

BAB IV

HASIL PENELITIAN

Pada bab ini penulis mendeskripsikan hasil penelitian dan menjelaskan deskripsi lokasi penelitian, telaah informan penelitian, pertanyaan penelitian dan penyajian data 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 Pariwisata Kota Kupang dan Struktur Dinas Pariwisata Kota Kupang.

4.1.1 Lokasi Dinas Pariwisata Kota Kupang

Peneliti melakukan penelitian di Dinas Pariwisata Kota Kupang, jln. Veteran Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang Nusa Tenggara Timur.

4.1.2 Gambaran Umum Dinas Pariwisata Kota Kupang

Keberadaan pariwisata dalam suatu daerah biasa dikatakan merupakan suatu gejala yang kompleks di dalam masyarakat. Dalam hal ini terdapat suatu keterkaitan antara daerah objek wisata yang memiliki daya tarik masyarakat setempat dan wisatawan itu sendiri.

Sejak dahulu kegiatan pariwisata sebenarnya sudah banyak dilakukan oleh masyarakat, hanya saja belum menjadi kalimat yang populer di telinga masyarakat. Jika ditinjau dari segi etimologis, kata pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri atas dua suku kata yaitu “pari” yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap dan kata “wisata” yang berarti perjalanan atau bepergian. Dapat diambil pengertian bahwa kata pariwisata

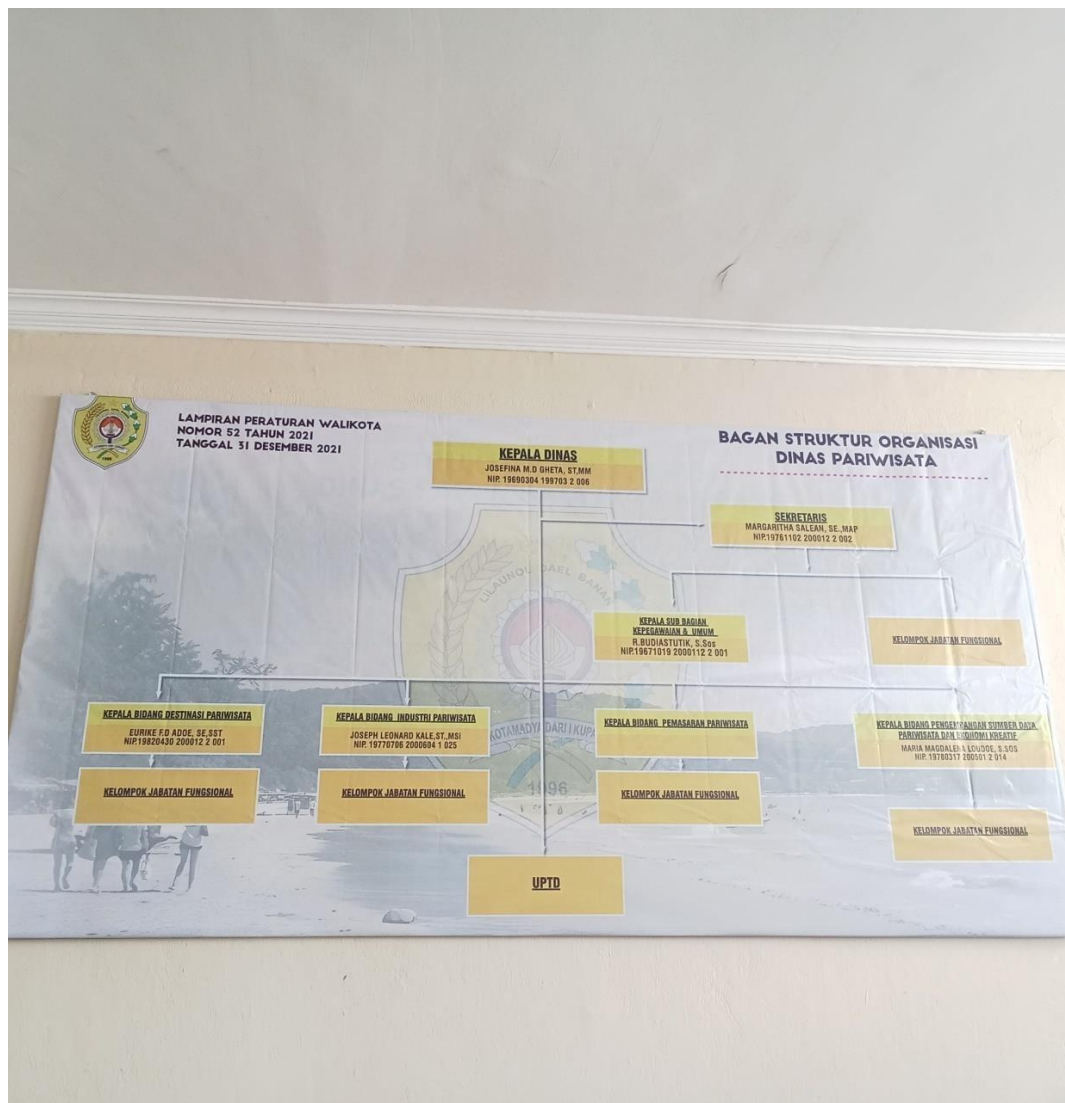
berarti suatu perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali atau berputar-putar dari satu tempat ke tempat lain. Seiring dengan perkembangan zaman dan pergeseran dari nilai yang terkandung di dalam kepariwisataan, maka setiap perjalanan atau kunjungan yang datang ke dalam suatu daerah tujuan wisata bisa dimanfaatkan dan dimasukkan dalam kegiatan kepariwisataan.

