



IDIK
IKATAN DOKTOR ILMU KOMUNIKASI



bitread

Komunikasi Pariwisata dalam Era Digital



Editor
Santi Susanti

**Komunikasi
Pariwisata** 4.0
dalam Era Digital

©2020

Editor:
Santi Susanti

Reviewer:
Herlina Agustin, Siti Karlinah, Betty Tresnawaty, Uwes Fathoni,
Purwanti Hadisiwi, Merry Fridha, Aceng Abdullah, Sri Seti Indriani

Desain Sampul dan Layouter:
Tim Bitread

Diterbitkan oleh:
Bitread Publishing
PT. Lontar Digital Asia
www.bitread.id

ISBN: 978-623-224-376-7
ISBN (E): 978-623-224-375-0

Surel: info@bitread.co.id
Facebook: *BitreadID*
Twitter: BITREAD_ID
Android Digital Books: BitRead

Anggota IKAPI No. 556/DKI/2018

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau
seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(*Bismillahirrahmanirrahim*)

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya yang tak terhingga, kami berhasil menyelenggarakan "Seminar Nasional Ikatan Doktor Ilmu Komunikasi (IDIK) Universitas Padjadjaran (Unpad)" dengan tema "Komunikasi Pariwisata 4.0" pada Agustus 2019. Ucapan terima kasih disampaikan kepada berbagai pihak yang telah menyokong kesuksesan kegiatan tersebut, yaitu kepada narasumber yang telah memberikan pencerahan mengenai peran penting komunikasi kebangsaan dan komunikasi pariwisata di era revolusi industri 4.0, kepada seluruh peserta yang telah berpartisipasi aktif, dan tentunya panitia yang berjuang mempersiapkan kegiatan ini, serta pihak-pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu.

Era revolusi industri 4.0 sejatinya memberikan perubahan bagi berbagai sektor kehidupan termasuk perubahan besar dalam cara berkomunikasi. Revolusi baru memantik terbuka luasnya pintu industri kreatif di mana pariwisata menjadi bagian di dalamnya. Hal ini selaras dengan program pemerintah yang menetapkan pariwisata sebagai sektor prioritas atau unggulan Indonesia versi Presiden Joko Widodo, terlebih dalam lima tahun indeks daya saing pariwisata Indonesia meningkat

cukup pesat, dari 70 besar dunia menjadi 50 besar hingga menuju ke-30 besar dunia.

Potensi untuk menyemarakkan "Wonderful Indonesia" artinya semakin terbuka luas, karena itu Sumber Daya Manusia (SDM) dengan berbagai strategi khusus menjadi faktor penting guna memajukan sektor pariwisata di tengah tantangan global yang semakin kreatif dan inovatif. Sadar bahwa para akademisi dan praktisi mempunyai minat yang besar terhadap bidang komunikasi pariwisata, maka melalui Seminar IDIK 2019 kami mengumpulkan karya-karya tulis dari akademisi dan praktisi tersebut dalam sebuah buku yang diberi judul "**Komunikasi Pariwisata dalam Era Digital 4.0**".

Dalam buku ini terdapat 13 artikel dengan tema Komunikasi Pariwisata 4.0 sebagai hasil penelitian serta pemikiran para penulis dari kalangan akademisi dan praktisi. Topik-topik bahasanya menarik dan beragam sehingga sangat direkomendasi untuk dibaca oleh siapa pun yang ingin menyelami dunia komunikasi pariwisata.

Tanpa adanya kerja sama yang solid, tentunya buku ini tidak akan hadir. Oleh karena itu, kami ucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran (Fikom Unpad) dan Ketua IDIK yang telah memberikan testimoni pada buku ini; kepada para akademisi serta praktisi yang memberikan sumbangsih pemikiran dalam sebuah karya tulis; kepada para penelaah atau *reviewer*; serta kepada panitia Seminar IDIK bidang penerbitan yang telah mengupayakan buku ini hadir bagi para pembaca.

Sangat disadari bahwa buku ini masih memiliki kekurangan dalam berbagai hal. Oleh karenanya kami sampaikan permohonan maaf. Namun, kekurangan-kekurangan tersebut akan kami perbaiki di masa mendatang

guna peningkatan kualitas. Tentunya, saran dan kritik membangun sangat kami harapkan. Akhir kata, semoga buku ini bermanfaat bagi pembaca dalam menambah wawasan di bidang komunikasi pariwisata.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Bandung, 2 November 2019

Ketua Pelaksana Seminar IDIK 2019

Dr. Desayu Eka Surya, S.Sos., M.Si.

Pengantar Ketua Umum Pengurus Pusat IDIK Unpad

Industri wisata kini menjadi salah satu sektor penyumbang devisa yang makin diandalkan di Indonesia. Sayangnya, jumlah wisatawan asing, sebagai penyumbang devisa itu, masih kalah dengan beberapa negara tetangga kita. Kondisi inilah yang menjadi kajian komunikasi pariwisata, menjadi salah satu kajian komunikasi yang kian diperlukan. Industri wisata tanah air, makin percaya, bahwa peran komunikasi di berbagai permasalahan sektor wisata ini, kini makin mereka butuhkan, untuk menjual industri wisata di tanah air ini.

Sejalan dengan semakin dibutuhkannya peran komunikasi dalam berbagai geliat sektor wisata inilah, Ikatan Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran (IDIK Unpad) menghadirkan Seminar Nasional Komunikasi, yang bertema "Komunikasi Pariwisata dalam Era Digital" pada akhir Agustus lalu di Jakarta. Melalui seminar nasional ini, para lulusan Program Doktor Ilmu Komunikasi Unpad menyumbangkan saran dan pemikiran bagi sektor pariwisata dari perspektif ilmu komunikasi.

Sebagai bagian dari idealisme dan tanggung jawab di atas, maka hasil dari seminar nasional yang lalu, kini kami hadirkan buku, yang menampilkan beberapa tulisan dari berbagai teman-teman anggota IDIK. Harapannya, buku ini menjadi sumbang saran dan pemikiran yang berguna bagi semua *stakeholder* industri wisata di tanah air, mulai dari

pemerintah, praktisi wisata atau mereka yang secara langsung dan tidak langsung bersinggungan dengan dunia wisata tanah air. Semoga niat baik ini, menjadi langkah awal untuk peran lainnya yang bisa dilakukan organisasi IDIK dan para anggotanya.

