BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak kekayaan destinasi wisata, mulai dari destinasi wisata alam, dan non alam yang menyimpan keindahan, dan keeksotikan yang luar biasa, terdapat pula pesona alam yang beraneka ragam serta memiliki banyak warisan kekayaan pariwisata seperti wisata bahari, wisata sejarah, wisata religi, wisata budaya, dan wisata pendidikan, sehingga sektor pariwisata merupakan salah satu aset terbesar yang dimiliki oleh negara Indonesia (Afrivania, dkk., 2022) Indonesia adalah salah satu negara kepulauan terbesar di dunia memiliki sumber daya alam mulai dari hutan, laut, minyak bumi, gas, batu bara, hingga emas. Semua kekayaan itu dimiliki oleh Indonesia dan tersebar di berbagai provinsi yang ada. Berdasarkan data yang dipublikasikan yang tercatat dalam (BPS) Indonesia memiliki 17.001 pulau di Indonesia. Jumlah pulau di Indonesia terdiri dari enam pulau yakni, Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Timor, dan Papua.

Sebagian besar masyarakat masih belum mengetahui berapa banyak pulau yang dimiliki oleh Indonesia. Provinsi yang memiliki pulau terbanyak yang dipublikasikan databoks adalah Papua Barat dengan jumlah 4.514 pulau. Diikuti Kepulauan Riau dengan jumlah 2.025 pulau. Lalu diikuti Sulawesi Tengah dengan 1.572 pulau di urutan ketiga Maluku sebanyak 1.337 pulau. Kemudian Maluku Utara dengan 837 pulau selanjutnya NTT sebanyak 600 Pulau. Sulawesi Tenggara 590 Pulau. Sementara provinsi yang paling sedikit memiliki pulau adalah Jambi 19 pulau, dan Daerah Istimewa Yogyakarta 19 pulau. Adapun luas wilayah Indonesia

mencapai 1,91 juta km persegi yang terbentang dari sabang hingga Merauke. Sedangkan jumlah penduduk diperkirakan mencapai 265 juta jiwa. Pariwisata merupakan sektor yang paling efektif untuk mendongkrak devisa Indonesia. Salah satu alasannya karena sumber daya yang dibutuhkan untuk mengembangkan pariwisata terdapat di dalam negeri. Selain Sumber Daya Manusia, sumber daya yang dimaksud adalah letak geografis antara lain luas wilayah serta keragaman sumber daya alam, budaya, kuliner dankekayaan yang ada di tanah air. Sumber daya inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi Wisatawan domestik maupun mancanegara. Terlebih saat ini, di Indonesia memiliki banyak destinasi eksotis dan memukau. Tidak hanya wisata alam yang beragam, wisata budaya serta sejarah di Indonesia juga tidak kalah menarik, hal ini karena Indonesia memiliki ratusan suku budaya yang tersebar dari Sabang hingga Merauke (Rahma, 2020).

Pariwisata diharapkan mampu menjadi pendorong utama percepatan pertumbuhan ekonomi. Dengan terus berkembang nya pariwisata ini maka dapat mendorong peningkatan perekonomian masyarakat, dikarenakan sektor pariwisata memiliki dampak terhadap industri kreatif, pengembangan pariwisata yang melibatkan masyarakat merupakan langkah yang efektif agar sektor pariwisata memberikan dampak langsung kepada masyarakat, melalui pariwisata yang dapat dikembangkan untuk lebih meningkatkan usaha-usaha kreatif sebagai salah satu pilar pendorong tumbuhnya ekonomi (Muslim, dkk., 2021). Sektor pariwisata dengan seiring berjalannya waktu memiliki potensi besar akan tumbuh, dan berkembang dengan cukup baik merupakan sebuah destinasi yang dapat meningkatkan pendapatan devisa negara, dan sektor yang menarik kunjungan Wisatawan yang didasari oleh tiga elemen dasar yaitu:

1. Sesuatu yang dapat dilihat *(something to see)*
2. Sesuatu yang dapat dilakukan *(something to do)*

3. Sesuatu yang bisa dibeli *(something to buy)*

Mengembangkan pariwisata merupakan suatu langkah proses yang dinamis yang berkelanjutan untuk menuju sebuah nilai yang lebih tinggi. Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang dalam tahap pembangunan nya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang. Mengembangkan pariwisata saat ini bukan hanya untuk menambah devisa negara maupun pendapatan pemerintah daerah. Akan tetapi, diharapkan dapat memperluas kesempatan memberikan lapangan pekerjaan baru untuk mengurangi pengangguran. Pariwisata dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat yang tinggal di kawasan tujuan wisata tersebut melalui keuntungan secara ekonomi, dengan cara mengembangkan fasilitas yang mendukung dan menyediakan fasilitas rekreasi, sehingga Wisatawan, dan penduduk setempat saling diuntungkan (Sukerti, dkk., 2022)

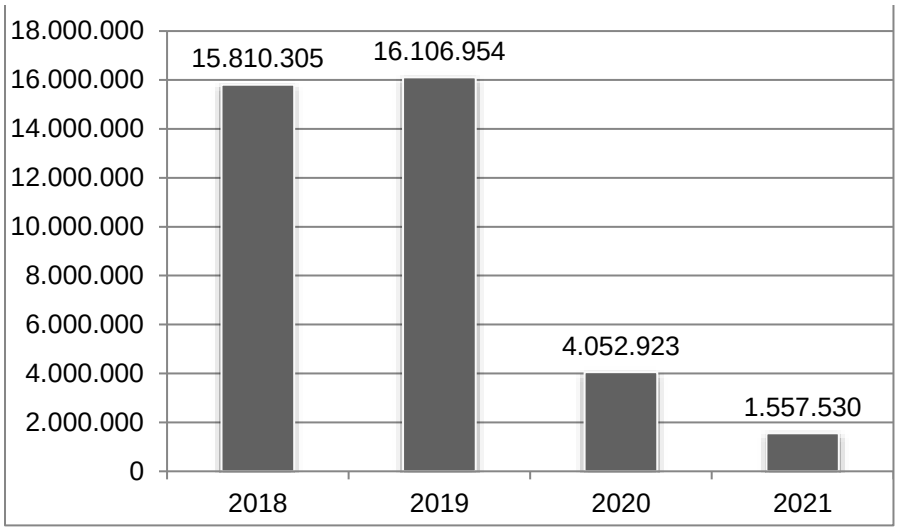
Sektor pariwisata harus dikembangkan oleh seluruh elemen masyarakat, terutama masyarakat yang tinggal di sekitaran objek wisata. Selain itu, mengembangkan sektor kepariwisataan harus berkelanjutan sehingga dapat membantu perekonomian. Mengembangkan pariwisata sangat dipengaruhi oleh pengelolaan suatu destinasi untuk meningkatkan jumlah kunjungan Wisatawan, oleh karena itu, diperlukan suatu pengelolaan yang baik dari seluruh elemen yang dapat mengelola suatu destinasi wisata. Keberagaman objek pariwisata di Indonesia yang mempunyai keindahan yang dapat menarik minat Wisatawanuntuk berkunjung. Sumber daya alam tersebut apabila dikelola dengan baik, tentu dapat dijadikan sebagai potensi untuk memakmurkan masyarakat sekitar pariwisata, dan memajukan bangsa Indonesia (Rahmi, dkk., 2022).

Masih ditemukan banyak sumber daya alam, budaya, kuliner dan pesona alam di berbagai daerah di Indonesia yang masih belum terkelola dengan baik

bahkan masih belum diketahui oleh banyak orang dengan solusi pemerintah dibantu warga sekitar daerah yang bersangkutan bersatu untuk mengembangkan potensi tersebut sehingga pendapatan dari sektor pariwisata demi mengangkat jumlah devisa negara berjalan dengan baik. Dalam mengelola destinasi wisata sangat diperlukan membuat para Wisatawan untuk tinggal lebih lama di daerah wisata yang dikunjungi Wisatawan, dan bagaimana Wisatawan mengeluarkan uang sebanyak banyaknya selama berwisata, makin lama Wisatawan berada objek wisata berkunjung akan meningkatkan pengeluaran Wisatawan tersebut, sehingga akan menguntungkan jasa transportasi, hiburan, akomodasi, dan jasa lainnya yang berada di daerah wisata (Purnawati, 2021).

