

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

Bab ini memuat gambaran umum tentang deskripsi lokasi penulis melakukan penelitian. Bagian ini berisi tentang lokasi penelitian, sejarah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai, Visi-Misi, serta tujuan dan sasaran kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai, serta struktur organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai.

4.1.1. Lokasi Dinas Kebudayaan dan Parwisata Kabupaten Manggarai

Penulis melakukan penelitian di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai yang berlokasi di Jln. Ahmad Yani, Tenda, Kec. Langke Rembong, Kabupaten Manggarai, Nusa Tenggara Timur.

4.1.2. Sejarah Singkat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai

Tanggal 29 Desember 2003 merupakan tonggak sejarah penting untuk kepariwisataan Kabupaten Manggarai dalam undang-undang NO 8 /2003/ Meligitimasi Manggarai Barat menjadi Kabupaten otonom. Sejak saat itu secara administratif, kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Manggarai yang selama 20 tahun berpusat di Labuan Bajo berpindah ke Ruteng. Peristiwa di akhir tahun 2003 ini memotivasi pemerintah Daerah Kabupaten Manggarai berpikir ekstra keras di bidang pengelolaan kepariwisataan yang tertinggal selama 20 tahun.

Sejak berlakunya UU No. 8/2003 tentang pembentukan Kabupaten Manggarai Barat, konsentrasi pemikiran Pemerintah Daerah dan rakyat Manggarai di sektor pariwisata mengalami perubahan. Pariwisata yang sebelumnya di fokuskan pada komodo, pulau rinca dan obyek- obyek wisata di pesisir Manggarai Barat dengan primadona “ Komodo” pasti mengalami perubahan.

Terkait dengan pemikiran di atas, perda no 37 tahun 2000 tentang pembentukan organisasi dinas daerah kabupaten manggarai harus di tinjau ulang kabupaten manggarai barat sudah sewajarnya membentuk dinas kepariwisatawan yang baru demi tercegahnya tumpang tindih tupoksi dengan dinas pariwisata kabupaten manggarai (induk). Kabupaten Manggarai harus merumuskan ulang tupoksi dan pengelolaan bidang kepariwisatawan .

Bagi kabupaten manggarai barat ,pemindahan dengan kabupaten manggarai (induk) sangat beruntung karena penyerahan P3D memuluskan perjalanan pengelolaan pariwisata di wilayah di masa depan. Karena objek wisata rata-ata sudah dikenal oleh banyak kalangan pecinta pariwisata. Kenyataan ini berbeda dengan kabupaten manggarai dimana lokasi objek wisatanya rata-rata bagaikan daerah tak bertuan, itu berarti masih harus berpikir panjang tentang penataan dan promosi obyek daya tarik wisatanya.

Dinas pariwisata kabupaten manggarai pada tahun 2006 berumur 23 tahun. Awalnya adalah salah satu kantor cabang Dinas Pariwisata se provinsi Daerah tingkat 1 NTT berdasarkan peraturan daerah tingkat 2 NTT No. 15 Tahun 1983. Cabang Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Tingkat IV berkedudukan di Labuan Bajo mengkordinir kegiatan kepariwisataan di kabupaten Ngada (seluas 3.307,88,KM).

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam perjalanan pelaksanaan tugas telah dipimpin oleh sebelas orang Kepala yaitu:

- | | |
|----------------------------------|-------------------|
| 1. Drs. Marsel Timbul | (2003- 2007) |
| 2. Drs. Frans Hanny | (2007) |
| 3. Drs. Angkat Anglus | (2008- 2010) |
| 4. Valentinus Nurbin Sene, S.Pd | (2011-2017) |
| 5. Frumencius L.T. Kurniawan, SE | (2018-2019) |
| 6. Drs. Angkat Anglus | (2020-2021) |
| 7. Drs. Isvridus Buntanus | (2021- Sekarang) |

(Sumber : Sekertariat Dinas Kebudayaan
dan Pariwisata Kabupaten Manggarai, 2022)

4.1.3 Visi, Misi dan Tujuan dan Sasaran Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai

Visi merupakan cita-cita yang ingin dicapai dari sebuah lembaga atau organisasi. Sedangkan misi merupakan langkah-langkah yang dilakukan agar cita-cita yang terdapat dalam visi bisa dicapai. Singkatnya, visi dan misi merupakan roda penggerak yang menentukan arah jalannya sebuah lembaga atau organisasi.

