

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan, Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam yang eksotis dan berbagai macam keanekaragaman budaya, sehingga perlu adanya peningkatan di sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu asset yang digunakan sebagai sumber yang menghasilkan bagi bangsa dan negara. Pariwisata berkaitan erat tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancong, turisme. Pariwisata juga meliputi keseluruhan elemen-elemen terkait, seperti wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain sebagainya.

Pengembangan Suatu tempat yang dijadikan daerah pariwisata diharapkan menjadi sumber dan potensi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan sektor lain sehingga lapangan pekerjaan, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan negara, serta penerimaan devisa meningkat melalui upaya pengembangan dan pembangunan berbagai potensi kepariwisataan nasional,

dengan tetap memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi serta mutu lingkungan hidup¹.

Nusa Tenggara Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terkenal dengan berbagai macam potensi wisata didalamnya seperti wisata alam dan budaya serta wisata sejarah, hal ini menjadikan Nusa Tenggara Timur sebagai salah satu provinsi yang ramai dikunjungi oleh wisatawan lokal ataupun internasional, sehingga hal tersebut menjadikan pariwisata sebagai sesuatu yang penting bagi perkembangan daerah. Nusa Tenggara Timur terdiri atas beberapa kabupaten/kota yang ada didalamnya seperti (kabupaten Sumba Barat, Sumba Timur, Kupang, Timor Tengah Selatan, Timor Tengah Utara, Belu, Alor, Lembata, Flores Timur, Sikka, Ende, Ngada, Manggarai, Rote Ndao, Manggarai Barat, Sumba Tengah, Sumba Barat, Daya, Nagekeo, Manggarai Timur, Sabu Raijua, Malaka, dan Kota Kupang), dari kabupaten yang ada tentunya ada beberapa kabupaten yang sudah menjadi ikonik wisata di provinsi Nusa Tenggara Timur, tetapi dari berbagai macam kabupaten/kota yang ada terdapat salah satu kabupaten yang menyimpan berbagai destinasi wisata alam seperti pantai, air terjun, wisata kampung adat, bukit, danau, goa dan berbagai destinasi wisata menarik lainnya adalah Kabupaten Malaka, Nusa Tenggara Timur.

Kabupaten Malaka merupakan salah satu kabupaten baru yang dimekarkan dari kabupaten induk yaitu kabupaten Belu pada tanggal 11 Januari 2013 sesuai amanat undang undang Nomor 3 Tahun 2013 tentang pembentukan

¹ (departemen Pendidikan Nasional, 2005:830) pengertian pariwisata menurut KBBI

kabupaten baru, secara geografis kabupaten malaka memiliki letak geografis yang sangat strategis karna berbatasan langsung dengan Negara Republik Demokratik Timor Leste (RDTL) dan berbatasan laut dengan negara Australia.² Kabupaten Malaka secara geografis memiliki keunggulan di bidang pariwisata alam, dengan keindahan alam dan panorama pantai yang masih terjaga keasriannya, lebih dari 20 pantai yang dapat dikunjungi oleh wisatawan dan juga wisata lainnya seperti kampung adat, danau-danau dan goa yang terbentuk secara alami sehingga menyajikan suatu pemandangan yang indah.

Tahun 2019 sampai dengan 2021 menjadi tahun terberat bagi sektor pariwisata di Indonesia, termasuk Kabupaten Malaka bahkan seluruh dunia, dikarenakan berbagai sector wisata harus ditutup untuk jangka waktu yang cukup lama, dikarenakan adanya pandemi COVID-19 yang dialami oleh seluruh dunia, oleh karna itu untuk mencegah penyebarannya salah satu upaya yang dilakukan pemerintah adalah menutup tempat wisata karna salah satu tempat yang berpotensi menimbulkan keramaian.

Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) yang lebih dikenal dengan nama Virus Corona telah menjadi suatu pandemi besar di Indonesia sejak diumumkan pada bulan Maret 2020 yang disampaikan langsung pada pidato Presiden Joko Widodo, dua warga negara Indonesia pertama kali dinyatakan positif terjangkit penyakit COVID-19, dan dari hal ini

