

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS LEMBATA UNDERWATER DALAM  
MEMPROMOSIKAN WISATA BAHARI DI KABUPATEN LEMBATA**

**Dewi Dora, Sulih Indra Dewi**

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang

Email: dewi.sandora17@gmail.com

**ABSTRACT:** *Lembata Regency is one of the islands in NTT which has potential in marine tourism to be developed. One part that responsible for developing marine tourism in Lembata Regency is Lembata Underwater community. The purpose of this research was to find out the communication strategy that was done by Lembata Underwater Community in promoting marine tourism. This research is a qualitative research with data collection technique in the form of direct observation and in-depth interview to Lembata Underwater community. The result of this research showed that, (1) Lembata Underwater Community applied some communication strategies in promoting Lembata tourism, they were; involving Lembata society in carrying out each program, educating the Lembata youth about the marine world, providing tour and travel services and promoting in various ways, (2) With the community's ongoing promotion, more tourists knew about the marine objects in Lembata, and also increased the number of tourists. It could be seen from the number of tourists that has increased in the last two years.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Marine Tourism, Lembata Underwater Community*

**ABSTRAK:** Kabupaten Lembata adalah salah satu pulau di NTT yang memiliki potensi wisata bahari yang potensial untuk dikembangkan. Salah satu bagian yang bertanggung jawab dalam mengembangkan wisata bahari yang ada di Kabupaten Lembata adalah komunitas Lembata *Underwater*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan Komunitas Lembata *Underwater* dalam mempromosikan wisata bahari yang ada di kabupaten Lembata. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa pengamatan langsung dan wawancara mendalam terhadap komunitas Lembata *Underwater*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) Komunitas Lembata *Underwater* menerapkan beberapa strategi komunikasi dalam mempromosikan wisata bahari Kabupaten Lembata yaitu; melibatkan masyarakat Lembata dalam melaksanakan setiap program kerja, megedukasi pemuda-pemudi Lembata tentang dunia bahari, menyediakan jasa *tour and travel* dan melakukan promosi dengan berbagai cara, (2) Dengan promosi yang terus dilakukan komunitas membuat makin banyak wisatawan yang tahu tentang objek wisata bahari yang ada di Lembata, dan juga adanya peningkatan jumlah wisatawan, hal itu bisa dilihat dari jumlah wisatawan yang terus meningkat pada dua tahun belakangan ini.

**Kata Kunci:** *Strategi Komunikasi, Wisata Bahari, Komunitas Lembata Underwater*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia adalah negara yang indah, sebagai negara kepulauan yang besar Indonesia memiliki banyak sekali objek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Di setiap pulau-pulau di Indonesia memiliki keunikan tersendiri yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, seperti pulau Lembata. sebagai salah satu pulau yang dikelilingi lautan Lembata mempunyai banyak sekali wisata bahari yang bisa di nikmati wisatawan.

Selama ini pulau Lembata dikenal wisatawan karena budaya penangkapan ikan paus di desa nelayan Lamalera, bisa dikatakan Lamalera merupakan ikon pariwisata di pulau Lembata. Tetapi sebenarnya, tidak hanya budaya penangkapan ikan paus yang menjadi obyek wisata di pulau Lembata, masih banyak obyek wisata yang bisa dikunjungi wisatawan jika berada di pulau ini, seperti menikmati keindahan bawah laut Tanjung Nuhanera, mengunjungi pulau Awelolong yang ada di tengah laut Lewoleba, melihat keindahan panorama pantai Bean yang dikatakan keindahannya mirip

dengan pantai Phuket di Thailand, bermain dan menikmati kejernihan laut pantai Waijarang dan Riang Dua serta wistawan bisa melihat pemandangan meletusnya gunung Batutara yang indah.

Dengan memiliki banyak obyek wisata yang menjanjikan maka dalam lima tahun terakhir pemerintah daerah (PEMDA) kabupaten Lembata berencana untuk menjadikan pariwisata sebagai *leading sector* lokomotif yang menggerakkan pembangun ekonomi. Salah satu pihak yang ikut berperan aktif dalam mempromosikan potensi wisata khususnya wisata bahari di pulau Lembata adalah Komunitas Lembata *Underwater*.