- 1. Visi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai**
“Terwujudnya Kabupaten Manggarai Maju, Adil, dan Berdaya Saing”
- 2. Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai**
 - 1) Meningkatkan Mutu Sumber Daya Manusia;
 - 2) Meningkatkan Perekonomian Masyarakat;
 - 3) Meningkatkan Mutu Lingkungan Hidup;
 - 4) Meningkatkan Kualitas Tata Kelola Pemerintahan yang Bersih

(Sumber : Sekertariat Dinas Kebudayaan
dan Pariwisata Kabupaten Manggarai, 2022)

4.1.4 Tujuan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai

- 1) Meningkatkan dukungan untuk mewujudkan citra kepariwisataan.
- 2) Meningkatkan pemahaman masyarakat atas nilai-nilai budaya daerah.
- 3) Meningkatkan peran serta masyarakat dan dukungan pemerintah daerah dalam pengelolaan kekayaan budaya dan pengelolaan keragaman budaya.
- 4) Meningkatkan pengembangan destinasi wisata melalui pengembangan aksesibilitas, produk wisata, kelompok sadar wisata .
- 5) Meningkatkan jumlah masyarakat di kabupaten manggarai yang paham pariwisata melalui promosi dan informasi yang berkualitas.
- 6) Meningkatkan pembinaan usaha sarana pariwisata dan usaha jasa pariwisata.

(Sumber : Sekertariat Dinas Kebudayaan Pariwisata Kabupaten Manggarai, 2022)

Berdasarkan visi-misi dan tujuan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai sebelumnya tentunya harus didukung dengan kegiatan yang merujuk atau mendukung visi-misi dan tujuan itu sendiri. Hal tersebut dapat dilihat dengan program dan kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dalam meningkatkan pengembangan destinasi wisata melalui pengembangan produk wisata dan juga meningkatkan jumlah masyarakat Manggarai yang paham pariwisata melalui promosi dan info yang berkualitas dengan cara melakukan program literasi digital. Dalam kegiatan ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai melakukan sosialisasi dan mengajak masyarakat Kabupaten Manggarai khususnya anak muda dan pengusaha UMKM untuk bekerja sama dalam mempromosikan tempat wisata melalui aplikasi yang dibuat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai yaitu aplikasi Mai Ce'e. Dengan adanya aplikasi ini tentunya akan meningkatkan promosi tempat wisata dan melatih masyarakat untuk melakukan promosi melalui aplikasi online.

4.1.5 Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Logo merupakan unsur grafis yang meliputi huruf bergambar, symbol, dan tanda yang memiliki arti tertentu dan mewakili arti dari suatu perusahaan, daerah, perkumpulan, produk, negara dan hal- hal lainnya yang membutuhkan sesuatu yang mudah di ingat untuk mewakili nama sebenarnya. Berikut logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai.

Gambar 4. 1 Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai



(Sumber : www.manggaraikab.go.id, 2022)

Arti Logo :

1. Bentuk Lambang Daerah Manggarai ialah "Prisai" bersisi lima yang mempunyai arti:.
 - a. Prisai melambangkan alat pertahanan dan perlindungan seluruh rakyat;
 - b. Sisi lima melambangkan Pancasila sebagai Dasar Negara.
2. Tata warna lambang berupa kuning, hijau, merah dan hitam diambil dari warna kain tenun rakyat daerah Manggarai yang memiliki arti :
 - a. Kuning adalah keluhuran dan keagungan serta kejayaan;
 - b. Hijau adalah harapan masa depan atas dasar potensi yang ada di Daerah;
 - c. Merah adalah keberanian;