Berbagai potensi yang dimiliki setiap daerah perlu dilakukan percepatan pemanfaatan dalam mewujudkan kemandirian daerah tanpa harus bergantung dengan daerah lain, perwujudan kemandirian daerah saat ini dapat ditandai dengan pengembangan potensi sumberdaya pariwisata, terutama dalam menghadapi persaingan pasar wisata, pengembangan pariwisata sebagai suatu industri. Hal ini dapat dibuktikan dengan eksistensi pariwisata dalam beberapa tahun terakhir eksistensi pariwisata dalam beberapa tahun terakhir Wisatawan mancanegara, dan Wisatawan nusantara, melihat kunjungan Wisatawan mancanegara dalam tercatat mengalami ketidakstabilan jumlah kunjungan terbukti di tahun 2020 jumlah kunjungan Wisatawan mancanegara tercatat oleh (BPS, 2023) Sebanyak 4.052.923. Wisatawan, di tahun berikutnya 2021 sejumlah 1.557.530. Wisatawan ini mengalami penurunan sangat signifikan dikarenakan dunia dilanda bencana Covid-19 sementara tahun 2018 sebanyak 15.810.305. Wisatawan tahun 2019 16.106.954. Wisatawan, yaitu sebanyak:

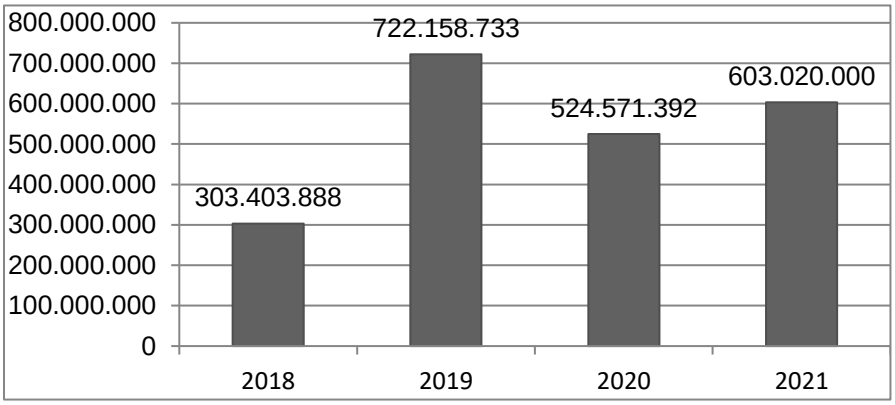
Gambar 1
Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2018-2021



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023.

Hal ini juga didukung oleh data jumlah kunjungan Wisatawan nusantara menunjukkan jumlah Wisatawan di tahun 2018 sebanyak 303.403.888. Wisatawan di tahun 2019 tercatat sebanyak 722.158.733. Wisatawan ini mengalami peningkatan dibanding jumlah Wisatawan 2018, kemudian di tahun 2020 sebanyak 524.571.392. Wisatawan mengalami penurunan, sementara pada tahun 2021 jumlah Wisatawan sebanyak 603.020.000. Wisatawan, ini mengalami peningkatan jumlah kunjungan sebesar 78.448.608. Wisatawan, yaitu sebanyak:

Gambar 2
Kunjungan Wisatawan Nusantara 2018-2021



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Di wilayah Indonesia bagian timur sendiri mempunyai banyak kekayaan sumber daya alam serta budaya yang memiliki potensi besar untuk menarik Wisatawan nusantara dan mancanegara. Salah satu daerah timur yang memiliki kekayaan alam yang kaya adalah Provinsi Sulawesi Tenggara. Sulawesi Tenggara saat ini tengah mendorong pengembangan potensi pariwisata maritim atau pantai sebagai salah satu sektor potensi wisata yang akan menjadi sumber kemajuan kemakmuran rakyat di daerah tersebut. Pesona wisata yang ada pada Sulawesi Tenggara tidak kalah menarik nya dengan wisata daerah lain. Variasi alamiah, kebudayaan nya, dan sektor maritim merupakan daya tarik berbeda. Sektor maritim di daerah ini sangat potensial untuk dikembangkan dalam meningkatkan daerah perekonomian, dan sebagai penunjang ekonomi nasional. Memiliki daya tarik khusus dengan objek yang memiliki ciri khas yang unik, serta memiliki jenis wisata kebudayaan yang terletak dalam jangkauan jarak berdekatan sehingga saling menunjang satu dengan yang lain dalam menciptakan daya tarik yang bisa memikat para Wisatawan (Syahrul, 2020).