Kota Kupang secara geografis terletak antara koordinat $10^{\circ}11'S$ $123^{\circ}35'E$. Kota Kupang memiliki wilayah seluas 229,97 Km² termasuk Bandar Udara El Tari seluas 19,69 Km². Seluruh wilayah tersebut secara administratif terbagi dalam 6 wilayah kecamatan yang meliputi 53 kelurahan secara topografi, kota kupang Sebagian besar berada pada ketinggian 10 - 50 m dpl (diatas permukaan laut), sedangkan bagian utaranya (meliputi sebagian besar Kecamatan Alak dan Kelapa Lima) ketinggiannya berkisar antara 0-10 m dpl. Selain itu di Kota Kupang pun terdapat daerah-daerah yang mempunyai ketinggian > 50 m, yaitu pada bagian selatan Kecamatan Maulafa, Oebobo dan sebagian Kecamatan Kelapa Lima yang meliputi Kelurahan Kolhua, Sikumana, Penfui, Fatubesi.

Permukaan terdiri dari batu karang dan tidak rata serta tanah berwarna merah dan putih. Iklim di Kota Kupang sama halnya dengan iklim di daerah lain dalam wilayah Kabupaten Kupang yaitu iklim kering dengan musim hujan yang pendek. Sekitar bulan Nopember sampai dengan Maret, dengan suhu udara mulai dari 20°C-31°C, dan musim kering sekitar bulan April sampai bulan Oktober dengan suhu udara mulai dari 29,10°C-33,40°C.

4.1.3 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata

Struktur organisasi Dinas Pariwisata kota kupang merupakan pencerminan hubungan wewenang dan tanggung jawab secara fungsional yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang kegiatan atau promosi destinasi pariwisata. Struktur organisasi dari Dinas Pariwisata Kota kpng dapat dilihat pada bagan di bawah ini:



4.1.4 Visi dan Misi Dinas Pariwisata Kota Kupang

Berdasarkan peran dan kegiatan dalam instansi pemerintah yang dipengaruhi oleh aspek pembangunan dan variable lingkungan hidup. Baik internal maupun eksternal, maka perlu disusun Visi dan Misi yang menjadi acuan dalam melaksanakan kewajiban. Visi dan Misi Dinas Pariwisata kota adalah sebagai berikut:

a. Visi Dinas pariwisata Kota kupang

Visi adalah preferensi dan pendekatan pemerintah dalam hal menyelenggarakan pemerintahan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dinas pariwisata sendiri masih menggunakan visi dari walikota kota kupang, yaitu terwujudnya kota kupang yang layak huni, cerdas, mandiri dan sejahtera dengan tata Kelola bebas kkn.

b. Misi Dinas Pariwisata Kota Kupang

Misi adalah deskripsi rumpun tujuan pemerintah yang dijabarkan dari makna visi yang ingin dicapai dan terukur untuk masa depan. Namun misi dapat dikaji ulang secara berkala disesuaikan dengan dinamika, Dinas Pariwisata sendiri masih menggunakan Misi Walikota kota kupang yang dirumuskan dalam 5(lima) pernyataan misi sebagai berikut:

1. Mengembangkan sumber daya manusia (SDM) yang sehat, cerdas, berakhlak, professional dan berdaya saing.
2. Mengembangkan perekonomian kota kupang yang berdaya saing dengan meningkatkan peran swasta.

3. Meningkatkan kesejahteraan social dan mengembangkan budaya kota yang tertib, aman, kreatif, dan berpretai dalam menunjang kota jasa.
4. Mempersiapkan kota kupang menuju metropolitan yang berwawasan lingkungan.
5. Meningkatkan tata Kelola pemerintah yang beban KKN dan tranparansi pengelelola keuangan.
6. Membangun kota kupang sebagai rumah besar persaudaraan dan kerukunan.

Dari keenam misi kota tersebut, misi yang erat kaitannya dengan tugas pokok dan fungsi Dinas Pariwisata Kota Kupang adalah misi kedua yaitu “ mengembangkan perekonomian kota kupang yang berdaya saing dengan meningkatkan peran swasta”. Berdasarkan Misi kedua, program kepala daerah terpilih periode 2017-2022, maka tujuan dari misi kedua yakni “ mengembangkan pariwisata yang berdaya saing” dengan sasaran pembangunan difokuskan pada:

- a. Meningkatkan kota kupang sebagai kota tujuan dan transit wisata.
- b. Mengembangkan ekonomi kreatif pelaksanaan kebijakan daerah bidang pariwisata
- c. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan daerah bidang pariwisata
- d. Pelaksanaan administrasi dinas daerah bidang pariwisata dan
- e. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Walikota kupang terkait dengan tugas dan fungsinya.

4.1.5 Logo Dinas Pariwisata Kota

Logo menjadi *symbol* bagi suatu organisasi yang memiliki arti dan makna yang dapat menunjang tujuan dari organisasi. Arti dari bentuk logo Dinas Pariwisata adalah suatu bentuk simbolis yang menggambarkan keluarga besar Dinas Pariwisata kota. Logo Dinas Pariwisata dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.1

Logo Dinas Pariwisata



- a. **Padi dan kapas** : keadilan social bagi seluruh rakyat Indonesia
- b. **Tulisan dalam lingkaran** : (Bahasa helong): “LIL AU NOL DAEL BANAN” bangunkan aku dengan Nurani yang tulus.
- c. **Rantai** : menggambarkan keterwakilan dari semua unsur dalam pemerintah kota kupang.
- d. **Sasando** : menggambarkan salah satu potensi asset budaya yang ada di kota kupang.
- e. **Tahun 1996** : Tahun kelahiran kota kupang (25 april 1996)

- f. **Bintang segi lima berwarna kuning** : menggambarkan cita-cita yang lahir untuk membangun kota ini.
- g. **Lingkar Hijau** : menggambarkan bahwa roda pemerintah kota kupang dapat berjalan tidak terlepas dari peran dan partisipasi seluruh unsur masyarakat kota kupang.

4.2 Telaah Informan Penelitian

Informan yang ditetapkan dalam penelitian ini berjumlah empat orang dari analis kebijakan sub koordinator pengelolaan parwisata, analis kebijakan sub coordinator promosi parwisata, PLT kepala bidang pemasaran parwisata, dan kepala dinas parwisata kota kupang.

Tabel 4.2 tabel data informan

No	Nama informan	Umur	Status	Keterangan
1	Eurike F.D Adoe SE,SST	34	Kepala bidang destinasi parwisata	Pasangan
2	Amramsius Yola	40	Analisis kebijakan sub coordinator pengelolaan parwisata	Pasangan
3	Pommy Elna Novisany Odja	38	PLT Kepala bidang pemasaran parwisata	Pasangan
4	Nikolaus Boleng Ola	40	Analisis kebijakan sub koordinator promosi parwisata	pasangan

Table diatas mencantumkan data 4(empat) orang yang merupakan informan dalam penelitian ini.