- d. Hitam adalah teguh dan abadi;
3. Lambang berisikan lukisan Rumah Adat melambangkan:
 - a. Alat pemersatu seluruh rakyat dalam satu kesatuan dan persatuan Nasional dalam setiap derap, langkah pembangunan mental dan fisik yang mencerminkan dalam tingkat kebudayaan, peradaban dan perjuangan hidup dari zaman ke zaman;
 - b. Sembilan tiang Rumah Adat memperteguh adanya pendirian bahwa seorang bayi yang baru dilahirkan setelah sembilan bulan dalam kandungan ibu adalah harapan Bangsa.
 4. Lukisan Gasing yang terdapat pada puncak Rumah Adat melambangkan keabdian dan keagungan Tuhan yang Maha Penyayang memberi dan menyinari segala yang hidup serta menyelenggarakan seluruh pusaran tata kehidupan Daerah khususnya dan rakyat Indonesia pada umumnya.
 5. Lukisan sepuluh (10) batang tulang ijuk (rimang) di atas Kepala manusia melambangkan 10 jari tangan manusia menunjukkan bahwa rakyat Manggarai senantiasa memuliakan Tuhan dan memohon berkat dan perlindungan-Nya.
 6. Kepala manusia bertanduk mengandung arti bahwa rakyat di Daerah Manggarai adalah manusia banteng dan atau manusia yang kokoh, kuat dan berani serta berkemauan bagaikan baja dalam menghadapi tantangan hidup.
 7. Lilitan tali ijuk yang terdapat di bawah Kepala manusia bertanduk yang mengikat seluruh kasau dan ujung atas atap ijuk melambangkan:
 - a. Bhinneka Tunggal Ikha, keutuhan rasa kesatuan yang kokoh mengikat seluruh segi kehidupan rakyat di daerah yang tidak mudah terpecah belah;

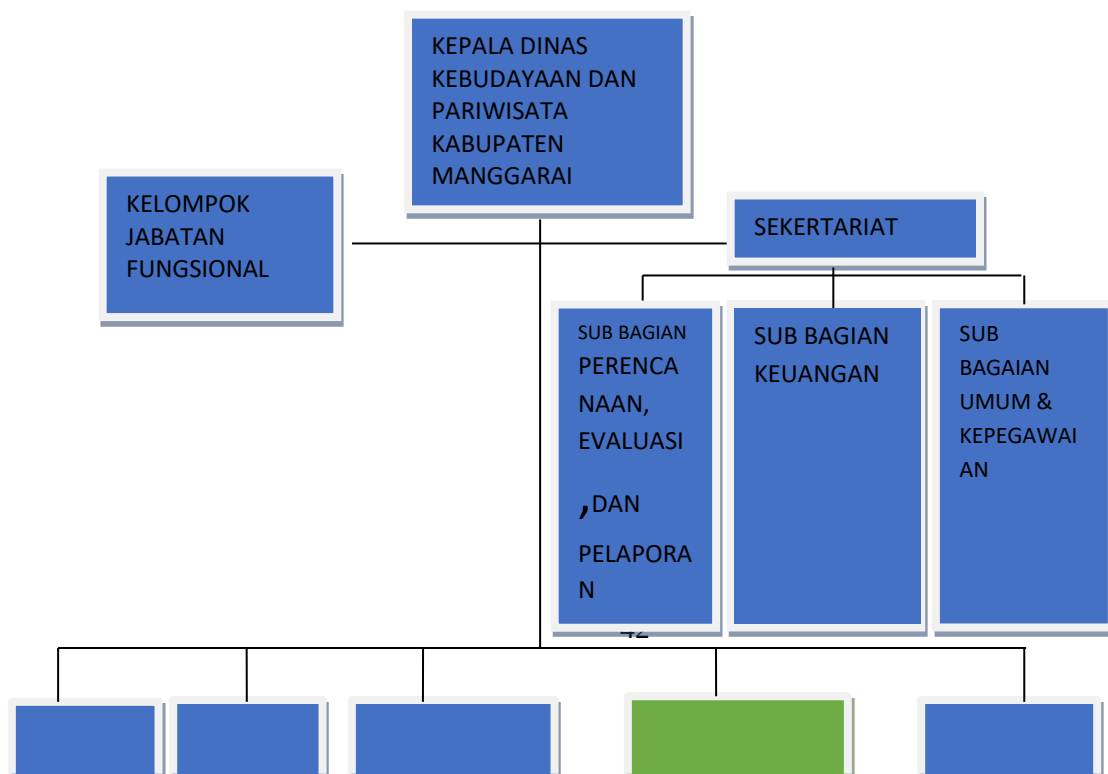
- b. Keutuhan dalam mufakat dan musyawarah yang melembaga dalam kehidupan seluruh rakyat daerah Manggarai.
- 8. Buaya darat (*Varanus Commodensis*) sebagai satu – satunya jenis reptile pra sejarah yang masih tetap hidup, berwarna kuning, berbintik coklat dan berdiri dalam keadaan siaga di depan Rumah Adat melambangkan:
 - a. Daya tahan hidup seluruh rakyat Daerah dalam menghadapi pelbagai tantangan hidup;
 - b. Kesiapsiagaan yang penuh ketenangan, kecermatan kewaspadaan dan kecekatan dalam gerak setiap kehidupan seluruh rakyat di Daerah;
 - c. Museum bagi binatang jenis reptile pra sejarah yang bernilai tinggi untuk kepentingan ilmu pengetahuan
- 9. Lukisan satu tangkai kopi dengan 14 butir dan 8 daun kopi serta satu tangkai padi dengan 58 bulir padi melambangkan:
 - A. Potensi Daerah Manggarai dalam perjuangan untuk mempertinggi taraf hidup dan Kesejahteraan seluruh rakyat;
 - B. Tanggal dan tahun berdirinya Daerah Tingkat II Manggarai secara yuridis formil 14 agustus 1958.
- 10. Pita merah dengan tulisan ”KABUPATEN MANGGARAI” melambangkan: keberanian, sedangkan tulisan hitam di atas pita merah melambangkan keteguhan dan pendirian kuat yang tidak mudah tergoyahkan dalam menghadapi segala tantangan hidup.
- 11. Ukuran Lambang pada gambar asli adalah:

- a. Lebar prisai : 22 cm
- b. Tinggi prisai : 18,5 cm kiri/kanan
- c. Tinggi prisai tengah : 24 cm

4.1.6 Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Struktur organisasi adalah pola tata hubungan yang mantap di antara unsur-unsur organisasi. Struktur organisasi merupakan bagian penting dari sebuah organisasi, begitu juga dengan organisasi media. Pada umumnya, struktur organisasi menerangkan pembagian kerja dari semua orang yang tergabung di dalamnya. Dengan memiliki struktur organisasi, orang-orang yang terlibat dalam sebuah organisasi tersebut dapat bekerja sesuai tugas pokok dan fungsi (tupoksi) masing-masing. Struktur organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dapat dilihat pada bagan 4.1. tentang struktur organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai.

Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai



BIDANG
KKT

BIDANG
SCP

BIDANG
DESTINASI

BIDANG
PEMASARAN

BIDANG
EKONOMI

(Sumber

*(Sumber : Sekertariat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten
Manggarai, 2022)*

4.2. Sejarah Singkat Tempat Wisata Lodok Meler

Lodok Meler adalah sebuah tempat wisata yang berada di Cancar Kecamatan Ruteng Kabupaten Manggarai. Lodok Meler terdiri dari dua suku kata yaitu Lodok yang artinya sistem pembagian tanah lingko (lahan komunal milik sebuah kampung) yang dibuat menyerupai jaring laba-laba raksasa. Bukan saja bentuknya yang unik seperti jaring laba-laba, namun proses pembagian lodok lingko juga terbilang unik dan sarat makna. Sedangkan Meler adalah nama sebuah kampung. Sehingga lodok meler dapat dikatakan suatu sistem pembagian tanah atau lahan di kampung Meler yang dalam proses pembagiannya menyerupai jaring laba-laba dan mempunyai makna.

1. Makna denotasi sawah lodok dalam kaitannya dengan struktur kekerabatan masyarakat di kampung Meler. Sawah Lodok di kampung Meler berjumlah delapan lodok(delapan bentuk sawah menyerupai jaring laba-laba), sawah tersebut dibuat pada tahun 1938 oleh raja Baruk, menggunakan sistem moso(jari tangan) pada

proses pembagian awal lahan pertanian sawah lodok, dalam praktek pembagiannya suku yang paling senioritas beserta seluruh keluarganya diistimewakan seperti mendapat lahan paling luas dan dekat sumber air.

2. Makna konotasi sawah lodok dalam kaitannya dengan struktur kekerabatan masyarakat di kampung Meler yaitu sebagai aturan yang mengatur pola tindakan masyarakat untuk meningkatkan solidaritas kekerabatan.
3. Makna Ritus Sawah Lodok tujuannya adalah untuk menjaga hubungan yang harmonis antar manusia dengan tuhan ,manusia dengan manusia, manusia dengan alam, dan manusia dengan roh leluhur.

4.3 Telaah Informan

Informan yang dipilih dalam penelitian ini berjumlah 4 orang sebagai narasumber yang akan diwawancarai mengenai strategi komunikasi pemasaran tempat wisata lodok meler oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dalam menarik wisatawan.

Tabel 4. 1Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan
1	Irvidus Buntanus	Kepala Dinas
2	Venan Taisor	Kepala Bidang Pemasaran
3	Mikael Yakob	Pegawai Bidang Pemasaran
4	Maria Abut	Pegawai Travel Agent

(Sumber : Olahan Penulis, 2022)

Berikut penjelasan singkat dari data diri keempat informan tersebut berdasarkan informasi yang didapatkan peneliti melalui wawancara:

1. Informan pertama yang ditetapkan penulis dalam penelitian ini adalah Iridayus Buntanus (56) selaku Kepala Dinas pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai. Beliau menjabat sebagai Kepala Dinas dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai baru satu tahun yaitu dari tahun 2021 sampai sekarang.
2. Informan kedua yang ditetapkan penulis dalam penelitian ini adalah Venan Taisor (44) selaku Kepala Bidang Pemasaran di Dinas pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai. Beliau menjabat sebagai Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Kabupaten Manggarai mulai bulan Maret 2022 sampai sekarang.
3. Informan ketiga yang ditetapkan penulis dalam penelitian ini adalah Mikael Yakob (53) selaku Pegawai Bidang Pemasaran di Dinas pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai. Beliau menjadi pegawai yang tergolong lama dari antara pegawai yang lainnya pada bidang pemasaran. Bapak Mikael Yakob bekerja sebagai pegawai di bidang pemasaran selama lima tahun.
4. Informan keempat yang ditetapkan penulis dalam penelitian ini adalah Maria Abut (35) selaku Karyawan Gunung Mas (Travel Agent). Ibu Maria bekerja sebagai karyawan Gunung Mas sejak tahun 2020 sampai sekarang.

4.4 Penyajian Hasil Penelitian

Sebelum melakukan wawancara, rumusan masalah yang telah ditetapkan dirumuskan ke dalam bentuk pertanyaan. Ada beberapa pertanyaan yang penulis susun. Pertanyaan yang penulis ajukan kepada informan didasarkan pada rumusan masalah penelitian yakni

bagaimana strategi komunikasi pemasaran tempat wisata lodok meler oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dalam menarik wisatawan. Untuk memudahkan usaha peneliti dalam melakukan penelitian, maka, peneliti menjabarkan pertanyaan pokok dalam empat (4) sub pertanyaan penelitian yakni:

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran tempat wisata lodok meler yang dilakukan oleh Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dalam menarik wisatawan?
2. Apa saja jenis media yang digunakan dalam mempromosikan tempat wisata lodok meler ?
3. Apakah ada kendala dalam melakukan promosi tempat wisata lodok meler?
4. Apakah Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai melakukan kerja sama dengan pihak ketiga dalam mempromosikan tempat wisata ?