Dr. Rahmat Edi Irawan., S.Pd., M.IKom.

Pengantar Kaprodi Pariwisata Berkelanjutan Sekolah Pascasarjana Unpad

Datangnya *Era Creative* atau *Cultural Industry* dalam revolusi Industri 4.0 adalah sebuah keniscayaan yang tidak bisa dihindarkan. Karena cepat atau lambat akan menyisir hampir di seluruh sektor, terutama pariwisata. Daerah tujuan wisata atau destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrasi yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Suatu destinasi harus memiliki berbagai fasilitas kebutuhan yang diperlukan oleh wisatawan agar kunjungan seorang wisatawan dapat terpenuhi dan merasa nyaman. Berbagai kebutuhan wisatawan tersebut antara lain, fasilitas transportasi, akomodasi, biro perjalanan, atraksi (kebudayaan, rekreasi, dan hiburan), pelayanan makanan, dan barang-barang cinderamata (Gde Pitana, 2005: 101). Tersedianya berbagai fasilitas kebutuhan yang diperlukan akan membuat wisatawan merasa nyaman sehingga semakin banyak wisatawan yang berkunjung.

Terbitnya buku pariwisata ini, semoga dapat menambah khasanah kepariwisataan Indonesia untuk lebih pintar dalam menggali berbagai potensi. Jayalah IDIK dengan pemikiran-pemikiran strategisnya.

Salam Wonderful Indonesia.

Dr Evi Novianti.M.Si

Daftar Isi

KATA PENGANTAR.....	III
PENGANTAR KETUA UMUM PENGURUS IDIK UNPAD	VI
PENGANTAR KAPRODI PARIWISATA BERKELANJUTAN SEKOLAH PASCASARJANA UNPAD	VIII
DAFTAR ISI	IX
KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA BERBASIS DIGITAL Ngurah Oka Suryadinatha Gorda, I Gusti Ngurah Widya Hadi Saputra, Ni Putu Yunita Anggreswari	1
PERAN KOMUNIKASI UNTUK PEMBERDAYAAN <i>GUIDE</i> LOKAL DALAM MEMPROMOSIKAN <i>EVENT TOUR DE SIAK</i> DI KABUPATEN SIAK SRI INDRAPURA Ringgo Eldapi Yozani, Belli Nasution, Tutut Ismi Wahidar, Ikhma Zurani.....	21
PEMANFAATAN NEW MEDIA SEBAGAI STRATEGI PROMOSI WISATA SEJARAH DAN BUDAYA DI KABUPATEN SIAK Welly Wirman, Ringgo Eldapi Yozani, Tutut Ismi Wahidar, Ikhma Zurani.....	43
KEPEDULIAN DINAS PARIWISATA DALAM MEMPROMOSIKAN DAERAH WISATA DI KABUPATEN SERAM BAGIAN TIMUR Chontina Siahaan	57
MAHASISWA SEBAGAI KONTRIBUTOR PENGEMBANGAN PARIWISATA GORONTALO Meria Octavianti, Mohamad Reza	81

KEPEDULIAN DINAS PARIWISATA DALAM MEMPROMOSIKAN DAERAH WISATA

DI KABUPATEN SERAM BAGIAN TIMUR

Chontina Siahaan

Program Studi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Kristen Indonesia

Chontinasiahaan58@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali dan mendeskripsikan bagaimana kepedulian Dinas Pariwisata dalam mempromosikan tempat-tempat wisata dan media apa yang digunakan dalam melakukan promosi di Kabupaten Seram Bagian Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Pendekatan penelitian adalah studi kasus. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori AIDA. Hasil kajian penelitian bahwa Dinas Pariwisata sudah mempromosikan daerah-daerah wisata meski pun masih ada kekurangan di bidang sarana dan prasarana seperti, fasilitas yang tersedia di tempat wisata, penyediaan transportasi ke tempat wisata, ketersediaan tempat penginapan, ketersediaan tempat kuliner, penggunaan media digital untuk promosi, keterbatasan sumber daya manusia yang mengelola, yang bisa menjadi kendala dalam mendatangkan wisatawan. Simpulan bahwa ketersediaan sarana dan prasarana masih belum maksimal dan juga penggunaan media sosial yang sangat terbatas mempromosikan daerah-daerah wisata, berdampak kepada minimnya kunjungan wisatawan. Saran agar Dinas Pariwisata membenahi ketersediaan sarana dan prasarana dan juga dapat menggunakan media sosial untuk promosi seperti: facebook, instagram, twitter dll yang sifatnya mudah diketahui oleh para wisatawan. Perlu ada kebijakan baru Dinas Pariwisata jika menerima PNS dari bidang pendidikan yang dapat mengelola pariwisata dengan baik dan mahir menggunakan media sosial untuk mempromosikan tempat-tempat wisata. Diupayakan ada kerjasama dengan Menteri Pariwisata dalam mengelola media sosial yang membuat template promosi sehingga daerah hanya mengisi contentnya saja.

Kata kunci: kepedulian, Dinas Pariwisata, promosi, wisata.

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak memiliki daerah-daerah wisata seperti daerah wisata Bali yang sangat terkenal di manca negara, Danau Toba, Raja Ampat, dan masih banyak daerah wisata yang indah-indah tetapi masih belum terekspose termasuk daerah wisata di Kabupaten Seram Bagian Timur.

Menurut data yang diperoleh dari profil kementerian pariwisata, potensi yang dimiliki Indonesia antara lain, sumber daya alam yang sangat besar salah satunya adalah kekayaan laut, serta beragam flora dan fauna yang tersebar diberbagai laut Indonesia. Berikut ini merupakan data kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2016-2018, pada tahun 2016 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia sebanyak (814.303) sedangkan pada tahun 2017 berjumlah (1.107.968) dan pada tahun 2018 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia sebanyak (1.100.677). Sumber : [Statistik Profil Kementerian Pariwisata]. Wisatawan adalah setiap orang yang mengunjungi negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya, untuk berbagai tujuan, tetapi bukan untuk mencari pekerjaan atau penghidupan dari negara yang dikunjungi. (Sarhini.2010:111).