Profile Narasumber :

- 1) Bapak Amramsius Yola, merupakan sebagai Analis kebijakan sub Koordinator pengelolaan pariwisata yang telah menjabat selama 4 tahun. Bapak Amramsius Yola mempunyai tugas mengetahui semua perencanaan dari kegiatan pariwisata.
- 2) Ibu Eurike F.D Adoe : Merupakan sebagai Kepala Bidang Destinasi Pariwisata dan Koordinator Admin yang telah menjabat selama 5 tahun. Ibu Eurike Adoe mempunyai tugas dalam bidang destinasi dan mengelola admin untuk dipublikasikan kegiatan atau destinasi wisata.
- 3) Bapak Pommy Odja : Menjabat sebagai PLT kepala bidang pemasaran pariwisata yang telah menjabat selama 4 tahun. Bapak Pommy Odja mempunyai tugas mengkoordinir setiap kegiatan pemasaran pariwisata.
- 4) Bapak Nikolaus Ola: Menjabat sebagai Analis kebijakan sub koordinator promosi pariwisata yang telah menjabat selama kurang lebih 4 setengah tahun . Bapak Nikolaus Ola mempunyai tugas dalam promosi setiap destinasi atau seperti UMKM.

4.3 Penyajian Hasil Penelitian

Penulis melakukan penelitian mulai dari Rabu,15 - 24 mei 2024. Sebelum melakukan wawancara,penulis melakukan wawancara kepada keempat informan

berdasarkan indikator-indikator penelitian. Selama penelitian penulis melakukan wawancara dan observasi terhadap keempat informan yang sudah ditentukan sebelumnya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis terhadap keempat orang informan terdapat beberapa jawaban dari informan mengenai pemanfaatan facebook sebagai media promosi tersebut terdapat pada indikator yang diteliti dalam penelitian ini. Berikut penulis akan memaparkan hasil penelitian berupa hasil wawancara dan observasi.

4.3.1 Hasil Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada keempat informan berdasarkan indikator-indikator penelitian. Dengan mengajukan beberapa pertanyaan-pertanyaan tersebut penulis susun berdasarkan indikator yang telah ditetapkan sebelumnya. Adapun pertanyaan-pertanyaan berikut:

- a. Bagaimana cara Dinas Pariwisata mempromosikan melalui foto, video dan narasi?
- b. Seperti apa bentuk promosi menggunakan foto, video dan narasi?
- c. Apa dampak kegiatan promosi foto, video dan narasi?
- d. Apa kemudahan mempromosikan melalui foto, video dan narasi?
- e. Mengapa dinas pariwisata menggunakan media social facebook sebagai alat promosi\ sarana promosi kegiatan dinas? Berapa banyak orang yang menjadi admin dari akun facebook tersebut?

A. Cara mempromosikan kegiatan Dinas pariwisata

Pada bagian ini penulis menanyakan tentang cara mempromosikan kegiatan dinas pariwisata. Penulis menanyakan kepada informan berkaitan dengan bagaimana cara mempromosikan dinas pariwisata. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Amramsus Yola, pada Rabu 15 Mei 2024, pukul 10:45, ia mengatakan :

“cara mempromosikannya ada dua cara secara online dan offline. Secara online menggunakan lewat media seperti facebook, dan tiktok, secara offline membuat kegiatan dan mengundang masyarakat langsung nonton.adminnya 2 untuk coordinator satu dan 1 admin. Dua orang ini dibawah bidang pemasaran tidak semua boleh merespon komentar harus lewat coordinator, keyika menggunakan media social gambar-gambarnya yang ditampilkan bisa terlihat captionnya.

promosi secara offline ini bisa juga di lakukan dengan berbagai cara misalnya, mempromosikan CFD (Car free day) di jalan eltari kota kupang dimana admin akan mengambil foto atau video dalam kegiatan ini kemudian menjadi dokumentasi bagi admin untuk mempostingkan di media facebook.

Media secara online ini admin akan mengambil gambar dari berbagai kegiatan yang di lakukan setelah itu admin mengambil gambar atau video sebagai dokumen tanda bukti dalam setiap kegiatan yang di lakukan.

Berdasarkan hasil wawancara informan” Pommy Odja” pada tanggal 15 Mei 2024,pukul 13:00, ia mengatakan:

“berusaha secara internal program-program yang berkaitan dengan media social dalam hal ini promosi secara event sekaligus meningkatkan ekonomi terutama masyarakat ekonomi menengah kebawah. Contohnya pelaku UMKM, hiburan-hiburan masyarakat seperti penari, seni teater, penyanyi dan pemain music.”