4.4.1 Hasil Wawancara

Secara umum dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pedoman wawancara sebagai landasan dalam proses pengumpulan data dari para informan yang berjumlah empat (4) orang. Sejalan dengan hal tersebut, maka penulis memaparkan tentang fakta hasil wawancara.

1. Strategi komunikasi pemasaran tempat wisata lodok meler

Wawancara pada hari Rabu tanggal 9 November 2022 dengan Irvidus Buntanus mengatakan bahwa :

“Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan tentu saja memproosi tempat wisata menggunakan offline dan online Kewajiban dan tanggung jawab saya sebagai kepala dinas adalah untuk membina, mengawasi, dan mengontrol pelaksanaan tugas dari bidang pemasaran serta memastikan rencana - rencana atau tujuan yang dicapai

dalam pemasaran tempat wisata harus disebarluaskan dan dipahami oleh masyarakat baik wisatawan lokal maupun wisatawan internasional”

Wawancara pada hari Selasa 8 November 2022 dengan Venan Taisor mengatakan bahwa :

“Strategi komunikasi pemasaran tempat wisata lodok meler yaitu dengan mengembangkan tempat wisata lodok ini dengan memfasilitasi tempat wisata ini dengan membangun tangga menuju bukit golo timur dan membangun pondok wisata sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata lodok meler ini. Selain itu dalam mempromosikan tempat wisata kami menggunakan media offline dan media online yaitu, leaflet, instagram, facebook dan youtube. Dan saat ini kami juga masih mengembangkan aplikasi yang berisi opsi tempat wisata, kuliner, travel agent yaitu aplikasi Mai Ce’e”

Wawancara pada hari Kamis 10 November 2022 dengan Mikael Yakob mengatakan bahwa :

“Strategi komunikasi pemasaran tempat wisata lodok meler yaitu memfasilitasi tempat wisata dengan membangun akses jalan berupa tangga menuju bukit golo timur dan membangun pondok wisata. Selain itu membangun komunikasi dengan masyarakat atau pengunjung dengan memberikan himbauan agar menjaga kebersihan dan ketertiban”

Wawancara pada hari Jumat 11 November 2022 dengan Maria Abut Mengatakan bahwa:

“Dalam hal mempromosikan tempat wisata kami (Gunung Mas) berperan sebagai layanan jasa transportasi perjalanan wisata yang siap membantu dan memudahkan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata. Yang membedakan kami dengan travel pada umum yaitu dari segi layanan dan kenyamanan dalam bis pariwisata dan juga dari segi jadwal kami selalu tiba tepat waktu sesuai dengan jadwal yang sudah disepakati dengan penumpang. Selain itu untuk perjalanan wisata kami melayani sewa pakai mobil dengan tarif yang lebih murah”

2. Jenis media yang digunakan dalam mempromosikan tempat wisata lodok meler

Wawancara pada hari Rabu tanggal 9 November 2022 dengan Irvidus Buntanus mengatakan bahwa:

”Dalam mempromosikan tempat wisata kami memperomosisikan secara offline dan online. Untuk offline kami menggunakan poster, semboyan, leaflet dan untuk online kami menggunakan instagram, facebook, youtube dan melalui aplikasi dari dinas pariwisata yang masih dalam pengembangan yaitu aplikasi mai ce’e.”

Wawancara pada hari Selasa 8 November 2022 dengan Venan Taisor mengatakan bahwa :

“Media yang digunakan media adalah offline dan online yaitu berupa semboyan Manggarai Land Of Harmony, poster, leaflet dan untuk sekarang di era digital kami terus meningkatkan promosi pariwisata dengan menggunakan instagram, facebook, youtube dan sekarang kami masih mengembangkan aplikasi yang yang berisi opsi tempat wisata, kuliner, travel agent yaitu aplikasi Mai Ce’e. Dengan semboyan Manggarai Land Of Harmony ini, kami berharap promosi tempat wisata lodok meler berangkat.

