



STRATEGI KOMUNIKASI MASSA MELALUI QR CODE GUNA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN LOMBOK BARAT

Oleh

Dila Ariyogi¹ & Made Dayuh Hari Kosala²

^{1,2}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram, Indonesia

Email: ¹dila.rivogi@gmail.com, ²madedayuh0@gmail.com,

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas QR Code sebagai alat promosi pariwisata berbasis transportasi di Lombok Barat guna meningkatkan kunjungan wisatawan. Di era digital, keterbatasan akses informasi akurat menjadi tantangan utama yang dapat diatasi melalui teknologi QR Code yang menawarkan pembaruan data secara real-time. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, diskusi kelompok terfokus (FGD), dan observasi langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QR Code pada transportasi umum dan rental kendaraan lebih efisien dibandingkan media cetak konvensional, karena mampu berfungsi sebagai e-catalog yang interaktif. Temuan ini menegaskan bahwa digitalisasi promosi melalui QR Code tidak hanya meningkatkan pengalaman wisatawan tetapi juga mendukung keberlanjutan ekonomi lokal di sektor pariwisata.

Keywords: *QR Code; Komunikasi Massa; Pariwisata; Lombok Barat; Digitalisasi*

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan pilar ekonomi krusial bagi daerah seperti Lombok Barat yang kaya akan potensi alam dan budaya. Namun, di era digitalisasi, pola pencarian informasi wisatawan telah bergeser dari media konvensional ke platform digital yang lebih cepat dan fleksibel. Tantangan utama saat ini adalah menyediakan informasi yang mudah diakses dan akurat bagi calon wisatawan di tengah ketatnya persaingan destinasi.

Penelitian ini memfokuskan pada pemanfaatan transportasi publik (ojek online, mobil rental) sebagai media promosi melalui teknologi QR Code. Strategi ini terinspirasi dari keberhasilan praktik di Thailand yang menggunakan transportasi umum secara masif untuk promosi pariwisata. Dibandingkan dengan media cetak seperti brosur yang mudah rusak atau terbuang, QR Code menawarkan keunggulan dalam efisiensi biaya dan kemudahan pembaruan informasi. Selain itu, integrasi QR Code dalam sistem komunikasi pariwisata telah terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas destinasi di wilayah lain seperti KEK Mandalika dan dtempat wisata yang ada di Lombok.

LANDASAN TEORI

Strategi komunikasi merupakan rancangan perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu melalui taktik operasional yang praktis. Dalam konteks pariwisata, komunikasi massa berfungsi menciptakan makna bersama antara pengelola destinasi dan khalayak luas melalui media digital.

Teknologi QR Code (Quick Response Code) merupakan evolusi dua dimensi dari bar-code yang mampu menampung informasi lebih besar dan dapat diakses dengan mudah melalui kamera smartphone. Pemanfaatan QR Code dalam Integrated Marketing Communication (IMC) mendukung digitalisasi branding dan pelayanan konsumen secara terintegrasi. Sejalan dengan teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), pesan yang disampaikan melalui QR Code harus mampu membangkitkan minat wisatawan hingga menghasilkan tindakan berupa kunjungan ke destinasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengeksplorasi pengalaman dan persepsi pemangku kepentingan. Lokasi penelitian dipusatkan di titik-titik transportasi dan destinasi wisata utama di Lombok Barat.

Tahapan penelitian meliputi:

1. Analisis Situasi: Survei dan wawancara dengan penyedia jasa transportasi (ojek online dan rental mobil).
2. Pengembangan Strategi: Penyusunan konten e-catalog pariwisata yang akan diintegrasikan ke dalam QR Code.
3. Implementasi: Penempatan kode QR pada armada transportasi mitra.
4. Evaluasi: Analisis tematik terhadap data hasil wawancara dan FGD untuk mengidentifikasi tantangan teknis maupun non-teknis

Diagram Tahapan Penelitian:



Gambar 1. Diagram Tahapan Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi, penggunaan media cetak konvensional di transportasi umum Lombok Barat mulai ditinggalkan karena biaya cetak yang tinggi dan kurangnya interaktivitas. Penerapan QR Code pada kendaraan rental memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk mengakses informasi rute dan ulasan destinasi secara instan.

Ditemukan bahwa efisiensi biaya menjadi keunggulan utama, di mana pengelola tidak perlu mencetak ulang brosur saat terjadi perubahan promosi; cukup melakukan pembaruan pada tautan tujuan QR Code tersebut. Hal ini sejalan dengan tren di Desa Senaru, di mana digitalisasi sistem melalui QR juga meningkatkan transparansi dan daya saing UMKM lokal.

Namun, terdapat tantangan signifikan berupa literasi digital masyarakat dan infrastruktur jaringan internet yang belum merata di beberapa titik wisata pelosok. Tantangan ini serupa dengan hambatan yang ditemukan pada implementasi QRIS, di mana

edukasi berkelanjutan diperlukan agar teknologi ini dapat diadopsi secara luas oleh penyedia jasa lokal.