Berdasarkan hasil wawancara informan “Eurike Adoe” pada kamis 16 Mei 2024 ,pukul 10:15, ia mengatakan :

Kota Kupang dilihat sangat kurang karena alam yang di Kota Kupang terdapat wisata pantai dari Alak-Lasian jadi pingiran panatai inilah yang dipromosikan, teatpi selain wisata Bagaimana upaya Destinasi bisa di kenal denagn cara mempromosika. dari Dinas Parwista juga

mempromosikan Destinasi wisata perkotaan contohnya : Taman tagepe dan taman Nostalgia. Taman-taman inilah yang di promosikan dari Bidang Destinasi Parwisata Kota Kupang. ada salah satu seksi yaitu seksi pelayanan event dari seksi itulah kami mempromosikan melalui event. contohnya : festival sepe Cara mempromosikan melalui plamfet, tempat wisata dicetak plamfet lalu dibagikan di hotel-hotel, bandara agar Tempat-tempat wisatawan ini tidak sulit untuk ditemukan. Mempromosikan melalui media sosial melibatkan masyarakat dalam melaksanakan kegiatan.

B. Bentuk promosi

Pada bagian ini penulis menanyakan tentang bentuk promosi. Pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui pendapat informan mengenai bentuk promosi melalui foto atau video. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Pomy Odja pada Kamis 16 Mei 2024, pukul 11:15, ia mengatakan:

“Bentuk promosi sebenarnya bukan foto dan video tapi apa yang kami lakukan seperti kegiatan event di Kota Kupang ada 51 kelurahan di semua kelurahan itu dibuat event-event budaya supaya Kota Kupang makin dikenal budayanya juga makin ditingkatkan. Generasi muda sebagai penerus budaya dari pada daerah itu mereka juga bisa paham tentang budaya yang ada di Kota Kupang. berbagai kegiatan event budaya yang di kenal tamu atau pengunjung pendatang di wisata Kota Kupang berbagai budaya seperti, Timor, Sumba, Rote Sabu dan Alor yang sering di laksanakan di wisata Kota Kupang. di berbagai wisata dari Alak-Lasiana terdapat banyak tempat wisata yang menarik sehingga tamu yang datang berkunjung semakin banyak.

Dari tempat-tempat wisata ini yang membuat banyak yang di kenal sehingga pemerintah dinas pariwisata Kota Kupang melakukan event budaya di setiap tempat wisata dan juga masyarakat Kota Kupang semakin tertarik dengan kegiatan seperti ini.

Berdasarkan Hasil wawancara dengan informan “Amramsius Yola” pada Jumat 17 Mei 2014 Pukul 12.22. Dari hasil wawancara ia mengatakan

“lewat video dan foto diposting di facebook online pamflet lalu disebarakan agar pengunjung bisa lihat. saat ini pengguna facebook di Kota Kupang suda mulai semakin banyak dan akun facebook dinas pariwisata Kota Kupang suda Kembali aktif kemudian kegiatan-kegiatan saat ini suda mulai

di publikasikan di akun facebook dinas pariwisata kota kupang. facebook dinas pariwisata 2 tahun terakhir yang aktif semua aktivitas dinas pariwisata semua sudah di publikasikan. untuk foto dan video saat ini akan di publikasikan pada akun resmi dinas pariwisata na penggunaan facebook saat ini semua pengunjung selalu melihat postingan-postingan terbaru pada akun facebook dinas pariwisata kota kupang.

Berdasarkan hasil wawancara informan “Eurike Adoe” pada jumat 17 Mei 2024.

Pukul 13:20, ia mengatakan :

“Dinas Pariwisata Kota Kupang dari Bidang Destinasi melaksanakan monitoring untuk mengambil dokumentasi contohnya : Pantai Warna. Pantai warna ini selalu di monitoring lalu dokumentasi yang di ambil berupa foto dan video kemudian dishare ke facebook, instagram, tiktok, watsaap dan youtube. dari Dinas Pariwisata Kota Kupang, banyak pengunjung saat ini semakin pantau pada media facebook dinas pariwisata kota kupang untuk melihat postingan-postingan terbaru, dan lagi terdapat wisatawan di lasiana sekarang banyak pengunjung yang sudah tau bahwa disitulah tempat wisata yang paling bagus.