Kekayaan negara Indonesia, selain kekayaan di bidang laut, daerah wisata, juga dapat dilihat dari keberagaman budaya, suku bangsa, ras, bahasa, agama, dan merupakan negara dengan potensi kekayaan alam yang luar biasa, meski pun masih ada daerah-daerah tertentu di Indonesia yang kekayaan alamnya belum terkenal baik di mata wisatawan lokal maupun internasional. Salah satunya adalah Kabupaten Seram Bagian Timur. Kabupaten ini terletak di Pulau Seram (Maluku), dan Kabupaten Seram Bagian Timur yang baru dimekarkan dari Kabupaten Maluku Tengah pada November 2003. (<http://www.serambagiantimurkab.go.id/hal-profil-daerah.html>)

Penelitian ini membahas tentang daerah-daerah wisata yang indah dan mempesona di Kabupaten Seram bagian Timur akan tetapi belum banyak wisatawan yang mengetahui daerah-daerah wisata ini pada hal, pemandangannya tidak kalah indah dengan tempat wisata lainnya yang sudah terkenal di tempat lain. Ketidak terkenalan daerah wisata ini tidak terlepas dari kepedulian Pemerintah setempat khususnya Dinas Pariwisata untuk melakukan promosi baik melalui brosur, pamflet, iklan maupun melalui media sosial seperti instagram, facebook, dan lain-lain media digital. Keterbatasan informasi dan penggunaan media sosial, menjadi salah satu kendala dalam mempromosikan daerah-daerah wisata ini termasuk ketersediaan sumber daya manusia yang mengelola daerah-daerah wisata di Kabupaten Seram Bagian Timur. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2019 di Kabupaten Seram Bagian Timur yang berkaitan dengan daerah wisata seperti: Danau Sole, Pulau Koon, Gumumae Beach, Pulau Geser dan Karang Bais.

Keinginan masyarakat untuk melakukan wisata sudah menjadi bagian esensial dalam kehidupan sehari-hari. Wisata biasa dilakukan sebagai bentuk pemuasan diri atau sekedar menghabiskan waktu

luang. Pariwisata adalah perjalanan atau bepergian secara rekreasi atau untuk tujuan penelitian dan bukan untuk kepentingan mendapatkan uang, bekerja atau menetap baru. (Jurnal Kajian Komunikasi, vol 6, Juni 2018)

Keunikan daerah wisata ini karena airnya asin, disebut surga wisata bahari yang eksotis. Dilintasi hiu secara bergerombol bahkan bisa dipanggil hiu merapat ke pantai. Selain itu sangat bagus untuk *snorkling dan diving*. Keunikan lainnya, ada daerah wisata yang tidak berpenghuni akan tetapi sangat indah menjadi tempat wisata bahkan ada daerah wisata yang jika pasang naik, justru tenggelam. Keunikan ini justru yang perlu diangkat dan dipromosikan agar Dinas Pariwisata memikirkan cara untuk menjadikan tempat wisata ini menjadi tempat yang unik bagi wisatawan karena ada musin yang ditentukan untuk berkunjung ke tempat wisata dimaksud. Misalnya, tempat wisata Karang Bais yang tenggelam jika pasang naik. Ini lah yang perlu diteliti bagaimana kepedulian Dinas Pariwisata membuat keterbatasan ini menjadi satu peluang yang sangat menjanjikan untuk pendapatan daerah. Peneliti ingin memunculkan beberapa daerah wisata yang meskipun tidak berpenghuni, tetapi karena keindahan alamnya, layak untuk dipromosikan dan justru dengan promosi yang dilakukan, barangkali investor akan tertarik untuk menanam modal di pulau yang tidak berpenghuni menjadi tempat wisata yang sangat menarik di Indonesia khususnya. Di samping itu, keunikan penelitian ini adalah mengangkat keindahan alam dan juga keramahan masyarakatnya.

Dalam upaya untuk mempromosikan daerah wisata, diperlukan komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan dalam promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata. Salah satu cara untuk mencapai Teori yang efektif adalah dengan menggunakan teori AIDA. Kotler dan Amstrong mengemukakan teori AIDA bahwa daya tarik (*attention*) harus mempunyai tiga sifat: pertama harus bermakna (*meaningful*), membuat produk lebih diinginkan atau lebih menarik bagi konsumen. Kedua pesan harus dapat dipercaya (*believable*), Ketiga *distinctive*, bahwa pesan iklan lebih baik dibanding iklan pesaing (Philip Kotler, 2001). *Interest* adalah daya tarik di mana seorang pemasar haruslah memikirkan sebuah media informasi agar dapat mengandung minat bagi calon pelanggan atau konsumen dalam hal ini adalah minat para wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata yang dipromosikan. *Desire* atau keinginan untuk mencoba atau memiliki. dalam hal ini pemasar harus pintar membaca target atau konsumen. *Action* sudah mengarah kepada tindakan untuk memiliki. Dalam tahapan ini sudah menjelaskan langkah apa yang dilakukan oleh seseorang yang dalam hal ini adalah wisatawan.

Tabel 1 Model AIDA

Tahap	Sasaran
Attention (perhatian)	Menunjukkan manfaat nyata atau nilai tertentu guna mendapatkan perhatian sasaran

	komunikasi
Interest (minat)	Membangun perhatian sasara melalui penjelasan lanjutan tentang manfaat tersebut secara logik dan emosional
Desire (keinginan)	Membangun keinginan dengan memberikan perincian pendukung tambahan dan menjawab pertanyaan potensial
Action (tindakan)	Memotivasi untuk melakukan langkah berikutnya melalui closing dengan kegiatan yang menarik untuk melakukan tindakan

Sumber: Jurnal Kajian Komunikasi, Vol. 6 hal 82

Perumusan masalah

Keindahan alam di daerah-daerah perlu diangkat menjadi *other income* buat pemerintah selain pendapatan rutin seperti dari pertanian, peternakan dan perikanan. Meskipun pada praktiknya sektor swasta yang memberikan layanan langsung kepada wisatawan, pemerintah setempat bersama penyedia produk dan layanan pariwisata dapat bekerja sama dalam sejumlah bidang guna membangun awareness dan mendukung Kabupaten Seram Bagian Timur sebagai destinasi wisata yang menarik. Oleh karena itu, suatu keberuntungan bagi daerah yang memiliki daerah wisata yang dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan. Dengan demikian, Dinas Pariwisata harus jeli melihat dan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia untuk kepentingan banyak orang dan mensejahterakan masyarakat di daerah. Potensi yang ada harus diberdayakan oleh karena itu, yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: bagaimana kepedulian Dinas Pariwisata dalam mempromosikan tempat wisata di Kabupaten Seram Bagian Timur.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menggali dan mendeskripsikan bagaimana kepedulian Dinas Pariwisata dalam mempromosikan tempat-tempat wisata dan media apa yang digunakan dalam mempromosikan tempat-tempat wisata tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Guba dan Lincoln (dalam Denzim dan Lincoln, 1994, 107) mengatakan bahwa kata kualitatif menunjukkan penekanan pada kualitas suatu entitas serta pada proses dan makna yang kuantitasnya (jumlah, intensitas, atau frekuensinya) tidak dapat diuji atau diukur secara eksperimental. Tujuan penelitian kualitatif pada umumnya mencakup informasi tentang fenomena utama yang dieksplorasi dalam penelitian, partisipan penelitian, dan lokasi penelitian. (Creswell, 2012: 167)

Paradigma penelitian yang digunakan adalah konstruktivism. Secara ontologis paradigma konstruktivism menyatakan bahwa realitas itu ada di dalam bentuk konstruksi mental yang bermacam-macam, berdasarkan pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik, tergantung pada orang yang melakukannya. Secara epistemologi, pemahaman tentang suatu realitas merupakan suatu produk interaksi antara peneliti dengan yang diteliti. Sedangkan secara aksiologi menganggap bahwa nilai, etika, dan pilihan moral merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam suatu penelitian.

Pendekatan penelitian ini adalah Studi kasus karena cenderung menghasilkan penjelasan atau interpretasi yang kompleks dalam bentuk plot yang berkembang atau cerita narasi mengenai orang atau peristiwa tertentu. (Neuman,2013:200)

Penelitian ini menggunakan informan yang menguasai permasalahan, memiliki data dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat. Informan harus memenuhi syarat yang ditentukan sebelumnya. Yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Pariwisata sebagai *key* informan (Informan Utama). Kepala bidang pemasaran sebagai Informan Pendukung (IP.1). Kepala Seksi Promosi Wisata sebagai informan pendukung (IP.2) yang dapat memberikan informasi tentang bagaimana kepedulian Dinas Pariwisata dalam mempromosikan daerah wisata di Kabupaten Seram Bagian Timur. Wawancara dilakukan setelah selesai lebaran tanggal 7 Juni 2019.

Metode pengumpulan data menggunakan wawancara yang dilakukan pada penelitian ini sebagaimana yang dikemukakan Lincoln dan Guba (1985,268) bertujuan antara lain untuk mengkonstruksikan mengenai orang lain, kejadian, aktivitas, kegiatan, perasaan, motivasi, tuntutan, dan kepedulian yang digunakan sebagai data primer. sedangkan data sekunder adalah menggunakan dokumentasi yang ada di Pemertintah Daerah Kabupaten Seram Bagian Timur dan jurnal serta buku-buku pustaka. Observasi dilakukan agar peneliti dapat mengetahui secara maksimal motif nara sumber,kepercayaan, perhatian, kebiasaan dan sebagainya dengan melakukan observasi.(Guba (1985,273)

Teknik analisa data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan..Huberman dan Miles menugutip pendapat Denzim dan Lincoln(1994,428).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberadaan Daerah Wisata di Kabupaten Seram Bagian Timur

Menurut Chanin, et al (2015) bahwa industri pariwisata merupakan industri yang besar dan dipandang sebagai sektor yang mempercepat pertumbuhan ekonomi. Dampak dan kesuksesan industri pariwisata adalah mampu meningkatkan kunjungan turis, pendapatan pemerintah, dan dapat bermanfaat bagi masyarakat setempat sebagai ladang pekerjaan. (Jurnal Kajian Komunikasi Vol. 6 Nomor 1 hal 81, Juni 2018)

Kabupaten Seram Bagian Timur memiliki beberapa destinasi wisata bahari yang indah dan asri di antaranya, **pertama**, Danau Sole yang berada di Desa Amarsekaru (Pulau Gorong) merupakan danau air asin yang berada di Dusun Arwouw, Kecamatan Pulau Gorom. Objek wisata Danau Sole juga menjanjikan surga wisata bahari yang eksotis. Danau ini pernah dikunjungi vokalis the Rolling Stone Mick Jagger dalam sebuah pelayaran wisata pada akhir tahun 70-an (<http://rri.co.id/post/berita/349174/hiburan>).

Danau Sole sering dikatakan sebagai salah satu danau air laut terunik dan sangat eksotik. Airnya jernih dan tenang, sehingga sangat cocok untuk berenang, memancing, maupun untuk menikmati pemandangan bawah laut dengan melakukan *snorkeling* dan *diving*. Danau Sole merupakan tempat berkumpulnya beragam biota laut, berbagai jenis terumbu karang yang indah dan ratusan jenis ikan. Selain bentuk yang unik dengan air yang jernih kehijauan. Letaknya yang tersembunyi dalam hutan tropis, menghadirkan sensasi wisata yang menggairahkan. Belum lagi perairan di sekitar danau ini menjadi daerah lintasan gerombolan ikan-ikan hiu yang dapat dilihat dari atas, ikan-ikan hiu ini menurut informasi dapat diajak merapat ke pesisir pantai untuk diberi makan karena masyarakat lokal memiliki pengetahuan tentang cara menarik perhatian ikan hiu untuk mendekat ke pesisir memasuki Danau Sole. Wisatawan yang ingin masuk membayar tiket dengan harga Rp.5000/orang. (<http://dprd-serambagiantimur.go.id/wisata-unggulan/>)



Gambar 1 pemandangan Danau Sole

Sumber: Refeensi (2019)

Kedua, Pulau Koon adalah pulau kecil berpasir putih yang tidak berpenghuni. Pulau ini masuk dalam wilayah kekuasaan Negeri Kataloka yang sukses mengunci kemenangan Sultan Tidore atau Sultan Nuku melawan Belanda. Pada masa dulu, Kota Ratu Kataloka dan beberapa kerajaan kecil di Kepulauan Gorom berada dalam wilayah kekuasaan Kesultanan Tidore. Sebagai daerah kepulauan yang didominasi pulau-pulau kecil, perairan Kepulauan Gorom memang menyimpan sumber daya laut yang menjanjikan kesejahteraan masyarakat pesisir. Hal itu diperkuat dengan hasil penelitian WWF (*World Wildlife Fund*) yang menemukan tempat perkembangbiakan ikan terbesar dan terbaik di Kawasan Timur Indonesia, yakni di Perairan Pulau Koon. (http://rri.co.id/postS/berita/349174/hiburan/inilah_koon_surga)



Gambar 2 pemandangan Pulau Koon:

Sumber: referensi (2019)

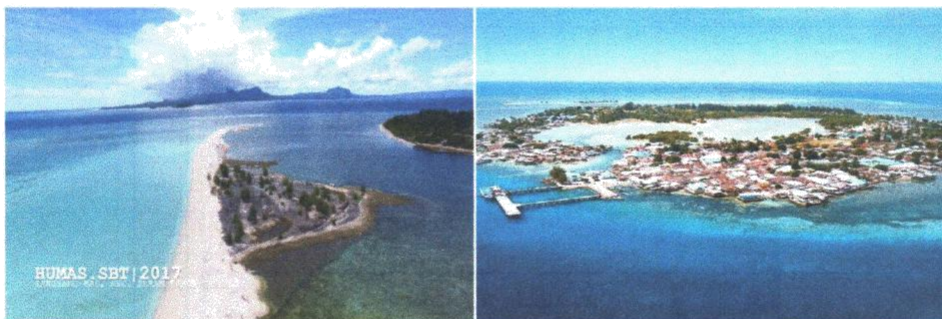
Ketiga, *Gumumae Beach* merupakan salah satu pantai yang terletak di Desa Sesar, Kecamatan Bula Ibu Kota Kabupaten SBT. Untuk bisa menikmati pesona Pantai *Gumumae*, para pengunjung akan disambut gerbang bertuliskan “*Welcom to Gumamae Beach*” dan kemudian menyusuri jalan beraspal sepanjang 1,4 kilometer, dari jalan raya Kota Bula ke arah timur laut. *Gumumae* adalah bahasa setempat, yang dalam bahasa Indonesia berarti “Mari Berkumpul”. Pantai yang memiliki luas sekitar 30 hektar dan ditumbuhi lebih dari 2.000 pohon cemara, kini menjadi wisata pantai favorit masyarakat setempat. Wisatawan domestik yang berkunjung ke sini biasanya menikmati ikan bakar hasil tangkapan sendiri dengan jaring yang disewa dari penduduk setempat. (<http://www.serambagiantimurkab.go.id/berita-ini-dia-6-destinasi-wisata-di-seram-bagian-timur.html>)



Gambar 3 pemandangan *Gumumae Beach* :

Sumber: Referensi (2019)

Keempat, Pulau Geser merupakan pulau yang sejak zaman dahulu dijadikan sebagai pusat perdagangan rempah-rempah, dikelilingi laut yang jernih dan eksotis dengan pasir putih yang terhampar luas. Pulau ini terletak di sebelah timur Kota Bula SBT dikelilingi laut dan pulau-pulau kecil yang menyejukkan mata. Pulau Geser juga disebut-sebut Singapura kecil dan Maldivesnya Indonesia oleh sebagian masyarakat. Pulau Geser memiliki lingkungan alam yang asri, di kawasan laut sekitar pulau ini juga memiliki potensi bawah laut yang eksotik. Melalui aktifitas *snorkling* dan *diving*, wisatawan akan menikmati semua pesona alam bawah laut yang indah. Salah satu keunikan dari pulau ini adalah tidak memiliki puncak maupun pegunungan di sekitarnya, dan bentuknya yang bulat dan dikelilingi oleh air laut yang jernih dan juga pasir putih. <http://www.serambagiantimurkab.go.id/berita-ini-dia-6-destinasi-wisata-di-seram-bagian-timur.html>

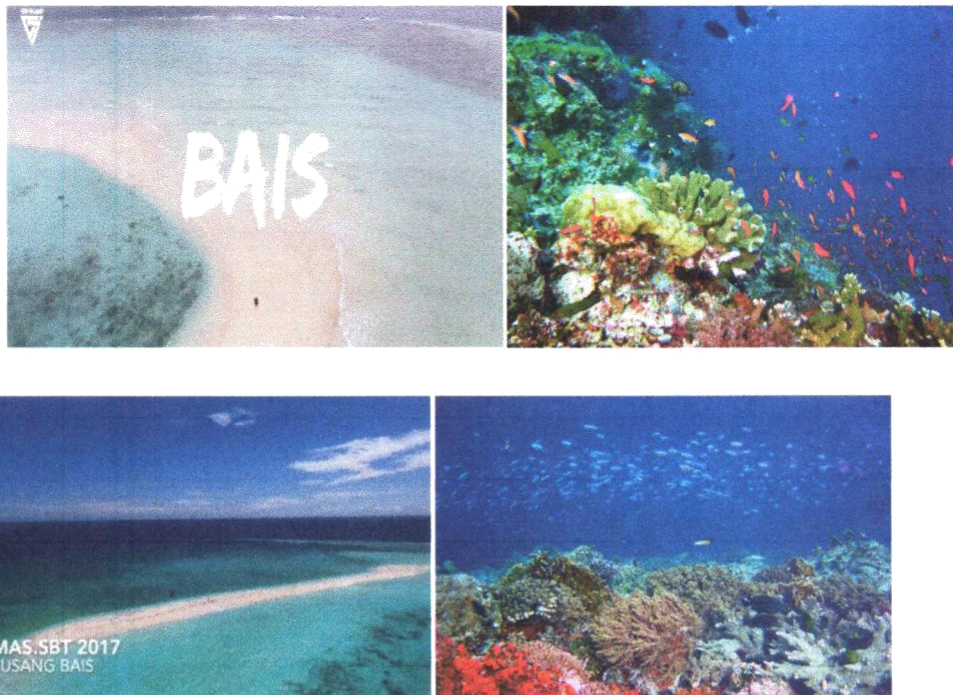




Gambar 4 pemandangan Pulau Geser :