Tabel 1. Analisis Komparatif Karakteristik Media Cetak dan Strategi Promosi Berbasis QR Code

Konten dalam e-catalog ini mencakup

Parameter Perbandingan	Media Cetak (Brosur, Spanduk, Baliho)	Strategi Promosi QR Code (E-Catalog Transportasi)
Kapasitas Informasi	Terbatas pada dimensi fisik media; hanya mampu menyajikan teks dan gambar statis.	Tidak terbatas; mampu menghubungkan wisatawan ke video interaktif, website, media sosial (Instagram, YouTube), dan e-catalog yang komprehensif.
Fleksibilitas Pembaruan	Statis; setiap perubahan data atau harga memerlukan proses desain dan biaya cetak ulang.	Dinamis dan <i>real-time</i> ; pengelola dapat memperbarui konten melalui sistem tautan tanpa perlu mengganti kode fisik yang terpasang.
Tingkat Interaktivitas	Komunikasi satu arah; umpan balik dari audiens cenderung tidak langsung dan memakan waktu lama.	Mendukung komunikasi dua arah dan strategi <i>Smart Tourism</i> ; memungkinkan aksi langsung seperti pemesanan (<i>booking</i>) dan pembayaran digital (<i>pay</i>).
Efisiensi & Durabilitas	Biaya produksi tinggi untuk volume besar; material rentan rusak, hilang, atau dibuang jika sudah tidak dibutuhkan.	Hemat biaya jangka panjang; lebih ramah lingkungan dan selalu tersedia dalam perangkat <i>smartphone</i> milik wisatawan.
Analisis Data Pengguna	Sulit untuk mengukur efektivitas jangkauan dan minat audiens secara akurat.	Memungkinkan pelacakan minat dan perilaku konsumen berdasarkan pola pemindaian kode secara digital.
Mobilitas & Jangkauan	Tergantung pada titik lokasi pemasangan statis atau distribusi manual yang terbatas.	Sangat tinggi; terintegrasi pada armada transportasi bergerak (ojek online, mobil rental) yang menjangkau berbagai destinasi.

matriks desa wisata unggulan, seperti Sesaot (Alam), Banyumulek (Kerajinan), hingga destinasi kelas dunia seperti Desert Point. Selain itu, wisatawan dapat mengakses informasi mengenai ritual budaya seperti Perang Topat di Pura Lingsar dan rencana perjalanan (itinerary) 3 hari 2 malam yang telah disusun untuk memudahkan eksplorasi.

Berikut adalah representasi QR Code yang menghubungkan wisatawan secara langsung ke E-Catalog Destinasi Lombok Barat:



Gambar 2. Desain Qr Code Informasi

Integrasi teknologi ini sejalan dengan konsep Smart Tourism, di mana pencarian informasi (look), pemesanan (book), dan navigasi destinasi dapat dilakukan dalam satu genggam. Dengan memindai kode tersebut, wisatawan mendapatkan panduan komprehensif mengenai pesisir Sekotong (The Secret Gilis) hingga kesejukan pegunungan di Narmada. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi promosi tetapi juga memberikan pengalaman digital yang lebih mendalam bagi pengunjung di Lombok Barat

PENUTUP

Kesimpulan

Penerapan QR Code sebagai strategi komunikasi massa di sektor transportasi Lombok Barat terbukti efektif dalam meningkatkan aksesibilitas informasi pariwisata. Teknologi ini menawarkan solusi efisien, fleksibel, dan hemat biaya dibandingkan media tradisional. Meskipun demikian, keberhasilan implementasi sangat bergantung pada stabilitas koneksi internet dan tingkat literasi digital pengguna. Rekomendasi penelitian selanjutnya adalah perlunya pengembangan infrastruktur jaringan di area

blind spot serta kolaborasi lebih luas antara pemerintah dan penyedia jasa telekomunikasi.

REFERENCES

- [1] Sari, A. R. "Digitalisasi Pariwisata: Tantangan dan Peluang di Lombok Barat." *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif* 12, no. 3 (2023): 45-58.
- [2] Prasetyo, D. "Peran Teknologi dalam Meningkatkan Aksesibilitas Destinasi Wisata di Era Digital." *Jurnal Ilmu Pariwisata* 10, no. 2 (2023): 101-115.
- [3] Tanton, Sedy F., et al. "Penerapan Teknologi Promosi Digital Desa Wisata." *Jurnal Sains Terapan Pariwisata* 10, no. 3 (Oktober 2025): 176–188.
- [4] Rahman, Ahmad Rofiki, and Choirul Fajri. "Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Melalui KEK Mandalika." *Tuturlogi* 4, no. 3 (2023): 142-154.
- [5] Fajarianto, Otto, et al. "Pemanfaatan QR Code Sebagai Media Promosi dan Informasi Universitas Swadaya Gunung Jati." *Jurnal Signal* 9, no. 1 (Januari 2021): 101-110.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN