

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini, data yang diperoleh peneliti baik data primer maupun sekunder yakni dalam bentuk hasil wawancara dan observasi di lapangan, maka peneliti akan menganalisis menggunakan deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara menguraikan data yang diperoleh dari hasil penelitian dalam bentuk kalimat- kalimat yang disusun secara sistematis sehingga akan memperoleh gambaran yang jelas mengenai Strategi komunikasi pemasaran. Dalam hal ini pembahasan hasil data penelitian dibagi menjadi 2 bagian yaitu: analisis data hasil penelitian dan interpretasi data hasil penelitian.

#### **5.1 Analisis Data**

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai Dalam Menarik Wisatawan, peneliti akan melakukan analisis dari hasil wawancara dan hasil observasi berdasarkan indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *advertising* dan *public relations*.

##### **5.1.1 Advertising**

Dalam mempromosikan produk wisata atau obyek wisata tentunya suatu perusahaan atau suatu lembaga instansi memerlukan bauran promosi yang tepat untuk menjelaskan suatu produk secara detail kepada masyarakat umum atau wisatawan. *Advertising* merupakan suatu bauran promosi yang tepat untuk mempromosikan suatu produk wisata, karena dalam *Advertising* promosi bisa dilakukan dengan berbagai model seperti media cetak dan media online. Maka dari itu para pegawai dalam bidang pemasaran diharapkan dapat menyusun

gagasan atau ide-ide yang tepat dan menarik wisatawan yang kemudian di publikasi melalui media cetak dan media online sehingga bisa menarik minat masyarakat umum atau wisatawan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis terhadap keempat informan observasi terkait strategi komunikasi pemasaran tempat wisata lodok meler yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dapat di analisis bahwa strategi yang dilakukan menggunakan media offline dan media sosial. Selain itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai juga mengembangkan tempat wisata lodok meler dengan memfasilitasi tempat wisata lodok meler dengan cara membangun tangga menuju golo timur dan membangun pondok wisata dan saat ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai juga mengembangkan suatu aplikasi yang berisi opsi lokasi wisata, kuliner, penginapan atau hotel dan transportasi.. Untuk media yang digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dalam mempromosikan tempat wisata lodok meler yaitu menggunakan media offline berupa poster, semboyan “Manggarai Land Of Harmony”, dan juga leaflet yang berisi informasi dan penjelasan terkait tempat wisata yang ada di Kabupaten Manggarai seperti lodok meler, wae rebo, air terjun tengku lese, dan juga pulau mules. Dan untuk media sosial berupa instagram, facebook, dan juga youtube yang berisi postingan berupa foto dan video tempat wisata yang ada di Kabupaten Manggarai. Selain itu saat ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai juga mengembangkan aplikasi Mai Ce’e, aplikasi ini berisi opsi lokasi wisata, kuliner, penginapan atau hotel dan transportasi. Dan untuk saat ini dalam mempromosikan tempat wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai lebih banyak menggunakan media sosial berupa instagram, facebook, dan youtube. Hal ini dilakukan tentunya karena melihat perkembangan zaman yang dimana di era digital ini banyak masyarakat yang menggunakan media sosial.

Penulis juga menemukan bahwa pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai yakni berkaitan dengan Strategi komunikasi pemasaran yang mereka lakukan untuk menarik wisatawan dapat dianalisis dalam mempromosikan produk wisata para pegawai bidang pemasaran menggunakan bauran promosi seperti *advertising* dan *public relations*. Karena dalam mempromosikan produk wisata mereka menuangkan gagasan dan ide-ide yang menarik melalui media cetak dan online selain itu mereka juga membangun kerja sama dengan pihak ketiga yang dalam hal ini peran *public relations* sangat dibutuhkan untuk mempromosikan tempat wisata.

1. Leaflet

Leaflet merupakan suatu media promosi yang berisikan informasi terkait suatu produk yang ditawarkan. Dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai menggunakan leaflet untuk mempromosikan secara jelas tempat tempat wisata.

2. Media Online

Media Online merupakan suatu wadah yang banyak digunakan masyarakat umum di era digital seperti sekarang . Maka dari itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai juga memanfaatkan media online untuk mempromosikan obyek wisata, media online yang dimanfaatkan disini berupa instagram, facebook, dan youtube.