Wawancara pada hari Kamis 10 November 2022 dengan Mikael Yakob mengatakan bahwa :

“Jenis media yang digunakan yaitu media massa dan untuk sekarang pihak Dinas Pariwisata lebih banyak melakukan promosi dengan menggunakan media online dan menggunakan semboyan Manggarai Land Of Harmony”

Wawancara pada hari Jumat 11 November 2022 dengan Maria Abut mengatakan bahwa:

”Media yang kami gunakan dalam memudahkan wisatawan untuk menghubungi kami yaitu bisa menggunakan Whatsapp bisnis travel dan Telepon”

3. Kendala dalam melakukan promosi tempat wisata lodok meler

Wawancara pada hari Rabu tanggal 9 November 2022 dengan Irvidus Buntanus mengatakan bahwa :

“kendala dalam pemasaran obyek wisata yaitu dari segi dana sehingga sarana dan prasarana pendukung obyek wisata belum maksimal

dan kendala berikutnya dari segi sumber daya manusia dimana di era serba digital unsur unsur yang mendukung pariwisata ini belum memahami cara memasarkan sesuatu melalui media elektronik”

Taisor Wawancara pada hari Selasa 8 November 2022 dengan Venan mengatakan bahwa :

“ Kendala yang sedang terjadi berkaitan dengan tempat wisata lodok meler ini yaitu dari segi pengelolaan. Karena tempat wisata lodok meler ini masih milik masyarakat.”

Wawancara pada hari Kamis 10 November 2022 dengan Mikael Yakob mengatakan bahwa :

“Kendala yang terjadi yaitu kurangnya tercipta keamanan dan kenyamanan di tempat wisata akibat kurangnya kesadaran masyarakat setempat terkait pariwisata”

Wawancara pada hari Jumat 11 November 2022 dengan Maria Abut mengatakan bahwa:

“Kendala yang sering terjadi adalah ketidaksesuaian waktu saat sampai tujuan akibat jalan menuju tempat wisata yang rusak”

4. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai melakukan kerja sama dengan pihak ketiga dalam mempromosikan tempat wisata

Wawancara pada hari Selasa 8 November 2022 dengan Venan Taisor mengatakan bahwa :

“Dalam mempromosikan obyek pariwisata kami tentunya melakukan kerja sama dengan pihak ketiga yang mendukung promosi obyek pariwisata seperti melakukan kerja sama dengan HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia), travel agent, dan juga kerja sama dengan kabupaten lain lebih khususnya dengan Kabupaten Manggarai barat Labuan bajo.

4.4.2 Hasil Observasi

Ada dua strategi pemasaran yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai Dalam Menarik Wisatawan yaitu menggunakan strategi pemasaran offline dan online, namun di era digital sekarang ini pihak dinas lebih banyak menggunakan strategi pemasaran online dalam mempromosikan obyek wisata.

Dalam penelitian ini penulis ingin melihat komunikasi pemasaran yang digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dalam menarik wisatawan dengan melakukan observasi yaitu pada tanggal 2 November sampai 4 November 2022. Observasi yang penulis lakukan yaitu dengan mengamati kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai melalui aktivitas *advertising* menggunakan media sosial dan leaflet serta melalui aktivitas *public relations*.

a. *Advertising*

Advertising adalah suatu kegiatan promosi barang atau jasa melalui suatu gagasan atau ide dan disajikan nonpersonal oleh pihak instansi atau sponsor. Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan pada tanggal 2 November 2022 penulis melihat bidang pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai menggunakan *Advertising* dalam mempromosikan tempat wisata. Contohnya melalui leaflet yang berisi penjelasan dan informasi terkait beberapa destinasi wisata yang ditawarkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai.

Dalam leaflet yang dibuat oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai terdapat penjelasan dan informasi jarak tempuh dari kota Ruteng menuju tempat wisata dan juga mendeskripsikan secara singkat destinasi wisata

seperti Kampung Adat Todo, Kampung Adat Ruteng Pu'u, kampung adat Wae Rebo, Pulau Mules, Lodok Meler, dan Air Terjun Tengku Lese. Kemudian Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai membuat leaflet ini dengan semenarik mungkin mulai dari pilihan warna, penggunaan bahasa dan ukuran gambar yang cocok agar mudah dipahami oleh masyarakat umum. Dengan membuat promosi menggunakan leaflet ini tentunya dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata yang terdapat pada leaflet tersebut.