Komunitas Lembata *Underwater* melihat bahwa belum banyak wisatawan yang tahu tentang keindahan objek wisata bahari yang ada di Lembata, dengan kenyataan tersebut Komunitas Lembata *Underwater* merasa perlu untuk menyusun strategi komunikasi dalam memperkenalkan potensi wisata yang ada di pulau Lembata khususnya wisata bahari.

Beberapa strategi komunikasi dalam mempromosikan wisata bahari di pulau Lembata telah dilakukan, yaitu dengan melakukan beberapa *event*, baik itu *event* dengan skala nasional maupun even dengan skala internasional dan dilakukan secara berkelanjutan. Beberapa *event* rutin diadakan setiap tahun seperti festival bahari Nuhanera, festival Lamaholot, festival *Adventure*, Rally wisata bahari serta ekspedisi Batutara.

Dengan diadakannya beberapa *event*, strategi promosi yang sudah dilakukan dirasa masih kurang untuk memperkenalkan wisata bahari yang ada di pulau Lembata. Hal itu terbukti dengan belum terlihatnya peningkatan jumlah wisatawan yang signifikan. Untuk itu sebagai sebuah komunitas yang berkomitmen untuk ikut serta dalam mempromosikan wisata bahari, maka Komunitas Lembata *Underwater* perlu membuat strategi komunikasi yang lebih lagi baik lagi. Bagaimanakah strategi komunikasi yang akan dilakukan komunitas Lembata *Underwater* dalam mempromosikan wisata bahari di pulau Lembata menjadi hal yang menarik untuk diteliti.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif yakni penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena, tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan (Moleong, 2008:6). Penelitian ini dilakukan pada Komunitas Lembata *Underwater* di kecamatan Nubatukan, kelurahan Lewoleba Utara, Kabupaten Lembata, Nusa Tenggara Timur.

Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan komunitas Lembata *Underwater* dalam mempromosikan wisata bahari yang ada di kabupaten Lembata, dan bagaimana dampak dari strategi komunikasi yang dilakukan komunitas Lembata *Underwater* terhadap perkembangan wisata bahari di Kabupaten Lembata. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumen-dokumen dan hasil observasi dalam penelitian ini dihimpun dan dideskripsikan. Tahap-tahap analisis data yaitu: reduksi data, sajian data dan verifikasi atau penarikan kesimpulan.

## **HASIL PEMBAHASAN**

### **Strategi Komunikasi Komunitas Lembata *Underwater* Dalam Mempromosikan Wisata Bahari Di Kabupaten Lembata**

Pulau Lembata merupakan salah satu pulau yang terletak dalam gugusan Kepulauan Solor, Nusa Tenggara Timur. Sebagai sebuah pulau yang dikelilingi lautan, Kabupaten Lembata memiliki potensi wisata bahari yang sangat potensial untuk dikembangkan. Hal itulah yang mendorong beberapa pemuda Lembata untuk membuat suatu komunitas yang bertugas untuk mengembangkan

dan mempromosikan potensi wisata yang di miliki kabupaten Lembata, khususnya wista bahari di pulau Lembata adalah Komunitas Lembata *Under Water*.

Ide untuk membentuk Komunitas Lembata *Under Water* tercetus setelah kegiatan lomba fotografi Internasional “Lembata *Underwater*”, pada bulan Agustus 2015, tetapi secara resminya komunitas Lembata *Underwater* terbentuk pada awal tahun 2016. Bagi komunitas Lembata *Under Water* yang menarik dari alam bawah laut Lembata adalah semua ekspektasi keindahan alam bawah laut Indonesia ada di Lembata.

Pemandangan bawah laut Lembata bisa mewakili keindahan bawah laut Indonesia, wisatawan bisa menemukan banyak hal mulai dari *soft coral* dan *hard coral* yang beranearagam dan bertumbuh sehat, berbagai jenis biota laut yang unik Seperti *Whale*, *Whale Shark*, *Martil Shark*, *Sun Fish*, *Napoleon Fish*, *Dugong*, dll), selain itu keindahan bawah laut Lembata menjadi obyek yang menarik perhatian fotgrafer. Dengan Visi Memperkenalkan Laut Lembata kepada dunia dimana putra daerahlah tuan tanah atas keindahan alam laut Lembata. Komunitas Lembata *Underwater* mulai menyusung beberapa strategi komunikasi untuk memprkenalkan keindahan bawah laut Lembata kepada masyarakat dan dunia. Strategi komunikasi yang dilakukan Komunitas Lembata *Underwater* adalah sebagai berikut;