C. Dampak dari kegiatan promosi

Pada bagian ini penulis menanyakan tentang dampak dari kegiatan promosi. Pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui pendapat informan dan mengetahui dampak dari kegiatan promosi itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan “Amramsius Yola” pada senin 20 mei 2024, pukul 15:20, ia mengatakan :

“dampak secara fisik terukur karena setiap kali dilaksanakan Kegiatan ada peningkatan audiens atau orang-orang yang datang berkunjung ke kegiatan tersebut secara offline terbangun jaringan kerja sama kami dengan Hotel hotel sebagai pendukung pariwisata. Online kita makin dikenal komunitas PHRI dampak dari promosi kegiatan yang kita laksanakan bukan saja secara internal local tapi juga secara nasional.

Berdasarkan Hasil wawancara dari informan “Eurike Adoe” pada Rabu 22 mei 2024 pukul 11:30, ia mengatakan:

“Ekonomi dan Sosial Budaya contohnya: melaksanakan salah satu kegiatan di tempat wisata dapat berpengaruh pada Ekonomi UMKM dan juga para

Pelaku Usaha, Dengan promosi mendatangkan banyak wisatawan dampaknya industri pariwisata seperti hotel dan restoran. Selain kotanya ramai dampak ekonominya paling kelihatan dan tingkat kunjungannya semakin meningkat maka dampak ekonomi bagi masyarakat kota kupang semakin meningkat. salah satu dampak dari perkembangan internet berkembang ke arah yang lebih baik sehingga masyarakat kota kupang tidak berpengaruh dengan signifikan terhadap keterlibatan pengunjung media facebook ini untuk masyarakat kota kupang mempromosikan kegiatan ini lebih mudah dengan adanya media facebook.

Berdasarkan Hasil wawancara dari Informan Pommy Odja Pada Rabu 22 Mei 2024, pukul 8:30, ia mengatakan:

“dampak kegiatan itu kunjungan Ketika melakukan kegiatan dan mempromosikan di media sosial baik facebook maupun tiktok. Makin banyak yang melihat dan menginformasikan kepada orang-orang sekelilingnya bisa mengikuti kegiatan yang kita laksanakan dan itu dampak multiper efek itu ada. Promosi menimbulkan keuntungan terhadap merek. Promosi bukan saja meningkatkan penjualan tapi juga dapat menstabilkan produksi. Oleh karena itu produk tersebut haruslah diperkenalkan kepada konsumen-konsumen upaya untuk memperkenalkan produk itu kepada konsumen merupakan awal dari kegiatan promosi.

Berdasarkan Hasil Wawancara informan ”Nikolaus Ola” pada senin 27 Mei 2024 pukul 11:30, ia mengatakan:

“dampak kegiatannya salah satu UMKM melibatkan melalui kegiatan sehingga mendapatkan hasil atau harapan agar pendapatan dari pameran itu pengunjung banyak terbantu. Dari kelihatannya UMKM ikut merasakan dampak dari promosi baik secara online maupun offline. dampak yang bisa diukur menggambarkan peningkatan jumlah pengunjung dalam pameran adalah jumlah interaksi yang meningkat yang di jejaring akun facebook resmi dinas pariwisata kota kupang,.dalam promosi sebelum dan sesudah pameran yang secara online dan offline di lihat dari berapa banyak video dan interaksi yang di publikasikan dan interaksi dalam kegiatan pameran yang di lihat sebelum dan sesudah.

D. Kemudahan mempromosikan dari facebook

Pada bagian ini penulis menayakan tentang kemudahan mempromosikan dari facebook. Pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui kemudahan dari mempromosikan facebook itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara dengan

informan “Amramsius Yola” pada senin 27 mei 2024,pukul 10:00, ia mengatakan :

‘kemudahan secara operasional facebook sudah vamilier semua teman-teman kantor memberikan ruang untuk bisa mengelola sehingga untuk secara local dampaknya sangat besar,karena bagi masyarakat ktika melakukan kegiatan lalu di promosikan dengan sendrinya dampaknya pada masyarakat,dengan melaksanakan kegiata karena banyak masyarakat yang belum memahami promosi suatu wisata dana dari dinas parwisata bagaimana melakukan kegiatan agar masyarakat bisa tertarik dan melihat kegiatan itu seperti apa lalu di promosikan secara baik di publikasikan pada media facebook terutama pada akun facebook dinas parwisata.’”