² Profil Kabupaten Malaka (<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38828/uu-no-3-tahun-2013>)

diakses pada 21 april, pukul 22:41

pemerintah mengambil sikap untuk mencegah penyebaran penyakit Covid-19 dengan cara melaksanakan *social distancing* atau menjaga jarak, COVID-19 adalah kumpulan virus yang dapat menginfeksi sistem pernapasan. Pada banyak kasus, virus ini hanya menyebabkan infeksi pernapasan ringan, seperti flu. Namun, virus ini juga bisa menyebabkan infeksi pernapasan berat, seperti infeksi paru-paru (pneumonia), Virus Corona yang menyebabkan COVID-19 bisa menyerang siapa saja baik wanita atau pria dan muda ataupun tua. Menurut data yang dirilis Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 Republik Indonesia, jumlah kasus terkonfirmasi positif hingga 20 April 2021 adalah 1,6 juta orang dengan jumlah kematian 43.777 orang akibat COVID-19.³

Dengan tingkat penyebaran yang begitu cepat dan beresiko, pemerintah daerah dengan merujuk pada peraturan presiden tentang kedaruratan kesehatan mengambil langkah cepat untuk menutup akses keluar masuk daerah dan juga menutup berbagai tempat-tempat umum yang berpotensi dapat menimbulkan keramaian atau lebih dikenal dengan istilah (*Lockdown*), salah satunya adalah tempat pariwisata yang berada di daerah Nusa Tenggara Timur demi mencegah penyebaran atau penularan penyakit COVID-19 pada warga setempat.

Kabupaten Malaka termasuk salah satu daerah yang terkena dampak dari penutupan seluruh tempat wisata yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Timur,

³ <https://covid19.who.int/region/searo/country/id> (Corona Virus. diakses pada tanggal 21 april 2021, pukul 23:32)

hal ini dilakukan untuk meminimalisir penyebaran COVID-19 di Nusa Tenggara Timur, walaupun pada awal tahun 2021 sudah kembali dibuka berbagai tempat wisata yang ada, tetapi tidak terlepas dari protokol kesehatan yang ada atau dengan kata lain masa new normal, dimana new normal merupakan suatu skenario untuk mempercepat penanganan COVID-19 dalam aspek kesehatan dan sosial-ekonomi sehingga pemerintah Indonesia telah mengumumkan rencana untuk mengimplementasikan skenario new normal dengan mempertimbangkan studi epidemiologis dan kesiapan regional.

New normal yang diterapkan pemerintah untuk mempercepat penanganan COVID-19 tentunya tidak terlepas dari protokol kesehatan diantaranya menyediakan berbagai macam fasilitas untuk mencegah terjadinya penyebaran seperti menyediakan sabun cuci tangan dan juga hand sanitizer, serta disinfektan dan tentunya memberikan pelayanan yang higienis, bersih dan melakukan pemeriksaan berkala kepada petugas, hal ini dilakukan agar wisatawan ataupun masyarakat lokal tetap berwisata dengan nyaman dan tetap mematuhi protokol kesehatan yang ada, selain protokol kesehatan pentingnya sosialisasi dan himbauan untuk tetap menjaga jarak dan menyediakan fasilitas kesehatan menjadi sesuatu hal yang penting yang harus dilakukan oleh pemerintah daerah khususnya dinas pariwisata setempat di era new normal.⁴

Dari hal-hal di atas penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh dinas pariwisata setempat untuk

⁴ (<https://www.kemkes.go.id/article/view/20052900001/vaksin-covid-19-belum-ditemukan-pemerintah-siapkan-skenario-new-normal.html>) New Normal dan penerapannya, diakses pada tanggal 22 april 2021, pukul 00:33

mempromosikan kembali pariwisata di era new normal, setelah pandemi COVID-19 yang menyebabkan destinasi wisata yang ada di kabupaten Malaka ditutup dalam waktu yang cukup lama, dari berbagai destinasi wisata yang di tutup, salah satunya adalah pantai Motadikin dan juga pantai Abudenok, sehingga strategi komunikasi pariwisata seperti apa yang dilakukan oleh pemerintah setempat, ataupun pelaku pariwisata lainnya, sehingga dari hal ini dilakukan berbagai tindakan di era new normal seperti sosialisasi kepada masyarakat untuk kembali berwisata dengan normal dengan diterapkannya protocol kesehatan yang layak.

Pantai motadikin dan pantai abudenok merupakan salah satu sektor wisata unggulan yang dimiliki oleh Kabupaten Malaka, hal ini dikatakan karna dalam hal pariwisata sangat membantu dalam meningkatkan anggaran pendapatan daerah ataupun masyarakat lokal di pesisir pantai dalam hal pendapatan ekonomi, mengingat daerah di Kabupaten Malaka lebih banyak terdapat daerah pesisir pantai, sehingga dominan masyarakat kabupaten malaka berprofesi sebagai nelayan dan juga pedagang di sekitar pesisir pantai, sehingga tahun 2019 dan 2020 yang kita ketahui Indonesia maupun dunia terkena dampak pandemi COVID-19 yang membuat semua aktivitas masyarakat lumpuh, karna untuk mencegah penularan Virus berbahaya ini.