1. Melibatkan masyarakat Lembata dalam pelaksanaan program kerja

Sebelum mengenalkan potensi wisata bahari Kab. Lembata kepada masyarakat luas dan dunia, komunitas Lembata perlu memperkenalkan potensi wisata bahari kepada masyarakat Lembata itu sendiri. Mengajak masyarakat khususnya pemuda-pemudi Lembata untuk ikut berpartisipasi langsung dalam melaksanakan setiap program kerja komunitas merupakan salah satu strategi komunitas untuk memperkenalkan potensi wisata bahari Kab. Lembata kepada masyarakat Lembata. Hal ini dilakukan komunitas dengan tujuan menumbuhkan pemahaman masyarakat Lembata tentang potensi wisata bahari Kab. Lembata agar kedepannya masyarakat bisa berperan aktif dalam mengembangkan potensi wisata bahari yang dimiliki Kab. Lembata.

Komunitas Lembata *Underwater* mengajak pemuda-pemudi Lembata untuk ikut berpartisipasi aktif membantu komunitas dalam melaksanakan setiap program kerja, strategi ini dilakukan komunitas karena sebelum ini masyarakat Lembata khususnya pemuda-pemudi banyak yang tidak mengetahui potensi wisata bahari yang dimiliki Kab. Lembata, akibatnya tidak ada SDM yang bisa diharapkan untuk mengembangkan potensi yang ada, selain itu, masyarakat juga akan ikut bertanggungjawab dalam mengembangkan potensi wisata bahari Kab. Lembata.

Komunitas Lembata *Underwater* melihat bahwa dengan melibatkan pemuda-pemudi Lembata dalam proses pengembangan wisata bahari akan membantu mereka dalam mempromosikan wisata bahari Lembata melalui media sosial, hal itu dikarenakan saat ini anak-anak muda merupakan pengguna aktif media sosial. Kebiasaan kaum muda akan membagikan pengalaman mereka di media sosial, jadi dengan melibatkan pemuda-pemudi dalam segala kegiatan secara tidak langsung potensi wisata bahari akan di promosikan oleh mereka.

2. Memberikan Edukasi Tentang Dunia Bahari

Salah satu penyebab yang menghambat perkembangan wisata bahari di Kab. Lembata adalah kurangnya pengetahuan masyarakat Lembata tentang bagaimana mengelola potensi wisata bahari yang ada. Untuk mengatasi masalah tersebut, komunitas Lembata

*Underwater* memberikan edukasi tentang wisata bahari kepada masyarakat Lembata khususnya pemuda-pemudi Lembata.

Edukasi atau pelatihan yang diberikan meliputi dasar-dasar *diving*, *open water* (pengetahuan tentang laut) hingga *rescue* (tindakan penyelamatan). Selain itu komunitas juga memberikan pelatihan tentang bagaimana menjadi seorang pemandu wisata. Memberikan edukasi langsung kepada masyarakat merupakan salah satu strategi komunikasi komunitas Lembata *Underwater* dalam mengembangkan wisata bahari Kab. Lembata. Dengan bekal pengetahuan yang diberikan komunitas Lembata. Tujuan diberikannya pelatihan oleh Komunitas Lembata *Underwater* adalah untuk mengajak pemuda-pemudi bekerja bersama dalam mengembangkan wisata bahari Kab. Lembata.

### 3. Menyediakan Jasa *Tour and Travel*

Menyediakan jasa *tour and travel* menjadi salah satu strategi komunitas untuk menarik perhatian wisatawan. Beberapa paket wisata bahari Lembata ditawarkan komunitas Lembata *Underwater* kepada wisatawan. Ada beberapa alasan yang mendorong komunitas untuk menyediakan jasa *tour and travel* sebagai berikut;

