayaan, pariwisata, pemuda dan olah raga dalam melakukan pengembangan usaha pariwisata di Kabupaten Maluku Tenggara harus berpedoman pada : Jumlah kunjungan, Lama tinggal, Jumlah transaksi keuangan, Jumlah uang yang dibelanjakan wisatawan, serta harus melakukan langkah-langkah promosi yang baik,

yakni: Penyiapan informasi produk, Publikasi, Penciptaan event, dan Keikutsertaan dalam berbagai event.

Pantai Ngiarvarat merupakan salah satu objek wisata pantai yang ada di desa Ohoidertawun Kabupaten Maluku Tenggara. Pantai ini merupakan salah satu objek wisata yang indah yang terletak di desa Ohoidertawun untuk melakukan berbagai aktifitas wisatanya. Pantai Ngiarvarat juga dijadikan salah satu tempat untuk kegiatan festival pesona meti kei, Festival Pesona Meti Kei (FPMK) merupakan event tahunan yang dilaksanakan oleh Kabupaten Maluku Tenggara (Kepulauan Kei ) pada setiap bulan Oktober. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap informan yakni, Kepala Ohoi, BSO, Masyarakat dan Wisatawan yang menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi maka hasil yang didapatkan oleh peneliti terkait Peran Pemerintah Ohoi dan Masyarakat dalam Mempromosikan Pantai Ngiarvarat sebagai objek wisata.

Beberapa pendapat yang bersumber dari informan melalui proses wawancara yakni pertama, pemerintah Ohoi dan masyarakat khususnya dari 3 kampung yaitu Ohoidertawun, Ohoider Atas dan Dunhuwan (*Raschap lor labay*), sejauh ini berpartisipasi apabila sudah dikelola oleh pemerintah daerah otomatis pemasukan lebih banyak ke Ohoi dan pendapatan ekonomi Masyarakat berkembang sebab didukung oleh pemerintah melalui promosi pantai melalui sosial media (PJ Kepala Desa Ohoidertawun). Kedua, memang pantainya bagus dan sudah jadi milik pemerintah daerah tetapi pemerintah Ohoi juga mau untuk harus ada partisipasi Masyarakat dalam hal membuat pondok-pondok atau tempat untuk berjualan memang pada awal buka pengunjung yang datang ke pantai banyak akan tetapi seiringnya berjalannya waktu pengunjung sudah mulai berkurang karena kurang adanya fasilitas pengunjung.

Pemerintah Ohoi dan Masyarakat Ohoi juga mendukung penuh program pemerintah daerah seperti contoh akses jalan yang menuju ke pantai Ngiarvarat kalau pemerintah Ohoi dan masyarakat tidak mendukung pemerintah jalan itu tidak akan tembus ke pantai Ngiarvarat (BSO Ohoi Ohoidertawun). Ketiga, untuk saat ini perkembangan fasilitas belum menunjang. Awalnya masyarakat banyak berjualan disini namun dengan berjalannya waktu pengunjung yang datang ke pantai ini mulai sepi karena kurang adanya fasilitas di pantai Ngiarvarat seperti WC, kamar mandi dan lain-lain jadi hingga sekarang masyarakat sudah jarang berjualan di pantai Ngiarvarat. Masyarakat sangat mendukung program-program pemerintah daerah, contohnya seperti sekarang (mau ada meti kei jadi sekarang masyarakat melakukan kerja bakti) ini adalah salah satu partisipasi masyarakat dalam mendukung pemerintah daerah, (Masyarakat Ohoi Ohoidertawun). Keempat, saya berkunjung ke pantai ini baru dua kali yakni meti kei di tahun 2022 dan di hari ini. Saya mengetahui objek wisata ini semenjak festival meti kei di tahun 2022 dan postingan-postingan foto yang ada di media sosia. Pantai Ngiarvarat ini sangat bagus, pantai ini mempunyai keindahan alam yang tiada duanya seperti pemandangan yang indah dan spot foto yang bagus namun pantai ini belum memiliki fasilitas-fasilitas berupa WC, kamar mandi dan juga kios atau pondok orang berjualan (wisatawan).