Sumber: Referensi (2019)

Kelima,Karang Bais adalah pulau yang unik. Pulau ini kosong tanpa pohon dan penghuni,ketika air laut pasang pulau ini tak akan terlihat karena tertutup air. Jika wisatawan ingin menikmati keindahan pasir putih maka harus menunggu air surut agar bisa berdiri di atas pulau yang memiliki pasir putih yang indah.Masyarakat Bula menyebut pulau ini sebagai Pulau Sejuta Pesona,karena pesonanya terletak pada keindahan potensi bawah laut, mulai dari hamparan beragam bentuk terumbu karang, ratusan jenis ikan berbagai bentuk, ukuran dan warna. Pulau Karang Bais, dapat dijangkau dengan menggunakan Speed Boat dari pantai Bula hanya dalam tempo 30 menit.<http://www.serambagiantimurkab.go.id/berita-ini-dia-6-destinasi-wisata-di-seram-bagian-timur.html>



Gambar 5 pemandangan Tanusang Karang Bais :

Sumber: Referensi (2019)

Pengelolaan Dinas Pariwisata tentang Sarana dan Prasarana

Hasil wawancara yang dilakukan oleh tenaga peneliti di lapangan, Saudara Rosita, mengemukakan bahwa berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan, dapat dikemukakan hal-hal sebagai berikut. Salah satu fasilitas yang diperlukan di tempat wisata adalah kelengkapan sarana dan prasarana untuk menarik wisatawan datang ke tempat-tempat wisata. Meski pun jauh dan sulit dijangkau, tetapi jika sarana dan prasarana lengkap tentu akan mengundang keinginan wisatawan berkunjung. Kelengkapan sarana dan prasarana adalah sebagaimana dikemukakan oleh informan pendukung (IP.1) sebagai berikut:**"sarana dan prasarana yang cukup memadai seperti pemasangan gajebo, taman, perparkiran, toilet, kamar mandi. Untuk penginapan masih menggunakan *home stay* yang disediakan masyarakat. Sedangkan untuk transportasi seperti speed belum tersedia untuk mengantar wisatawan dari satu tempat wisata ke tempat wisata lainnya. Untuk ini masih dikomunikasikan dengan Dinas Pariwisata.**

Dari penjelasan informan diketahui bahwa sarana dan prasarana sangat minim sekali terlihat dari ketersediaan sarana dan prasarana yang idealnya dibutuhkan wisatawan. Transportasi menjadi sarana paling penting yang harus disediakan bagi wisatawan tetapi justru itu yang belum memadai. Keengganan wisatawan datang bisa saja karena ketiadaan kelengkapan transportasi ini.

Terkait transportasi dari Ambon ke Bula, sudah ada satu pesawat tetapi baru satu sedangkan Kabupaten Seram Bagian Timur mempunyai tempat wisata 4 lagi jadi masih sangat kurang. Selain pesawat, pemerintah daerah juga mengusahakan agar ada bandara di kepulauan Gorom. Meski demikian implementasinya di masyarakat bukan sesuatu hal yang mudah, karena sifat dasar manusia memiliki ekspektasi tinggi terhadap inovasi, peraturan, norma-norma baru yang ada di masyarakat. Meskipun direncanakan penambahan fasilitas, tidak dengan serta merta dapat digunakan. (Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika, 2016).

Dari hasil temuan di atas dapat diketahui bahwa kemampuan untuk mengelola sarana dan prasarana di tempat-tempat wisata masih relatif sangat sederhana bisa saja karena kurang mampu mengelola dari sumber daya manusia, akan tetapi bisa juga kekurangan dana pengelolaan. Jika dikaitkan dengan teori AIDA, dengan sarana dan prasarana yang ada para wisatawan masih belum tertarik mengunjungi tempat-tempat wisata karena apa yang dipromosikan masih kurang menarik perhatian para wisatawan.

Promosi yang Dilakukan Dinas Pariwisata

Promosi merupakan salah satu cara dalam memperkenalkan daerah wisata di Kabupaten Seram Bagian Timur dan diharapkan jika iklan tentang keindahan alam tempat wisata sering dimunculkan, akan menimbulkan ketertarikan bagi para wisatawan dan akan melakukan wisata ke tempat-tempat yang bagus sebagaimana dijelaskan oleh Informan Utama (IU) bahwa:....**yang dipromosikan adalah keindahan alam dari setiap tempat wisata dan di samping itu adalah keramahan dari masyarakat setempat. Meskipun belum maksimal karena keterbatasan transportasi , misalnya belum menggunakan pesawat dari satu tempat wisata ke tempat wisata lainnya tetapi baru menggunakan kapal laut. Hal ini perlu mendapat perhatian khusus dari Pemda setempat. Belum ada kerjasama.**

Demikian juga penjelasan dari informan pendukung (IP.1) yang memaparkan bahwa kerjasama dengan pihak Dinas Pariwisata belum resmi. Wisatawan asing yang pesiar ke Pulau Koon menggunakan kapal pinisi. **Tempat penginapan masih menggunakan *home stay* yang**

disediakan masyarakat. Yang dipromosikan juga tentang keindahan alam, kuliner khas daerah dan keramahan masyarakatnya.