- a. Selama ini di Lembata belum ada yang menyediakan jasa *tour and travel*.
- b. Wisata bahari Lembata merupakan objek wisata yang baru dan belum terlalu dikenal wisatawan, jadi perlu adanya pemandu wisata untuk memandu wisatawan menjelajahi wisata bahari Lembata.
- c. Dengan disediakan jasa *tour and travel* bisa memudahkan wisatawan untuk mengetahui berapa biaya yang diperlukan untuk bisa berwisata ke Lembata, berapa waktu yang diperlukan untuk menjelajahi Lembata dan masih banyak lagi kemudahan yang didapatkan wisatawan dengan adanya jasa *tour and travel* ini.
- d. Selama ini Lembata hanya dijadikan sebagai pulau persinggahan bagi wisatawan, kebanyakan wisatawan yang datang hanya ingin mengunjungi desa Lamalera untuk melihat budaya penangkapan ikan paus secara tradisional, wisatawan tidak mengetahui bahwa di Lembata masih banyak objek wisata bahari yang bisa di jelajahi, untuk itu Komunitas Lembata *Underwater* berinisiatif untuk menyediakan jasa *tour and travel* untuk memperkenalkan wisata bahari Lembata kepada wisatawan.

Lembata *Dive Operator* merupakan agent *tour and travel* yang murni dibentuk dan dikelola oleh komunitas Lembata *Underwater*. Jasa *tour and travel* yang disediakan oleh komunitas Lembata bertujuan untuk memudahkan wisatawan menikmati wisata bahari di Kab. Lembata. Keuntungan yang diperoleh digunakan untuk membiayai kebutuhan komunitas dalam menjalankan setiap program kerja yang ada.

Sejauh ini sudah ada respon yang diberikan oleh wisatawan terkait dengan paket wisata yang ditawarkan, setiap trip yang ditawarkan berhasil menarik wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk menggunakan jasa mereka. Dengan adanya jasa *tour and travel* yang disediakan oleh komunitas Lembata *Underwater* memberikan dampak bagi perkembangan wisata bahari di Kab. Lembata, hal ini bisa dilihat dengan adanya wisatawan yang berkunjung ke Lembata untuk menikmati keindahan bawah laut Lembata tidak hanya untuk menyaksikan atraksi pemburuann ikan paus di desa Lamalera, selain itu dengan adanya jasa *tour and travel* juga meningkatkan jumlah wisatawan meskipun tidak sebanyak jumlah kunjungan ketika ada *even* yang diselenggarakan. Jadi menyediakan jasa *tour and travel* tidak hanya menjadi strategi komunitas untuk menarik perhatian wisatawan tetapi juga menjadi salah satu cara komunitas untuk mengembangkan wisata bahari Lembata.

4. Promosi

Untuk bisa menarik perhatian wisatawan ataupun membuat wisatawan sadar bahwa wisata bahari Lembata merupakan hal yang patut dicoba dan layak dikunjungi, maka komunitas Lembata *Underwater* harus lebih sering mempromosikan wisata bahari Lembata kepada masyarakat luas. Komunitas Lembata *Underwater* mempromosikan wisata bahari kabupaten Lembata kepada dunia dengan berbagai cara di antaranya sebagai berikut;