Berdasarkan hasil wawancara dari salah satu informam “Pommy Odja” pada tanggal senin 27 mei 2024,Pukul 12:30,ia mengatakan :

“ Ketika diakses itu kita tau bahwa semua orang bisa dapat mengakses media sosial dengan mudah sehingga bisa mengakses atau mempublikasikan melalui media sosial.Kemudahan dari facebook mudah diakses tidak bayar.dan media facebook semakin banyak penggunaanya untuk masyarakat kota kupang dan banyak yang mempromosikan wisata.

Berdasarkan Hasil wawancara dari salah satu informan Eurike Adoe pada Senin 27mei 2024,pukul 13:40,ia mengatakan :

“kemudahan dari dinas pariwisata tidak sembarang posting dari admin sendiri harus memfilter baik untuk mempublikasikan maupun fadback dari masyarakat dan jawaban dari media sosial itu bisa dipertanggungjawabkan atau tidak berdampak pada hal buruk.Dinas pariwisata menggunakan media social facebook sebagai alat promosi atau sarana promosi kegiatan dinas.dan media facebook ini hanya memostingkan kegiatan-kegiatan dinas yang di laksanakan,unuk menarik pengunjung yang mau berkunjung di wisata kota kupang.dan banyak wisata dan destinasi yang mulai di adakan di tahun ini jadi aktifnya media facebook sebagai media promosi saat ini.

E. Mengapa dinas pariwisata menggunakan media social\sarana promosi

Pada bagian ini penulis menayakan tentang dinas pariwisata menggunakan media social. Pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui pendapat informan tentang dinas pariwisata mengapa menggunakan media sosial atau sarana promosi. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Eurike Adoe pada Selasa 28 mei 2024,pukul 09:30, ia mengatakan:

“ media social paling awal sebelum tiktok sasarannya bukan anak muda tetapi juga orang tua. Facebok juga gratis dan mudah untuk semua orang yang juga mendapatkan promosi pariwisata.media facebook ini di kenal sebagai media yang aktif di dinas parwisata sebelum media tiktok,dan Instagram, dan media facebook ini sangat muda berperan dalam mempromosikan semua orang menggunakan sebagai media promosi baik itu orang tua maupun anak muda. Promosi dan pemasaran desa wisata penting karena mereka membantu meningkatkan jumlah wisatawan yang dating ke desa wisata tersebut. Ini dapat memberikan manfaat ekonomi langsung kepada masyarakat setempat dan melestarikan budaya local.

4.3.2 Hasil Observasi

Observasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara langsung di lokasi penelitian yang dilakukan untuk mengetahui sesuatu dari sebuah fenomena yang disadari pada pengetahuan dan gagasan yang bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi terkait dengan suatu afenomena atau peristiwa yang sudah atau sedang terjadi di lingkungan. Dalam penelitian ini penulis akan mengamati langsung pemanfaatan facebok sebagai media promosi kegiatan instansi berkaitan dengan judul penelitian, maka penulis melakukan penelitian Dinas Pariwisata Kota Kupang selama satu minggu dari tanggal 15 - 28 mei 2024, tetapi sebelumnya penulis melakukan observasi dari tanggal 12 desember 2023 dan 8 januari 2024.

Pada bagian ini penulis melakukan observasi atau pengamatan di Dinas Pariwisata Kota Kupang. Observasi ini berkaitan dengan pemanfaatan facebook sebagai media promosi . penelitian ini dilakukan dari hari kamis 15 -28 mei 2024 terhadap keempat informan yaitu Pommy Elna Novisany Odja, Amramsius Yola, Nikolaus Boleng Ola, dan Eurike Adoe. Penulis melakukan observasi dengan cara turun langsung ke kantor,peneliti Bersama kakak setelah sampai kantor Dinas Parwisata ada dua oraang pegawai yang duduk di depan pintu gerbang masuk sambil diskusi untuk itu peneliti bersama kakak langsung ke tempat yang ditentukan pegawai ,Amramsius Yola dan Pommy odja mereka akan pergi ke POLDA untuk mengikuti rapat dalam rangka pelaksanaan kegiatan Festival Budaya yang akan diselenggarakan oleh POLDA NTT.