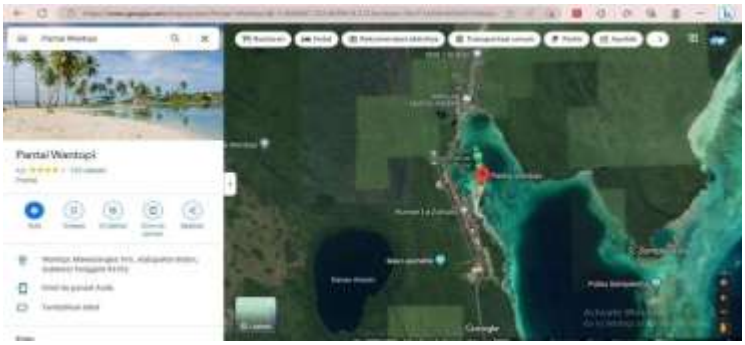
Sulawesi Tenggara memiliki kekayaan potensi pariwisata antara lain Pantai Meleura, Pulau Towea, Pantai Walengkabola, Pantai Mutiara, Pantai Wantopi, Pantai Katembe, dan Permandian Maobu. Sebagian besar objek wisata tersebut memiliki pangsa pasar yang luas dengan karakter geografis, adat, dan sosial budaya masyarakatnya menjadi modal utama dalam mewujudkan pengembangan wisata. Sulawesi Tenggara juga memiliki keindahan alam yang sangat menarik seperti pantai dengan hamparan pasir putih dan air terjun eksotik yang sangat memanjakan mata. Sumber daya alam ini menjanjikan perkembangan kawasan pariwisata dan membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Keunikan dan keindahan alam yang merupakan ciri khas dapat membuat suatu kawasan layak dijadikan destinasi objek wisata (Oliver, 2021).

Terkhusus pada destinasi pantai wisata yang ada di kabupaten Buton Tengah yang merupakan salah satu kabupaten di provinsi Sulawesi Tenggara yang memiliki berbagai macam objek pariwisata. Adapun beberapa potensi wisata pantai yang dimiliki antara lain Pantai Mutiara, Pantai Katembe, Pantai Gubari, Pantai Wantopi, dan Pantai Labobo serta Pantai Tanjung Buaya. Selain dari pada itu, potensi pariwisata alam lain yang terdapat pada kabupaten Buton Tengah yakni wisata Goa yakni antara lain Goa Loba-Loba, Goa Oemamba, Goa Bidadari dan Goa Koo, melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah menjadikan pariwisata sebagai *icon* pertumbuhan ekonomi daerah. Pasalnya Buton Tengah terkenal dengan Negeri Seribu Satu Goa yang memiliki seribu satu lokasi wisata menarik yang dapat meningkatkan pendapatan asli daerah dan menumbuhkan ekonomi masyarakat (Suriyani, dkk., 2022).

Kabupaten Buton Tengah sebagai daerah otonomi baru yang disahkan pada 24 Juli 2014 ibu kota kabupaten Buton Tengah bertempat di Labungkari. Buton Tengah memiliki banyak destinasi wisata salah satunya yaitu Pantai Wantopi yang terletak di dalam teluk Lasori Desa Wantopi kecamatan Mawasangka Timur. Walaupun lokasi Pantai Wantopi berada dalam teluk tidak seperti dengan pantai lain yang berhadapan dengan laut lepas, air laut di Pantai Wantopi sangat jernih hingga ketika memandang ke dasarnya akan nampak dengan jelas dasar laut dan terumbu karang yang indah. Kejernihan air laut di pantai ini menjadi daya tarik yang akan membuat pengunjung ingin kembali berkunjung ke Pantai Wantopi, Selain itu pantai ini memiliki pasir pantai yang sangat bersih, dan putih. Pantai Wantopi tidak berhadapan langsung dengan ombak atau gelombang laut, sehingga pantai ini aman untuk dikunjungi para Wisatawan (Disparsultra, 2021).

Wisatawan nusantara, dan mancanegara yang ingin berkunjung ke Pantai Wantopi akan mengakses Pantai Wantopi melalui jalur kapal Feri Bau bau-Wamengkoli kemudian dari Pelabuhan Wamengkoli menggunakan kendaraan angkutan umum dengan jarak kurang lebih 50 Km dengan waktu tempuh hingga 80 menit. Melalui Bandara Sugimanuru kabupaten Muna dengan jarak tempuh 90 Km dengan waktu tempuh 125 menit. Saat berkunjung ke Pantai Wantopi ini, pengunjung tidak perlu mengeluarkan biaya untuk dapat menikmati keindahan pantai ini.

Gambar 3
Lokasi Pantai Wantopi



Sumber: Google, 2023

Awalnya Pantai Wantopi ini hanya daerah perkampungan masyarakat, karena diakibatkan dampak dari gempa di Flores di tahun 1992, desa Wantopi terkena efek nya. Desa ini hampir semuanya di terjang gelombang yang menyisakan sebuah daratan berbentuk tanjung yang sekarang ini masuk menjadi destinasi Pantai Wisata di Buton Tengah. Pemerintah desa setempat memanfaatkan potensi ini menjadi destinasi wisata yang bisa dikunjungi Wisatawan (Ladiga, 2023). Meskipun Pantai Wantopi memiliki kejernihan air laut, dan letak pantai yang aman, sejalan dengan hasil observasi pengambilan data awal yang peneliti lakukan, yang dikemukakan oleh Sekretaris Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah:

> “Bentuk Pantai Wantopi yang unik seperti pulau memiliki pemandangan eksotis untuk orang yang pertama kali ke Wantopi akan

> tertarik karena bentuknya pantai seperti pulau yang membuat penasaranya kalau pantai lainnya hanya pesisir pantai seperti biasa kalau Wantopi seperti pulau".

Sama hal nya yang disampaikan oleh pengunjung Pantai Wantopi, "Pemandangan alamnya yang bagus, terus suasana ombak pantai nya yang tenang saat berenang".

Meskipun Pantai Wisata Wantopi memiliki bentuk pantai yang indah dengan pemandangan eksotis tetapi Pantai Wantopi belum dikenal, dan dilirik oleh Wisatawan nusantara maupun mancanegara. Dari hasil wawancara bersama Sekretaris Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah, ditemukan beberapa masalah yang membuat Pantai Wantopi sepi pengunjung:

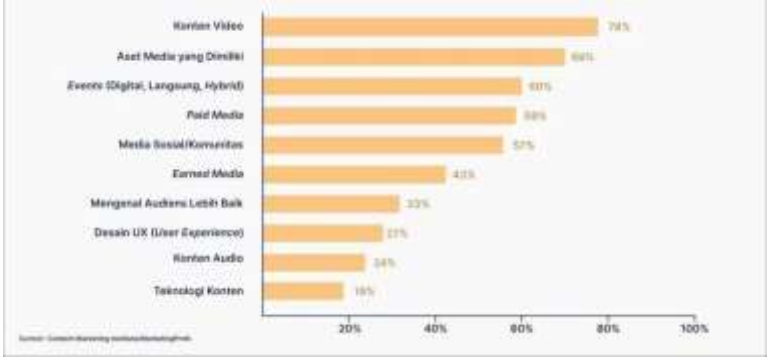
> "Masyarakat sekitar desa Wantopi belum mengetahui masih rendah kesadaran pariwisata punya nilai ekonomi. Dari pengelola Pemerintah Desa masih rendah kemampuan digital untuk mempromosikan Pantai Wisata Wantopi. Selama ini promosi Pantai Wantopi hanya dilakukan oleh Dinas Pariwisata melalui komunitas travel untuk kolaborasi kemudian diunggah melalui akun pribadi membawa nama pribadi tetapi ini belum begitu masif dilakukan. Pantai Wantopi sendiri belum mempunyai akun media sosial, danwebsite resmi. Di Tahun 2017-2019 Wantopi menjadi destinasi utama Wisatawan sekitaran pulau muna tetapi setelah pandemi Wisatawan berkurang".

Dari keterangan wawancara, dan informasi yang peneliti rangkum perlu dibuatkan video promosi Pantai Wisata Wantopi dengan memanfaatkan media sosial agar objek wisata Pantai Wantopi bisa diketahui oleh Wisatawan luar Sulawesi Tenggara dalam hal ini Wisatawan Nusantara, dan Wisatawan Mancanegara.