- a. Promosi Melalui Media Massa, Komunitas Lembata *Underwater* terlihat mempromosikan wisata bahari Lembata melalui beberapa media massa online dan radio. Sayangnya komunitas Lembata *Underwater* tidak melakukan iklan secara langsung di media massa, mereka hanya akan menggunakan media massa sebagai alat promosi jika mereka mengadakan sebuah *event* bahari.
- b. Promosi Melalui Media Sosial, Komunitas Lembata *Underwater* juga aktif menggunakan media sosial sebagai media untuk mempromosikan wisata bahari Lembata kepada wisatawan. Dibandingkan promosi melalui media massa, komunitas Lembata *Underwater* terlihat lebih sering mempromosikan wisata bahari Lembata melalui media sosial. *Facebook* dan *instagram* merupakan media sosial yang dipilih sebagai sarana promosi. Media sosial yang sering digunakan adalah group *facebook* Lembata *Under Water* dan Lembata Dive Operator, selain menggunakan *facebook*, komunitas juga menggunakan *Instagram- @le.dive*.
- c. Promosi Melalui Kerjasama dengan Para Pencinta Laut dan Komunitas Lain, komunitas Lembata *Under Water* melakukan kerjasama dengan beberapa pencinta laut dan komunitas lainnya. Kerjasama ini dilakukan dengan cara mengajak mereka mengskplor laut Lembata bersama-sama dan nantinya dokumentasi kegiatan mereka akan di *share* di sosial media mereka masing-masing. Cara ini cukup efektif karena para penggiat laut yang di ajak kerjasama merupakan pengguna media sosial yang aktif dan memiliki banyak *followers*, dengan mereka membagikan kegiatan mereka di Lembata, secara otomatis mereka turut mempromosikan wisata kabupaten lembata kepada *folowers* mereka. Cukup banyak penggiat laut yang diajak kerjasama oleh komunitas Lembata *Under water* yang kebanyakan dari mereka merupakan temen-temen dari anggota komunitas ini sendiri.
- d. Promosi Melalui *Event*. Cara mudah untuk meningkatkan jumlah wisatawan adalah dengan menyelenggarakan beberapa *event*, dengan menyelenggarakan *event* terbukti dapat meningkatkan jumlah wisatwan meskipun hanya pada saat ada *event* dijalankan. *Event* merupakan salah satu strategi komunitas Lembata *Under Water* dalam mempromosikan wisata bahari yang ada di kabupaten Lembata. Dalam dua tahun terakhir komunitas ini sering dipercayai DISBUDPAR kabupaten Lembata Sebagai mitra kerja dalam menangani *Event* tahunan yang sering di adakan. *Event* atau kegiatan yang sering ditangani komunitas Lembata *Underwater* selama dua tahun adalah Festival Bahari Nuhanera, Rally Wisata Bahari, Wonderful Sail, Lomba Fotografi dengan tema Lembata *under water*, dan festival *under water*. Selama kurang lebih dua tahun berjalan, komunitas Lembata *Underwater* terus mempersiapkan Lembata untuk menjadi destinasi wisata bahari, selain itu kegiatan promosipun masi terus berjalan. Dari semua strategi promosi yang telah dilakukan komunitas Lembata *Underwater*, promosi melalui media sosial yang masih terus dilakukan secara berkelanjutan hal itu bisa dilihat pada postingan mereka di *insatgram* maupun *facebook*.

**Dampak Dari Strategi Komunikasi Komunitas Lembata *Under Water***

Selama kurang lebih dua tahun berjalan, komunitas Lembata *Underwater* sudah melakukan beberapa strategi komunikasi untuk memperkenalkan wisata bahari Lembata

kepada masyarakat dan dunia. Strategi komunikasi yang dilakukan komunitas diantaranya sebagai berikut;

1. Melibatkan masyarakat Lembata dalam pelaksanaan program kerja
2. Memberikan edukasi tentang dunia bahari kepada pemuda-pemudi Lembata
3. Menyediakan jasa *tour and travel*
4. Melakukan promosi

Sejauh ini sudah terlihat dampak dari strategi komunikasi yang dilakukan komunitas Lembata *Underwater* terhadap perkembangan wisata bahari di Kab. Lembata. Sudah terlihat adanya partisipasi aktif dari masyarakat khususnya pemuda-pemudi Lembata dalam mengembangkan potensi wisata bahari yang ada. Partisipasi pemuda-pemudi Lembata bisa dilihat dari antusiasme pemuda-pemudi dalam mengikuti pelatihan yang diberikan komunitas Lembata *Underwater*, selain itu juga mereka ikut serta membantu Komunitas Lembata *Underwater* dalam melaksanakan setiap program kerja seperti ikut serta dalam pendataan, atau membantu komunitas menyukseskan suatu *event*.

Keikutsertaan pemuda-pemudi Lembata secara langsung dalam mengembangkan wisata bahari Kab. Lembata merupakan dampak yang baik, karena sebelum komunitas Lembata *Underwater* dibentuk, masyarakat Lembata khususnya pemuda-pemudi Lembata terlihat tidak peduli dengan potensi wisata bahari yang ada di Lembata bahkan sebagian besar dari mereka tidak mengetahui bahwa Kab. Lembata memiliki potensi wisata bahari yang layak untuk dikembangkan. Setidaknya sekarang sudah ada kesadaran dari pemuda-pemudi Lembata untuk ikut serta mengembangkan potensi wisata bahari Lembata merupakan satu langkah yang baik untuk perkembangan wisata bahari Lembata.

Selain itu sudah terlihat dampak dari promosi yang dilakukan komunitas Lembata *Underwater*, dengan promosi yang terus dilakukan komunitas membuat makin banyak wisatawan yang tahu tentang objek wisata bahari yang ada di Lembata, Sudah ada wisatawan domestic dan internasional yang datang ke Lembata hanya untuk menikmati alam laut Lembata, yang mana sebelumnya para wisatawan apabila ke Lembata hanya sebatas mengunjungi desa Lamalera di selatan Lembata.