Selain pandemi Covid-19 yang membuat lumpuhnya aktivitas masyarakat pesisir pantai di Motadikin dan juga abudenok, hal lain yang dialami adalah yang membuat masyarakat semakin susah adalah adanya badai seroja yang menimpa provinsi NTT pada bulan April lalu, membuat masyarakat

Kabupaten Malaka semakin putus asa, diakibatkan hilangnya semua harta benda yang hanyut terbawa banjir, mengingat kabupaten malaka sendiri merupakan salah satu daerah dengan dampak paling parah di provinsi nusa tenggara timur, akibat dari badai seroja yang menimpa ntt.

Sehingga di era new normal ini, dengan dibuka kembali berbagai sector wisata di kabupaten malaka, akibat Covid-19 maupun dari badai seroja ini penulis ingin mengetahui tentang strategi komunikasi dari pemerintah daerah maupun pelaku usaha pariwisata dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisaa di kabupaten malaka, khususnya pantai motadikin dan juga pantai abudenok, sehingga pendapat masyarakat di pesisir pantai dapat menjadi normal, mengingat wisata ditutup dalam waktu yang lama, dan juga tentunya dengan mengikuti protocol kesehatan yang dianjurkan pemerintah setempat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dari skripsi yang penulis tulis adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Komunikasi Pariwisata pada pantai Motadikin dan pantai Abudenok dalam meningkatkan aktivitas pengunjung di era new normal tahun 2021?

1.3. Tujuan Penelitian

- 1) Tujuan umum

1. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana komunikasi pariwisata yang dilakukan dalam meningkatkan alktivitas pengunjung destinasi wisata pantai di Kabupaten Malaka seperti pantai Motadikin dan pantai Abudenok di era new normal.
2. Penelitian ini juga berupaya mengetahui protokol kesehatan yang dioperasikan oleh pihak pemerintah daerah kabupaten malaka dan juga pengelola tempat wisata yang berada di Kabupaten Malaka di era new normal.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Bagi mahasiswa penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan tambahan refrensi kepustakaan dalam rangka pengembangan akademis serta diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam kajian teori mengenai komunikasi pariwisata, strategi dalam meningkatkan aktivitas pengunjung di era new normal paskah Pandemi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat umum, terutama bagi pelaku wisata khususnya di daerah Kabupaten Malaka terkait dengan komunikasi pariwisata dan strategi komunikasi dalam meningkatkan aktivitas pengunjung di era New Normal. Selain itu juga untuk Akademisi, penelitian ini diharapkan dapat

berguna bagi studi ilmu komunikasi, dan dapat menjadi suatu referensi untuk melakukan penelitian kedepannya.

1.5. Metode Penelitian

A. Pendekatan dan rancangan penelitian

Jenis dari penelitian ini menggunakan penelitian dari kualitatif deskriptif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif ini merupakan sebuah metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif.

Rancangan penelitian berfokuskan untuk mengetahui strategi komunikasi pariwisata dalam peningkatan aktivitas pengunjung pada era new normal paskah pandemi COVID-19, sehingga penulis akan meneliti lebih lanjut mengenai strategi komunikasi yang dilakukan, baik itu dari masyarakat setempat ataupun dari dinas pariwisata Kabupaten Malaka sendiri. Penelitian ini dikategorikan dalam penelitian deskriptif kualitatif yang berarti bahwa penelitian yang mendeskripsikan suatu fenomena yang ada dalam kehidupan sehari-hari, atau suatu fenomena yang dilihat dalam kehidupan sehari-hari dan dapat di generalisir.

B. Objek, Lokasi dan waktu penelitian

1. Objek penelitiannya adalah pelaku pariwisata diantaranya dinas pariwisata Kabupaten Malaka serta masyarakat setempat (pengelola destinasi wisata) di Kabupaten Malaka terkait dengan strategi komunikasi yang dilakukan paskah pandemi COVID-19, dimana

sebelumnya aktivitas pengunjung destinasi terbilang cukup normal pada umumnya, tetapi karna ditutupnya semua tempat wisata yang ada di kabupaten malaka pada umumnya, membuat tempat wisata yang ada menjadi sepi pengunjung, sehingga dalam era new normal ini destinasi wisata kembali dibuka untuk pengunjung tetapi tetap mengikuti arahan protocol kesehatan yang ada.