Berbicara mengenai promosi, Dinas Pariwisata turut serta melakukan promosi sebagaimana yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan juga Bagian Pemasaran. Promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata adalah promosi personal lewat media sebagaimana dijelaskan oleh informan pendukung sebagai berikut:

....”untuk promosi destinasi wisata yang ada di Seram Bagian Timur promosi dilakukan lewat facebook. Yang dipromosikan adalah destinasi wisata di antaranya, Gumumae, Danau Sole, Pulau Koon dan Pulau Bais.. Untuk masyarakat yang tinggal di tempat-tempat wisata sudah mengetahui ada promosi yang dilakukan oleh pemerintah di daerah mereka karena sudah dari dulu ada tempat wisata tersebut. Kalau mau terperinci promosinya seharusnya melalui facebook misalnya. Yang dipromosikan juga tentang kemungkinan berkunjung ke Seram Bagian Timur bisa lewat laut, darat, udara. Tempat-tempat destinasi sedangkan biaya akomodasi, belum dipromosikan karena keterbatasan tempat.

Promosi yang juga sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata antara lain, **membuat fasilitas yang cukup baik di berbagai destinasi wisata bahari seperti; petunjuk arah, tempat pembelian karcis, tempat sampah, tempat parkir, toilet, tempat kuliner khas daerah Maluku, tempat santai atau masyarakat setempat menyebut dengan (*gajebo*), tempat santai tersebut dibuat agar para wisatawan bisa santai sambil menikmati keindahan laut di Kabupaten Seram Bagina Timur.**

Dengan demikian dapat dipahami bahwa promosi yang sudah dilakukan masih sangat terbatas perlu peningkatan dan kelengkapan sarana dan prasarana yang perlu dipikirkan oleh Dinas Pariwisata di Kabupaten Bagian Tmur.

Bentuk kerjasama dengan pihak swasta juga sudah dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Seram Bagian Timur seperti dijelaskan melalui hasil wawancara dengan informan pendukung berikut:

....”memang ada kerjasama dengan pihak lain seperti menyediakan beberapa hotel dan penginapan di beberapa pulau kecil misalnya, di Koon dan Danau Sole di sana masih tersedia rumah warga yang dijadikan sebagai *home stay* agar wisatawan baik domestik atau mancanegara dapat beristirahat dengan nyaman. Warga yang berdomisili di sekitaran pulau sangat ramah terhadap wisatawan yang sedang berkunjung, malah mereka sangat senang apabila ada tamu yang berkenjung ke tempat mereka.

Kerja sama ini sangat diperlukan oleh karena bidang pariwisata merupakan bidang multisektoral yang berarti pariwisata tidak dapat berjalan sendiri tanpa didukung oleh sektor-sektor lain, seperti dalam hal menentukan dan mendapatkan anggaran, membuat jalan, atau merencanakan pembangunan kawasan wisata, maka sektor pariwisata perlu berkoordinasi dan berkomunikasi dengan sektor terkait seperti pekerjaan umum, lingkungan hidup, pendidikan, kehutanan dan lain-lain. (Majalah Ilmiah Semi Populer Vol 12 No, 1 Juni 2016)

Menurut hasil pengamatan penulis ketika berkunjung ke tempat-tempat wisata tersebut, Dinas Pariwisata belum menggunakan perkembangan teknologi media sosial untuk mempromosikan tempat-tempat wisata seperti Instagram, Twitter, Facebook. Dinas Pariwisata lebih menggunakan majalah, pamflet, brosur, koran, dan TV, untuk melakukan promosi namun Peneliti tidak melihat penempatan majalah, pamflet, brosur, koran, di berbagai hotel, penginapan dan *home stay* padahal jika

disebarkan di berbagai tempat penginapan dan hotel, pasti informasi penting tentang tempat-tempat wisata dapat diketahui oleh wisatawan.

Interprestasi data, jika dikaitkan dengan teori AIDA, ketertarikan para wisatawan karena sering-sering dipromosikan melalui media bisa menarik perhatian. Promosi yang masih minim dilakukan tentang tempat-tempat wisata, berdampak kepada kurangnya rasa ketertarikan untuk mengunjungi daerah wisata.

Kendala di daerah Pariwisata

Di daerah pariwisata ini, yang menjadi kendala adalah akses transportasi yang masih kurang mendukung. Pengakuan ini dapat kita peroleh dari hasil wawancara dengan informan pendukung sebagai berikut: **...”terkait dengan kendala transportasi yang dirasakan, dapat dilihat dari beberapa contoh. Misalnya, sampai saat ini di Kabupaten Seram Bagian Timur hanya memiliki satu buah pesawat terbang yang berukuran kecil untuk akses udara dari Ambon Ibu Kota Provinsi Maluku ke Bula Ibu Kota Kabupaten Seram Bagian Timur, yang memakan waktu kurang lebih 1 jam dan beberapa kapal laut yang memiliki jadwal operasi dua sampai dengan tiga kali dalam seminggu tujuan Ambon ke Bula dengan lama perjalanan satu hari satu malam. Akses yang tersedia setiap hari adalah mobil rental dan juga Bus yang memakan waktu kurang lebih 12 jam dan medan yang dilewati cukup ekstrim karena melewati pegunungan yang kiri dan kanan jalan terdapat jurang yang cukup dalam.**

Demikian juga alat transportasi dari pemerintah Kabupaten Seram Bagian Timur untuk perjalanan dari Ibu Kota Kabupaten Seram Bagian Timur (Bula), menuju ke berbagai destinasi wisata yang tersebar di berbagai pulau. Dinas Pariwisata tidak memiliki speedboat khusus, untuk mengantar wisatawan agar dapat mengunjungi dari pulau ke pulau yang terletak di Kabupaten Seram Bagian Timur. Demikian juga keterbatasan fasilitas pendukung di obyek wisata. Misalnya, kurangnya penjaga keamanan di beberapa obyek wisata, tidak ada *tour guide*, kurangnya wahana permainan seperti; *banana boat*, *Flying Board*, *Flying fish*, *Jetski*. Untuk itu perlu adanya suatu langkah nyata dalam menjalin hubungan yang saling pengertian dan kepercayaan dengan berbagai pihak. Untuk mengelola destinasi wisata yang ada di daerah agar dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Seram Bagian Timur.