Adanya peningkatan jumlah wisatawan, hal itu bisa dilihat dari jumlah wisatawan yang terus meningkat dari tahun ketahun. Berdasarkan hasil rekapitulasi data kunjungan wisatawan di Kabupaten Lembata menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Lembata. Dilihat dari dua tahun sebelum komunitas Lembata *Underwater* dibentuk, jumlah wisatawan yang berkunjung sebanyak 4076 wisatawan dan mengalami sedikit peningkatan di tahun 2015 yaitu sebanyak 266 wisatawan. Dengan promosi yang dilakukan komunitas Lembata *Underwater* secara terus menerus selama dua tahun belakangan ini mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Lembata, terlihat dengan peningkatan jumlah wisatawan yang cukup banyak di tahun 2016 dan 2017.

Sayangnya strategi komunikasi yang dilakukan komunitas belum berdampak signifikan pada perkembangan ekonomi masyarakat setempat, pasalnya peningkatan jumlah wisatawan dalam jumlah besar hanya terjadi apabila komunitas Lembata *Underwater* mengadakan suatu *event* sehingga masyarakat mendapatkan keuntungan hanya pada saat ada *event* yang diselenggarakan. Selain itu promosi yang dilakukan komunitas Lembata *Underwater* melalui media massa dan media sosialpun belum menunjukkan dampak yang signifikan, hal itu bisa dilihat dari minimnya respon yang diberikan *followers* terhadap setiap postingan di media sosial komunitas Lembata *Underwater*.

Meskipun belum menunjukkan dampak yang signifikan terhadap perkembangan wisata bahari Kab. Lembata namun sejauh ini strategi yang dilakukan komunitas sudah bisa membuat wisatawan menyadari dan mengetahui bahwa di Lembata terdapat objek wisata bahari yang bisa dikunjungi dan di nikmati wisatawan sehingga muncul ketertarikan dan keinginan untuk berkunjung ke Lembata, terbukti dengan sudah adanya wisatawan yang berkunjung ke Lembata hanya untuk menikmati wisata bahari Lembata walaupun jumlahnya tidak banyak. Untuk kedepannya Komunitas Lembata *Underwater* masih berkomitmen untuk terus mempromosikan wisata bahari Kabupaten Lembata kepada masyarakat luas.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Komunitas Lembata *Underwater* menerapkan beberapa strategi komunikasi dalam mempromosikan dan mengembangkan wisata bahari Kabupaten Lembata yaitu; melibatkan masyarakat Lembata dalam pelaksanaan program kerja dan memberikan edukasi tentang dunia bahari kepada pemuda-pemudi Lembata, menyediakan jasa *tour and travel* serta aktif mempromosikan wisata bahari Lembata dengan berbagai cara yaitu; promosi melalui media massa, media sosial, berkerjasama dengan komunitas lain serta melakukan beberapa *event*.
2. Strategi komunikasi yang dilakukan komunitas Lembata *Underwater* sejauh ini sudah memberikan dampak untuk perkembangan wisata bahari Lembata seperti, munculnya kesadaran masyarakat Lembata khususnya pemudai-pemudi Lembata untuk ikut serta berpartisipasi aktif dalam mengembangkan wisata bahari Lembata, selain itu dengan promosi yang terus dilakukan komunitas membuat makin banyak wisatawan yang tahu tentang objek wisata bahari yang ada di Lembata, Sudah ada wisatawan domestic dan internasional yang datang ke Lembata hanya untuk menikmati alam bawah laut Lembata, yang mana sebelumnya para wisatawan apabila ke Lembata hanya sebatas mengunjungi desa Lamalera di selatan Lembata. Adanya peningkatan jumlah wisatawan, hal itu bisa dilihat dari jumlah wisatawan yang terus meningkat pada dua tahun belakangan ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Efendy, Onong Uchjana.2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung ; PT. Remaja Rosdakarya
- Kriyantono,Rachmat. 2007. *Teknisi Praktis Praktis Riset Komunikasi*. Jakrta; Kencana Prenada Media Group.
- Moleong Lexy, M.A.2008.*Metodelogi Penelitian Kualitatif*.Bandung; PT Remaja Rosdakarya
- Sutopo, H.B. 2002. *Metodelogi Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.