2. Lokasi penelitian penulis adalah tempat wisata pantai di kabupaten malaka (pantai Motadikin dan pantai abudenok) dan juga pemerintah daerah khususnya di dinas pariwisata Kabupaten Malaka
3. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari tanggal 19 April sampai dengan tanggal yang belum di tentukan (menyusul) dan penulis sudah membuat rencana untuk penelitian kedepannya.

C. Sumber Data

Jenis jenis data yang digunakan oleh peneliti sebagai sumber penelitian sebagai berikut:

1. Sumber data Primer

Sumber data primer mengambil dari narasumber langsung yaitu pihak dinas pariwisata Kabupaten Malaka, serta pengelola tempat wisata yang ada terkait dengan komunikasi pariwisata yang dilakukan di era new normal paskah pandemi COVID-19

Jumlah narasumber masih dalam proses penelitian (menyusul setelah penelitian)

2. Sumber Data Sekunder

Penelitian dari data sekunder didapatkan dari luar narasumber dalam penelitian ini, yaitu data didapatkan dari buku, jurnal, literature, media online dan lain-lain serta pengunjung wisata setempat.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan sangat penting dalam melakukan penelitian, karena disini lah data yang diteliti bakal dikumpulkan dan didapatkan. Teknik pengumpulan data ini diambil dari data primer khususnya wawancara yang sudah dilakukan terhadap narasumber.

1. Observasi

Penelitian ini memfokuskan tentang strategi komunikasi pariwisata dalam mempromosikan kembali wisata yang sudah dibuka di era *New Normal*, baik itu melalui media social yang ada atau media promosi lainnya. Artinya dalam penelitian ini penulis langsung turun ke lapangan untuk melihat secara langsung hal-hal apa saja yang terjadi di tempat wisata, paskah pandemi COVID-19, sehingga penulis mengetahui Langkah pemerintah daerah, dan juga pelaku wisata lainnya dalam meningkatkan Kembali tingkat aktivitas pengunjung di era *New Normal* dalam hal berwisata, dan tentunya dengan memperhatikan protokol kesehatan yang diterapkan.

2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini tentunya akan dilakukan secara langsung, dan untuk narasumbernya adalah pihak dinas pariwisata dan pengelola wisata di pantai Motadikin dan juga Pantai Abudenok diantaranya :

1. Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Malaka (Rovinus Bau, S.H., M.M)
2. Pemuda pengelola pariwisata pantai abudenok (Crisantus Nahak beserta anggota)
3. Pemuda pengelola pariwisata pantai Motadikin di bolan (Gregorius Seran beserta anggota)
4. Masyarakat lokal di pesisir pantai Motadikin dan Abudenok , yaitu di Desa Umato'os (Alexander Jangga)
5. Masyarakat Kabupaten Malaka pada umumnya yang dominan mata pencaharian di tempat-tempat wisata, yang merasakan langsung akibat dari pandemi Virus COVID-19. (Fransiska Luruk)

3. Dokumentasi

Penelitian ini juga akan mendokumentasikan foto-foto yang ada di lapangan untuk memperkuat kevalidan dan keakuratan dalam penelitian yang dilakukan.