3. Aplikasi Mai Ce'e

Aplikasi Mai Ce'e adalah suatu aplikasi yang dibuat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk mempromosikan tempat wisata. Aplikasi ini dilengkapi dengan beberapa opsi seperti:

- Lokasi Wisata
- Kuliner
- Info Hotel/Penginapan
- Transportasi

### 5.1.2 Public Relations

Peran *public relations* merupakan salah satu bagian yang penting dalam hal mempromosikan suatu produk. Dalam hal ini peran *public relations* pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sangat dibutuhkan guna untuk kepentingan citra instansi dan juga citra produk yang ditawarkan. Selain itu perannya juga dibutuhkan guna untuk membangun relasi kerja sama dengan pihak ketiga guna untuk mempromosikan suatu produk wisata.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan kepala bidang pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai pihak dinas melakukan kerja sama dalam sektor pariwisata dengan kabupaten lain lebih khususnya kabupaten manggarai barat. Berdasarkan hal tersebut peran *public relations* dibutuhkan agar pihak ketiga seperti kabupaten manggarai barat menyetujui untuk bekerja sama dalam sektor pariwisata. Kemudian membangun relasi dengan travel agent juga sangat membantu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dalam hal jasa perjalanan wisata yang memberikan layanan kenyamanan bagi wisatawan dan juga membantu mempromosikan tempat wisata di Kabupaten Manggarai. Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara tersebut penulis melakukan observasi pada saat pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai melaksanakan

program pelatihan digitalisasi yang dimana saat melaksanakan kegiatan tersebut pihak dinas membangun relasi dengan para peserta pelatihan program digitalisasi yang merupakan anak muda dan para pengusaha UMKM. Pada saat kegiatan tersebut berjalan penulis melihat peran *public relations* digunakan guna mengajak para peserta untuk mempromosikan objek wisata dengan menggunakan media sosial dan juga aplikasi dari pihak dinas yaitu aplikasi mai ce'e.

Dalam mempromosikan tempat wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai membangun relasi atau membangun komunikasi dengan masyarakat lokal dan juga wisatawan untuk menjaga keamanan, kebersihan, dan kenyamanan. Namun terdapat kendala seperti kurangnya kesadaran masyarakat lokal terkait pentingnya pariwisata. Hal ini dilihat dari banyak masyarakat lokal yang tidak menjaga keamanan, kebersihan, dan kenyamanan di tempat wisata.

## **5.2 Interpretasi Data**

Setelah menganalisis data-data dari hasil penelitian, maka selanjutnya penulis akan melakukan penafsiran atau menginterpretasi data-data tersebut berkaitan dengan konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Interpretasi data sangat penting sebagai upaya untuk menganalisis hubungan antara konsep dengan data yang diperoleh selama masa penelitian, untuk memudahkan dalam menginterpretasi data, peneliti membagi data-data tersebut menjadi dua bagian sesuai dengan indikator yang menjadi fokus penelitian ini. Dua indikator penelitian tersebut, kemudian penulis menginterpretasi untuk menganalisis hubungan antara konsep dengan data hasil penelitian, yang kemudian diformulasikan secara deskriptif kualitatif. Berikut ini hasil interpretasi data yang dilakukan penulis:

Komunikasi pemasaran merupakan hal yang terpenting dalam memperkenalkan, menginformasikan, menawarkan, dan mempengaruhi masyarakat mengenai suatu produk. Strategi komunikasi pemasaran menggunakan unsur-unsur komunikasi yang terdapat pada bauran pemasaran. Bauran pemasaran (marketing mix) sendiri didefinisikan sebagai suatu strategi yang dilakukan perusahaan yang dapat meliputi penetapan master plan dan mengetahui serta menghasilkan pelayanan produk (penyajian) produk yang memuaskan pada suatu segmen pasar tertentu dimana segmen pasar tersebut telah dijadikan pasar sasaran untuk produk yang telah diluncurkan guna menarik konsumen melakukan pembelian. (Agus Hermawan, 2012:35). Maka dari itu dibutuhkan suatu konsep untuk mengintegrasikan penawaran atau informasi terkait suatu produk agar konsumen dapat mengetahui secara detail produk yang di tawarkan yaitu *Integrated Marketing Communication* (IMC) adalah sebuah konsep di mana suatu perusahaan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai saluran komunikasi untuk mengirim pesan yang jelas, konsisten dan meyakinkan berkenaan dengan perusahaan dan produknya. Pada intinya IMC mengintegrasikan semua alat-alat promosi, sehingga alat-alat tersebut dapat bekerja bersama-sama secara harmonis. (Morissan, 2012:9).