Dari wawancara di atas bersama pemerintah Ohoi ohoidertawun maka penulis melihat bahwa ada keinginan dan kemauan dari pemerintah Ohoi ohoidertawun untuk ikut serta dalam pengembangan dan kemajuan wisata Ngiarvarat. Penulis mengamati juga bahwa pemerintah Ohoi ohoidertawun secara total mendukung setiap kebijakan yang diambil oleh pemerintah

daerah dan masyarakat secara seksama terbuka dan antusias untuk ikut partisipasi serta terlibat dalam pengembangan tempat wisata pantai Ngiarvarat.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang Peran Pemerintah Ohoi dan Masyarakat dalam Promosi Pantai Ngiarvarat Ohoi Ohoidertawun. Dapat disimpulkan bahwa kerjasama antara pemerintah Ohoi dan masyarakat setempat sangat penting dalam pengembangan dan promosi destinasi pariwisata. Kedua pihak memiliki peran yang berbeda. Namun, keduanya saling melengkapi untuk mencapai tujuan bersama. Pemerintah Ohoi memegang peran penting dalam mengatur, melindungi dan mengelola Pantai Ngiarvarat Ohoi Ohoidertawun. Mereka perlu memastikan infrastruktur yang baik, keamanan wisatawan, regulasi yang jelas dan promosi destinasi. Masyarakat setempat memiliki pengetahuan mendalam tentang destinasi ini. Mereka adalah pribadi yang dapat memberikan pengalaman pribadi kepada wisatawan. Dalam peran ini, mereka memainkan peran penting dalam memberikan informasi, memberikan layanan dan mempromosikan budaya setempat. Dalam usaha promosi, penting untuk memastikan bahwa pariwisata dikembangkan secara berkelanjutan. Pemerintah dan masyarakat harus memperhatikan keberlanjutan lingkungan dan budaya, menjaga kelestarian destinasi. Investasi dalam pengembangan infrastruktur, seperti aksesibilitas, akomodasi, dan fasilitas wisata. Perlu diperhatikan agar destinasi menjadi lebih menarik dan nyaman bagi wisatawan. Kualitas pelayanan kepada wisatawan adalah kunci.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdillah, F. (2016). *Local Community Involvement and Quality of Life in Tourism Destination Development: Case of Coastal Tourism in West Java, Indonesia*. E-Journal of Tourism, 3(2). <https://doi.org/10.24922/eot.v3i2.25258>.
- [2] Ayomi, P. K. (2023). Arahan Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Pasir Panjang di Desa Ngilngof Kabupaten Maluku Tenggara.
- [3] Chan, J. K. L., Marzuki, K. M., & Mohtar, T. (2021). Local Community Participation and Responsible Tourism Practices in Ecotourism Destination: Case of Lower Kinabatangan, Sabah. *Sustainability*, 13(23), 13302. <https://doi.org/10.3390/su132313302>.
- [4] Chrisye M. E. Savsavubun. (2016). *Promosi Wisata Budaya Maluku Tenggara*. Tesis Universitas Persada Indonesia (Y.A.I). Jakarta.
- [5] Magetana, D. Y., Widodo, J., & Murwatiningsih, M. (2022). A Marketing Mix Strategy to Improve the Marketing Performance on Tourist Destination of Wisata Minggon Jatinan at Hutan Rajawali in Batang. *Journal of Economic Education*, 11(1). <https://doi.org/10.15294/jeec.v11i1.68581>.
- [6] Manafe, J. D., Setyorini, T., & Alang, Y. A. K. (2018). Influence of Implementation on Mix Promotion Model Strategy towards Tourist Visitation in Indonesia. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 5(6), 26–39. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v5n6.334>.
- [7] Putra, R. R. (2022). Revealing the Secrets of Tourists' Hearts: A Study of Perceptions of the Marketing Mix at the Pangandaran Tourism Destination. *Journal of Tourism Education*.

- [8] Rahanra, F. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Pengembangan Usaha Pariwisata Di Kabupaten Maluku Tenggara. *Jurnal Syntax Admiration*, 3(3), 569-582.
- [9] Reken, F., & Ningsih, N. N. (2024). The Role of Promotion Mix On Visiting Decisions On Galesong Beach Tourism Takalar Regency, South Sulawesi, Indonesia. *International Journal of Economics, Commerce, and Management*, 1(4), 362–374. <https://doi.org/10.62951/ijecm.v1i4.258>.
- [10] Sihombing, M. I., & Sinurat, D. A. J. (2023). Marketing Strategy Analysis to Boost Tourism Visits in NTT. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 6(1), 935. <https://doi.org/10.35899/biej.v6i1.935>.
- [11] Sinaga dan Supriono (2010). *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata*. Medan.
- [12] Siwi, C. M., Mantiri, J., Pongantung, R. J., Uswatun Khasanah, D. R. A., Adrian, M. F., & Mahmudin, M. S. (2025). Community Involvement As A Key Factor In Increasing Tourism In North Sulawesi Province. *International Journal of Environmental Sciences*,\* (15s), 283-289. <https://doi.org/10.64252/wme5pj14>.
- [13] Sukma, P., & Herna, H. (2023). Integrated Marketing Communication Strategy of Tourism Awareness Groups in Order to Promote Tourism Village. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 12(1), 668. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v12i1.668>.
- [14] Widowati, D. (2023). Promosi Wisata Kuliner Khas Banten di Media Online sebagai Pendukung Pariwisata Banten. *Jurnal Industri Pariwisata*, 3(1), 40. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v3i1.40>