Gambar 4. 2 Foto leaflet dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai



(Sumber : Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai, 2022)

Selanjutnya berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan pada tanggal 3 November 2022, penulis melihat bidang pemasaran Dinas Kebudayaan dan

Pariwisata Kabupaten Manggarai menggunakan media sosial. Media sosial yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dalam mempromosikan tempat wisata adalah instagram dengan akun bernama Wisata Manggarai serta facebook dengan akun Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dan chanel youtube bernama Disbudpar Manggarai. Dalam media sosial tersebut berisikan postingan berupa foto dan video terkait tempat wisata yang ada di Kabupaten Manggarai. Dari hasil pengamatan penulis, penulis melihat strategi pemasaran yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dominan menggunakan media sosial dikarenakan penggunaannya lebih gampang, proses dalam mempromosinya tidak membutuhkan waktu yang lama, serta target konsumen yang menjadi sasaran lebih mudah dijangkau. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai sebelum melakukan promosi atau pemasaran tempat wisata terlebih dahulu mengumpulkan berbagai informasi dan data terbaru dengan gaya bahasa promosi yang berbeda, namun tanpa menghilangkan tujuan promosi itu sendiri dalam hal ini untuk menarik wisatawan mengunjungi tempat wisata. Kemudian Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai sangat optimal mempromosi tempat wisata melalui instagram, hal tersebut bisa dilihat dari jumlah postingan berupa foto dan video terkait tempat wisata yang ada pada akun instagram Wisata Manggarai yaitu akun instagram dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai yang lebih banyak dibandingkan dengan postingan yang terdapat pada facebook dan youtube Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai.

Gambar 4. 3 Foto akun media sosial Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai.

1. Instagram



2. Facebook



3. Youtube



(Sumber: Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kabupaten Manggarai, 2022)

b. *Pubic Relations*

Public Relations merupakan berbagai program untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan atau produk individualnya. Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan pada tanggal 4 November 2022 di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai penulis melihat *Public Relations* mempunyai peran penting untuk membangun relasi dengan pihak ketiga seperti membangun kerja sama dalam sektor pariwisata dengan kabupaten Manggarai Barat lebih khusus Labuan Bajo, menjalin kerja sama dengan HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia), kemudian *travel agent* (gunung mas), serta membangun relasi dengan masyarakat umum melalui program yang dibuat untuk mempromosikan tempat wisata seperti program pelatihan digitalisasi. Program ini diadakan oleh pihak dinas untuk melatih masyarakat umum khususnya anak muda dan pengusaha UMKM di Manggarai agar dapat berkontribusi mempromosikan tempat wisata sekaligus kuliner, coffe shop melalui aplikasi mai ce'e.

Selanjutnya pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga melakukan beberapa upaya untuk mempromosikan obyek wisata sebagai berikut:

- a. Penentuan Posisi/*Positioning* dilakukan dengan fokus pada wisata budaya, wisata religi, dan wisata alam
- b. Identifikasi Produk Wisata

Dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melakukan survei langsung ke lokasi calon tempat wisata yang ada di Kabupaten Manggarai.

- c. Pembangunan *branding* dengan *tagline* pariwisata

Dalam membangun *branding* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai membuat *tagline* yaitu Manggarai Land Of Harmony.

- d. Penyediaan instagram, facebook, dan youtube
- e. Pengembangan aplikasi Mai Ce'e

Travel Agent yaitu suatu perusahaan keagenan yang kegiatannya menitik beratkan pada bisnis perjalanan. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis pihak travel agent selain menawarkan jasa transportasi juga menawarkan dan membantu mempromosikan berbagai tempat wisata yang ada di Kabupaten Manggarai salah satunya lodok meler. Penawaran yang dilakukan travel agent ini berdasarkan hasil kerja sama dengan pihak dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai yang dimana gunung mas memperoleh keuntungan atau hadiah berupa penghargaan, dan dipermudah segala urusan administrasi dengan pemerintah Kabupaten Manggarai.