Untuk mengelola sebuah objek pariwisata di suatu daerah agar dikunjungi para Wisatawan diperlukan strategi promosi. Salah satunya, melalui konsep pembuatan video untuk menampilkan objek wisata dan produk wisata yang yang dapat memberikan informasi kepada para Wisatawan. Melalui pembuatan video mempromosikan suatu objek wisata dinilai mempunyai efektivitas yang lebih baik. Hal tersebut karena video melibatkan dua unsur yang sama penting dan saling

melengkapi, Kedua unsur yang terdapat didalam video yakni, unsur visual (melihat) dan unsur auditif (mendengar). Video merupakan strategi promosi yang sedang tren, dan dinilai efektif dalam memasarkan karena sebuah video yang dibuat lebih mudah viral dan menjangkau masyarakat lebih luas. Pembuatan video promosi akan sangat efektif untuk kegiatan pemasaran. Hal tersebut didukung oleh kebiasaan masyarakat yang saat ini sedang aktifnya menonton tayangan konten video di *sosial media* dan senang melihat konten video yang menarik dibandingkan dengan jenis konten lainnya. Bisa dilihat dari data *tren content marketing,* atau pemasaran konten yang diprediksi meningkat tahun 2023.

Gambar 4
Tren Content Marketing

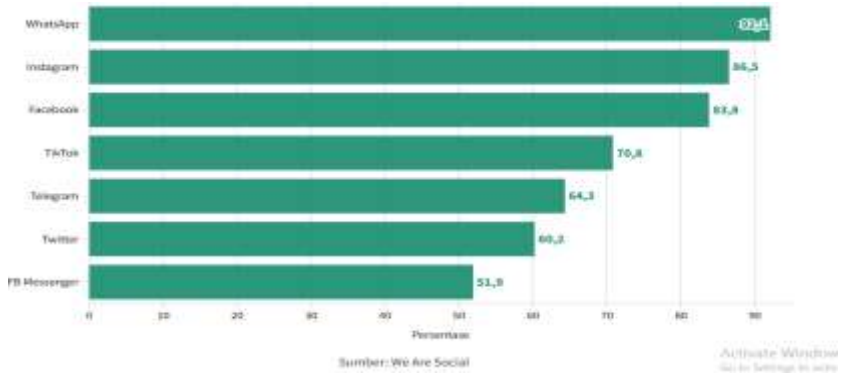


Sumber: We Are Social, 2023

Selain konsep pembuatan video promosi wisata dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana media promosi pariwisata dinilai efektif, karena media sosial saat ini dapat menghemat biaya untuk menyebarkan berbagai macam informasi mengenai tempat-tempat, dan situs pariwisata yang ada. Hal tersebut pada akhirnya membuat media sosial dari hari ke hari semakin diminati oleh para calon pengguna, dan para pengguna tepatnya. Media sosial pun menjadi salah satu alat atau metode yang dapat digunakan sebagai saranakomunikasi serta promosi, sebab penggunaan media sosial saat ini sudah dirasa lebih mudah digunakan, dan diterapkan serta memiliki jangkauan yang sangat luas karena tidak terbatas ruang dan waktu (Lontoh, dkk., 2020).

Laporan *We Are Social* mencatat jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212.900.000. juta pada Januari 2023. Ini berarti sekitar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan internet. Dilansir dari (*GoodStats*, 2023) Whatsapp menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. persentase pengguna aplikasi percakapan instan tersebut mencapai 92,1% per Januari 2023. Kemudian Instagram berada di posisi kedua sebanyak 86,5% pengguna internet, lalu pengguna internet yang memakai Facebook sebanyak 83,8% pengguna internet. Posisinya diikuti oleh Instagram dengan 70,8% pengguna di Indonesia. Kemudian, persentase pengguna Telegram dan Twitter di Indonesia masing-masing sebesar 64,3%, dan 60,2%. Lebih lanjut, FB Messenger digunakan oleh 51,9% pengguna internet di Indonesia. Adapun We Are Social tak menawarkan opsi jawaban YouTube dalamsurvei ini. Alhasil, nama platform media sosial tersebut tidak muncul dalam daftar media sosial yang banyak digunakan. Lebih lanjut daftar pengguna media sosial terbanyak dapat dilihat digambar dibawa:

Gambar 5
Media Sosial Paling Banyak Digunakan Januari 2023



Sumber: We Are Social, 2023

Media sosial memang tidak akan ada habisnya karena pengguna gadget, dan internet dari masa ke masa semakin bertambah. Tentu saja berdampak positif bagi orang-orang yang suka berbisnis karena semakin banyak pengguna *sosial*

media maka semakin berpeluang untuk melakukan promosi bisnis. Seperti promosi memanfaatkan Instagram yang memiliki 86,5% dari 212.900.000. Instagram menjadi salah satu media strategis bagi para pebisnis untuk memasarkan produknya. Dengan Meng-*upload* sebuah konten video dengan disertai deskripsi produk dalam waktu beberapa menit saja, setelah itu produk yang dipromosikan dapat dilihat oleh semua pengguna akun Instagram tanpa mengeluarkan biaya yang mahal (Aryani dan Murtiariyati 2022).

Selain media sosial Instagram, TikTok juga merupakan salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak yakni sebesar 70,8% dari 212.900.000. TikTok menyajikan pola algoritma proses yang berbeda dari media sosial lainnya, Pengguna disajikan video yang cocok dengan kebutuhan, dan minat pengguna secara tepat. Selain itu pengguna diberikan kebebasan untuk melakukan share video yang mereka lihat di TikTok dengan berbagai cara dan mudah dilakukan. TikTok menjadi media pemasaran yang efektif karena Indonesia merupakan pengguna aplikasi TikTok terbesar di dunia, dan aplikasi TikTok adalah aplikasi yang mudah digunakan, Aplikasi TikTok merupakan salah satu media sosial yang banyak dimiliki oleh pengguna generasi milenial, generasi Y dan Z, aplikasi TikTok banyak digunakan oleh selebriti, sehingga masyarakat mengikuti idolanya, dan fitur Tiktok ads yang unik dan dapat menjangkau pasar lebih luas yang merupakan platform sosial media terbesar serta memiliki pengguna aktifnya yang banyak.

Pembuatan video promosi Pantai Wisata Wantopi dengan memanfaatkan sosial media sangatlah penting untuk menarik kunjungan Wisatawan, memperkenalkan objek Pantai Wisata Wantopi. Dengan membuat media promosi video yang efektif untuk memberikan sebuah informasi serta mempromosikan Pantai Wisata Wantopi sehingga kedepannya dapat menjadi salah satu tujuan wisata yang ada di Sulawesi Tenggara. Pada umumnya bagi dunia pariwisata

promosi sangat dibutuhkan sebagai media promosi, sehingga dengan cara mempublikasikan sebuah objek wisata. Promosi yang baik adalah promosi yang bisa mempengaruhi sasaran sehingga memberikan dampak positif untuk perusahaan atau organisasi tersebut. Dalam pembuatannya, media promosi harus bersifat memberi tahu, mengajak, dan mempengaruhi, yang terpenting media promosi harus bersifat informatif (Purwasi, dkk., 2019).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti mengambil penelitian terhadap "**Pembuatan Video Promosi Pantai Wisata Wantopi Kabupaten Buton Tengah Sulawesi Tenggara".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana pembuatan video promosi yang tepat pada Pantai Wisata Wantopi?"

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ditetapkan, maka tujuan pada penelitian ini adalah "membuat video promosi Pantai Wisata Wantopi"

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, memiliki manfaat penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
    a. Dengan adanya penelitian ini mahasiswa mampu mempraktekkan ilmu yang diperoleh pada proses perkuliahan secara langsung kedalam prosesbisnis sesungguhnya.

b. Sebagai sumber referensi yang diharapkan menjadi sumbangsih pemikiran dalam pengembangan ilmu Administrasi Bisnis Sektor Publik melalui pembuatan video promosi Pantai Wisata Wantopi.

c. Sebagai bahan referensi peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan hasil yang sama.

2. Manfaat praktis

a. Sebagai sumber informasi untuk Wisatawan, dan masyarakat sekitarPantai Wisata Wantopi.

b. Sebagai masukan pemerintah daerah setempat untuk mengembangkan objek wisata melalui video promosi memanfaatkan sosial media.

c. Sebagai acuan masyarakat setempat untuk menjaga objek wisata.

d. Sebagai pemanfaatan media promosi untuk pengelola Pantai Wantopi.