Berdasarkan hasil wawancara penulis menemukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai melakukan komunikasi pemasaran yang memperkenalkan, menginformasikan, menawarkan, dan mempengaruhi masyarakat mengenai suatu produk wisata. Dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai menggunakan kata - kata dan kalimat yang bersifat persuasif seperti menggunakan semboyan “ Manggarai Land Of Harmony” dan juga iklan menggunakan poster dan leaflet yang berisi informasi dan penjelasan terkait tempat wisata di Kabupaten Manggarai salah satunya tempat

wisata lodok meler. Selain itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai juga menggunakan media sosial instagram, facebook dan youtube yang berisi foto dan video tempat wisata di Kabuapten Manggarai. Kemudian Dinas Pariwisata juga menjalankan fungsi dan peran *public realtiions* untuk membangun relasi dengan pihak ketiga seperti membangun kerja sama dengan Kabupaten Manggarai Barat khususnya sektor pariwisata, selain itu membangun relasi dengan masyarakat umum melalui program yang dibuat untuk mempromosikan tempat wisata seperti program pelatihan digitalisasi. Program ini diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabuapaten Manggarai 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.

#### **5.2.1. Advertising**

*Advertising* merupakan suatu bentuk dari presentasi non personal dan promosi dari suatu ide, barang atau jasa yang tidak gratis (berbayar) dan dilakukan oleh sponsor (perusahaan) yang teridenfikasi. Karakteristik dari iklan adalah bersifat non-personal, komunikasi satu arah, ada sponsor, dan bertujuan untuk mengubah sikap dan prilaku. Biasanya iklan dipakai ketika suatu perusahaan ingin mengubah *costumer* dari belum mengetahui (*unware*) menjadi mengetahui (*aware*) (Ritonga,2020:152).

Hasil temuan peneliti terhadap startegi *advertising* ini adalah strategi ini digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai guna untuk mempromosikan obyek wisata yang ada di kabupaten Manggarai. Dalam mempromosikan obyek wisata tersebut pihak dinas menggunakan media cetak dan media online. Media cetak yang digunakan berupa leaflet yang berisi tentang

penjelasan dan informasi yang mendeskripsikan tempat wisata yang ada di Kabupaten Manggarai. Sedangkan media online yang digunakan berupa instagram, facebook dan youtube. Dari ketiga media online ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai lebih cenderung menggunakan instagram sebagai media promosi tempat wisata, hal ini terlihat dari jumlah postingan berupa foto dan video terkait tempat wisata lebih banyak pada instagram dibandingkan facebook dan youtube dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai.

### 5.2.2. Public Relations

*Public Relatios* adalah melakukan pekerjaan yang sangat luas dan beragam, tidak hanya bertugas menggiring opini publik saja, tetapi juga bertugas *manage corporate brand* serta menjaga reputasinya. Lalu *Marketing Public Relations* merupakan salah satu fungsi PR yang digunakan sebagai media tanpa bayar untuk menyampaikan *brand information* guna mempengaruhi calon *costumer* atau *costumer* secara positif.

Hasil temuan peneliti terkait *public relations* pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai peneliti melihat peran *public relations* sangat dibutuhkan sesuai tugasnya yaitu menyampaikan *brand*, dalam hal ini obyek wisata kepada masyarakat umum dan menjaga reputasi *brand* agar tetap dinilai positif dari khalayak umum. Selain itu peran *public relations* juga dibutuhkan guna membangun relasi dengan pihak ketiga untuk bekerja sama dalam sektor pariwisata. Dalam hal ini pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai membangun hubungan dengan pihak ketiga seperti *travel agent*

(gunung mas) guna memudahkan calon wisatawan atau wisatawan dalam hal transportasi menuju tempat wisata, serta membangun relasi dengan masyarakat umum melalui program yang dibuat untuk mempromosikan tempat wisata seperti program pelatihan digitalisasi. Program ini diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai 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*.

Berdasarkan konsep dan hasil data penelitian yang penulis temukan terkait strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten penulis Penulis menafsirkan bahwa para pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata khususnya pada bidang pemasaran menerapkan strategi komunikasi pemasaran yakni *advertising* dan *public relations* guna untuk mempromosikan tempat wisata di kabupaten Manggarai.

Kesimpulannya komunikasi pemasaran terpadu (*Integrated Marketing Communication*) dibutuhkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dalam mempromosikan tempat wisata. Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai terdiri dari *Advertising* dan *Public Relations*.