Pada tanggal 15 -17 mei 2024 penulis bersama kakak menuju tempat lokasi dan melakukan observasi terhadap Amramsius Yola dan Pommy odja sedang bersiap untuk mengikuti kegiatan rapat coordinator dalam rangka pelaksanaan kegiatan Festival Budaya yang akan diselenggarakan oleh POLDA NTT yang beralamat Jl. Jen.soeharto No.3, Naikoten 2, kec. Kota Raja, kota kupang. Dalam kegiatan ini peneliti juga tidak lupa mendokumentasikan dan kegiatan tersebut, Kegiatan itu yang diikuti kepala bidang dinas paririwasata dan Sebagian korrdinator diwajibkan mengikuti kegiatan itu karena kegiatan ini sangat penting.

Pada tanggal 20 - 22 mei 2024 peneliti melakukan observasi lanjut terhadap Pommy Odja, Eurike Adoe dan Amramsius Yola sedang mengikuti rapat di ruangan kepala bidang. Setelah selesai rapat peneliti langsung wawancara

langsung Bersama ketiga informan setelah selesai wawancara penulis melihat kegiatan dinas pariwisata sedang Pengambilan data Hunian dan penyerahan piagam pada industry pariwisata pada tanggal 20 dan 21 mei 2024. Pada tanggal 27 dan 28 mei 2024 penulis melakukan observasi lanjut terhadap Pommy Odja, Eurike Adoe Amramsius Yola dan Nikolaus Ola penulis menuju ke tempat lokasi penelitian untuk melanjutkan observasi yang dimana sesampai peneliti di tempat lokasi ada banyak pegawai yang sedang duduk di halaman kantor kemudian penulis masuk Bersama kaka lalu Pommy Odja, Eurike Adoe Amramsius Yola dan Nikolaus jawab pegawai bahwa Pommy Odja, Eurike Adoe Amramsius Yola dan Nikolaus itu sedang keluar ke tempat lokasi kelapa lima untuk mengambil Foto monitoring bidang Destinasi di kuliner kelapa 5, taman kalpataru, klenteng aermata, dan tugu Pancasila ke destinasi wisata kelapa lima kota kupang dan pengalungan selimut kepada kepada mantan kepala dinas parwisata kota kupang. Setelah itu penulis menuju ketempat tersebut untuk melakukan observasi .

4.3.3 Tampilan media social yang digunakan Dinas Pariwi sata Kota Kupang

Saat ini masyarakat lebih memilih mendapatkan informasi melalui media internet. Selain itu, banyak organisasi yang berupaya mengendalikan atau meningkatkan kegiatan promosi ke media internet dengan demografi komunitas yang lebih luas. Di sisi lain, media internet telah membawa beberapa manfaat bagi penggunaanya, antara lain kemudahan dan kemampuan mengaksesnya kapan saja. Dalam pengelolaan media sosial, Dinas Pariwisata Kota telah menggunakan beberapa saluran media online, antara lain sebagai berikut:

1. Facebok

Adapun akun resmi Facebook Dinas Pariwisata Kota Kupang baru saja aktif dua tahun terakhir. Akun tersebut dikelola langsung oleh tiga koordinator kepala bidang salah satunya admin facebook.

Gambar 4.3.3 Tampilan facebook Dinas Pariwisata



(sumber: facebook Dinas Pariwisata Kotkup)

4.3.4 Dokumentasi Penelitian

Penulis memaparkan beberapa foto yang di ambil pada saat selesai wawancara

Kegiatan social isasi belanja took Daring dan Launching Payment Online pada tanggal 22 mei 2024.

Gambar 4.1

Kegiatan Sosialisasi Belanja Toko Daring dan Launching Payment Online. Kegiatan tersebut di laksanakan pada tanggal 22 mei 2024.



(sumber dokumentasi peneliti)

Gambar 4.2

Rapat coordinator dalam rangka pelaksanaan Festival Budaya yang akan diselenggarakan oleh POLDA NTT pada tanggal 22 mei 2024.



(sumber dokumentasi peneliti)

Gambar 4.3



(sumber dokumentasi Dinas Pariwisata)

Kegiatan workshop tantangan dan peluang ekonomi kreatif sub sector fotografi di Era Digital. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 28 Mei 2024.

Gambar 4.4



(sumber dokumentasi Dinas Pariwisata)

Kegiatan pengembangan pasar produk Ekonomi kreatif melalui pemasaran Digital. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 18 Mei 2024.

Gambar 4.5

Pengambilan data Hunian dan penyerahan piagam pada industry pariwisata pada tanggal 20 dan 21 mei 2024



(sumber dokumentasi pribadi 2024)