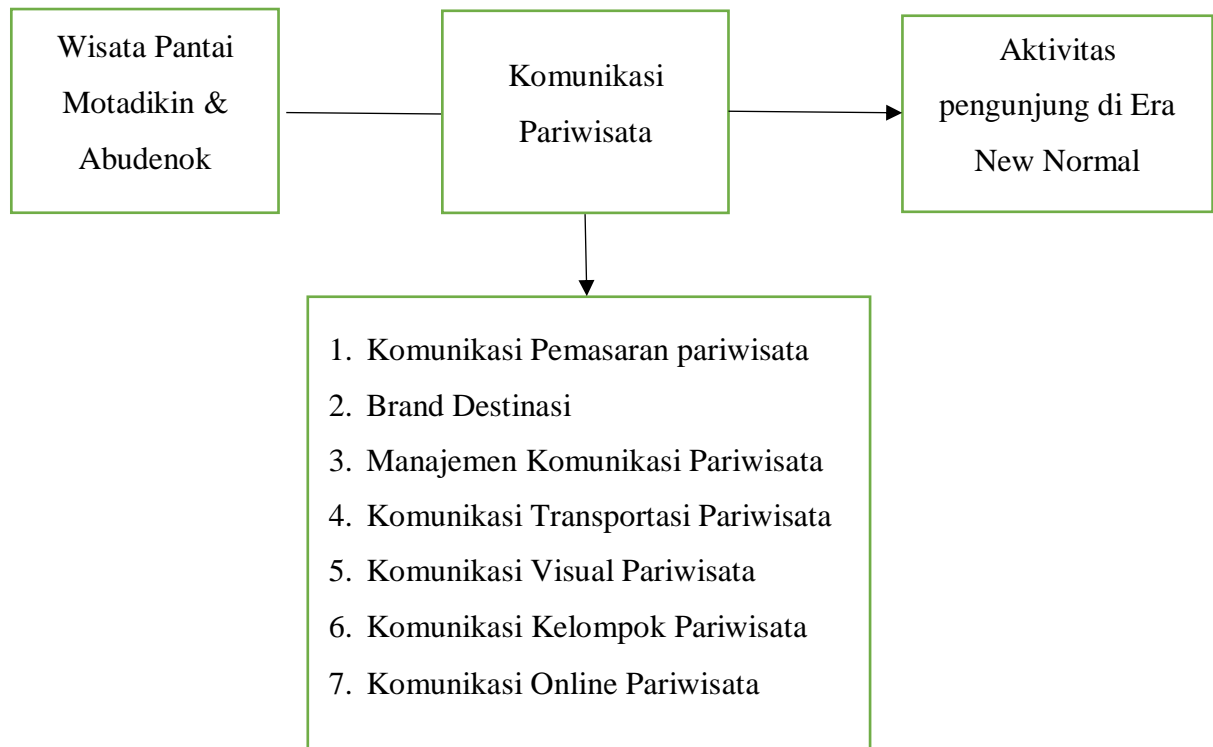
E. Kerangka Konsep

Pandemi COVID-19 merupakan suatu hal baru yang memunculkan rasa takut kepada masyarakat untuk melakukan aktivitas di luar rumah pada biasanya, mengingat COVID-19 merupakan suatu wabah penyakit yang berbahaya pada era sekarang, karna menularnya sangat cepat. Tentunya hal ini membuat masyarakat merasa terganggu baik itu dari segi ekonomi social ataupun lainnya.

Dalam era *new normal* ini telah dibuka kembali destinasi wisata yang ada di daerah, akan tetapi ini menjadi hal terberat bagi pelaku wisata, karna bagaimana caranya agar mempromosikan destinasi wisata di era new normal kepada masyarakat, sehingga aktivitas pengunjung destinasi wisata di daerah kembali meningkat, mengingat minat masyarakat yang menurun secara drastis akibat pandemi COVID-19, ditambah lagi dengan pelaku wisata harus memastikan dan mengedukasikan masyarakat tentang peraturan yang berlaku di era new normal terkait dengan protokol kesehatan untuk meminimalisir tingkat penularan, karna yang kita ketahui bahwa tingkat COVID-19 di Indonesia masih sangat tinggi.

Kabupaten Malaka, Nusa Tenggara Timur merupakan salah satu tempat berwisata yang terkena dampak, karna adanya penutupan total pada masa pandemi COVID-19, sehingga focus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Malaka ataupun Pelaku usaha lainnya

dalam meningkatkan aktivitas pengunjung destinasi wisata di era new normal paskah pandemi COVID-19 dengan tetap melaksanakan protokol kesehatan yang sudah ditetapkan pemerintah pusat ataupun daerah.



Pada bagian kerangka konsep diatas dijelaskan mengenai proses berpikir penelitian komunikasi pariwisata pada destinasi wisata pantai motadikin dan pantai abudenok dalam meningkatkan tingkat aktivitas pengunjung di era normal baru paska pandemi COVID-19. Malaka merupakan salah satu daerah di Nusa Tenggara Timur yang memiliki berbagai tempat wisata yang indah dan masih sangat terjaga keasriannya, yang membuat masyarakat baik itu dari luar daerah Malaka ataupun masyarakat Malaka sendiri yang datang untuk menikmati alam, sehingga

dari wisata-wisata yang ada di kabupaten malaka dapat meningkatkan ekonomi penduduk daerah setempat ataupun pelaku usaha di Malaka, khususnya di pantai Motadikin dan Abudenok.

Setelah masyarakat Kabupaten Malaka memasuki masa normal baru, pemerintah setempat memperbolehkan pembukaan kembali tempat wisata dengan syarat tetap mematuhi protokol kesehatan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah Indonesia. Destinasi Wisata Kabupaten Malaka yang sempat ditutup beberapa waktu menjadikan minat masyarakat untuk berwisata berkurang hal ini memerlukan Komunikasi Pariwisata dalam hal ini perlu adanya strategi pemerintah daerah setempat dalam melakukan strategi marketing di era new normal, untuk mengembalikan minat wisatawan berkunjung ke daerah kabupaten malaka, khususnya pantai motadikin dan pantai abudenok, Penulis memakai konsep komunikasi pariwisata menurut Burhan & Bungin, terdapat beberapa konsep diantaranya Komunikasi Pemasaran pariwisata, Brand Destinasi, Manajemen Komunikasi Pariwisata, Komunikasi Transportasi Pariwisata, Komunikasi Visual Pariwisata, Komunikasi Kelompok Pariwisata, Komunikasi Online Pariwisata, Public Relatio, Riset Komunikasi Pariwisata.

Output yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat mengembalikan minat wisata pada turis berkunjung ke destinasi wisata di daerah Kabupaten Malaka dan memberikan informasi baik itu melalui promosi di media social dan sebagainya bahwa destinasi wisata daerah

Kabupaten Malaka, khususnya wisata pantai Motadikin dan pantai Abudenok sudah dibuka kembali dengan aman dan tetap mengikuti protokol Kesehatan yang standarnya ditentukan oleh pemerintah di tingkat daerah kabupaten sesuai dengan peraturan pemerintah pusat.

F. Definisi Operasional

Agar variabel dalam penelitian ini dapat diukur dan diobservasi (diamati), maka perlu dirumuskan terlebih dahulu definisi operasional variabel. Definisi operasional variabel adalah definisi yang didasarkan pada sifat yang mudah diamati, mempunyai rumusan yang jelas dan pasti serta tidak membingungkan. Definisi operasional merupakan unsur penting dalam penelitian, karena melalui definisi operasional variabel maka seorang peneliti menyusun dan membuat alat ukur data yang tepat dan akurat. Oleh karena itu, untuk memberikan kemudahan dalam proses pengukuran variabel penelitian ini, variabel yang dibahas didefinisikan secara operasional sebagai berikut:

1. Komunikasi pemasaran pariwisata

Variable Komunikasi pemasaran pariwisata dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui promosi pemasaran dalam meningkatkan daya Tarik wisata dengan memperhatikan konservasi dan kualitas alam disekitar lingkungan wisata yang terasa indah, aman, dan nyaman, dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi

pariwisata, sehingga dapat meningkatkan tingkat aktivitas pengunjung di era *new normal*.

2. Brand Destinasi

Variabel Brand Destinasi dalam penelitian ini adalah sebuah strategi dalam pariwisata, sehingga dapat membuat masyarakat untuk berkunjung, di mana hal ini merupakan suatu proses dalam membangun suatu keunikan tersendiri yang dimiliki oleh destinasi wisata Pantai Motadikin dan Abudenok.

3. Komunikasi Transportasi (Infrastruktur / Aksesibilitas)

Variable infrastruktur dalam penelitian ini adalah dengan menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang bersifat umum untuk meningkatkan perkembangan destinasi wisata di kabupaten Malaka, khususnya di pantai Motadikin dan pantai Abudenok.

4. Manajemen Komunikasi Pariwisata

Variable manajemen pariwisata dalam penelitian ini berkaitan dengan bagaimana pemerintah daerah (Dinas Pariwisata Kabupaten Malaka) dan pengelola wisata memenej sumber daya manusia yang ada dalam proses pengembangan pariwisata, dan juga memenej anggaran dalam hal aksesibilitas atau fasilitas pendukung lainnya.

5. Partisipasi Masyarakat (Komunikasi Visual, online, Kelompok Pariwisata).

Variabel partisipasi masyarakat dalam penelitian ini adalah mampu menggerakkan masyarakat untuk menarik perhatian dan kepedulian dalam menjaga dan melestarikan suatu destinasi wisata yang ada di kabupaten Malaka, khususnya destinasi wisata Motadikin dan pantai Abudenok, serta melakukan promosi dengan sosial media yang ada. Hal ini dilakukan agar meningkatkan pendapatan daerah, serta meningkatkan kembali perekonomian masyarakat di sekitar pesisir pantai Motadikin dan pantai Abudenok paskah pandemic COVID-19.