Kendala yang lain selain kesulitan dan keterbatasan, menurut Informan Utama: **...” ada juga regulasi yang membatasi ruang gerak seperti regulasi yang menempatkan anggaran pariwisata bukan merupakan kewajiban tetapi pilihan. Oleh karena itu, dari segi penggunaan anggaran sangat dibatasi. Misalnya, di Gumumae, jika ingin membuka akses jalan, harus ada campur tangan dari Dinas PU. Demikian juga jika membuka akses internet, harus dari Dinas Infokom demikian juga untuk Puskesmas harus ada akses dari Dinas Kesehatan...”** Destinasi wisata belum dikelola dan diperhatikan dengan baik. Masih kurang kerjasama Dinas Pariwisata dengan pihak swasta dalam mengelola destinasi wisata

Penggunaan Media Promosi

Dalam era media digital sekarang ini atau disebut era milenial, informasi yang akan disampaikan tentang tempat-tempat wisata dan fasilitas yang ada, akan sangat efektif dan cepat terdistribusi jika sudah menggunakan media sosial, misalnya, instagram, twitter, line dan lain-lain. Informan penunjang mengungkapkan tentang media yang digunakan dalam mempromosikan tempat-tempat wisata sebagai berikut: **...” media yang kita pakai saat ini di Kabupaten Seram Bagian Timur khusus untuk Dinas Pariwisata, sementara ini masih menggunakan media komunikasi**

seperti baliho, liflet, kemudian media sosial seperti facebook tapi itu tidak resmi karena digunakan personal ketika mereka berada di destinasi wisata. Kemaren itu kita membuat website namun masih terbatas dan terbentur juga dengan komunikasi kita dengan Telkom kemudian kendala tentang jaringan internet masih menunggu konfirmasi dari Telkom..

Penggunaan media massa sangat penting dalam era digital sekarang karena media sosial menjadi alat untuk mempromosikan tempat-tempat wisata dengan cepat. Media bisa menjadi subjek dalam menafsirkan dan memberi definisi sendiri terhadap suatu realitas untuk disebarkan pada khalayak. Dalam studi media terdapat tiga pendekatan untuk menjelaskan media Sudibyo, 2005 (dalam jurnal Communication, 2015) yaitu pendekatan ekonomi media, pendekatan organisasi dan pendekatan kulturalis.

Interpretasi data tentang media yang digunakan untuk mempromosikan tempat wisata bisa saja tidak terjadi *action* karena media yang digunakan sangat minim bahkan menggunakan facebook pribadi yang berakibat sangat terbatas informasi yang diperoleh tentang kelengkapan fasilitas, sarana dan prasarana di tempat wisata. Berdasarkan teori AIDA, promosi yang dilakukan secara terus menerus tentang iklan tempat wisata yang indah dan bagus lengkap dengan sarana dan prasarana yang tersedia, dapat menarik perhatian wisatawan yang kemudian akan memutuskan datang dan mengunjungi tempat wisata di Kabupaten Seram Bagian Timur.

SIMPULAN

Kepedulian Dinas Pariwisata dalam mempromosikan tempat wisata di kabupaten Seram Bagian Timur, ditunjukkan dengan melakukan beberapa aktifitas antara lain melakukan promosi tentang keindahan tempat-tempat wisata dan keramahan masyarakatnya di antaranya, membuat fasilitas yang cukup baik di berbagai destinasi wisata bahari seperti; petunjuk arah, tempat pembelian karcis, tempat sampah, tempat parkir, toilet, tempat kuliner khas daerah Maluku, tempat santai atau masyarakat setempat menyebut dengan (*gajebo*) Untuk penginapan masih menggunakan *home stay* yang disediakan masyarakat. Kendala yang ditemukan tentang transportasi, misalnya, sampai saat ini di Kabupaten Seram Bagian Timur hanya memiliki satu buah Pesawat Terbang yang berukuran kecil untuk akses udara dari Ambon Ibu Kota Provinsi Maluku ke Bula Ibu Kota Kabupaten Seram Bagian Timur, yang memakan waktu kurang lebih 1 jam dan beberapa kapal laut yang memiliki jadwal operasi dua sampai dengan tiga kali dalam seminggu tujuan Ambon ke Bula dengan lama perjalanan satu hari satu malam. Media promosi yang digunakan masih berbentuk baliho, pamflet, brosur sedangkan promosi melalui media sosial, menggunakan facebook milik pribadi. Dibutuhkan sumber daya manusia yang mampu mengelola bidang pariwisata dan tenaga PNS yang mampu mengelola media sosial seperti facebook, twitter, instagram dan lain-lain di bidang pariwisata. Disarankan agar pemerintah daerah membuat kebijakan untuk melakukan kerjasama dengan bidang terkait dan menempatkan PNS yang memiliki kemampuan mengelola bidang pariwisata dan makhir menggunakan media sosial. Disarankan agar Pemerintah daerah bisa bekerjasama dengan Menteri Pariwisata dalam mengelola media sosial di mana template sudah disediakan Menteri Pariwisata sedangkan *content* diisi oleh pemerintah daerah.

Daftar pustaka

- Cresswell John. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Denzim, Norman K. Dan Lincoln, Yvonna S (eds). (1994). *Handbook of Qualitative Lincoln*, Yvonna S. Dan Guba, Egon G. 1985. *Naturalistic Inquiry*. London: SAGE Publication
- Guba, Egon G & Yvonna S. Lincoln. (1985) *Naturalistic Inquiry*. California: Sage.
- Lowe Brett Wllian, (1993). *Seri Menggunakan dan Meningkatkan Periklanan yang Efektif. (CleverAvertising)*. Jakarta: PT Elex media Komputindo Kelompok Gramedia
- Neuman W. Lawrance. (2013). *Metodologi Penelitian sosial: Pendekatan Kualitatif . dan Kuantitatif*, Edisi 7. Jakarta: PT Indeks.
- Sarbini Mbah Ben (2010). *Paradigma Baru Ilmu Pariwisata* (kajian Filsafat Pariwisata). Yogyakarta: Re-Kreasi
- Spillane. J. James (1987). *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Jurnal:

Communication (2015) ISSN-2086-5708 Vol 6 No. 1

Communique, (2004). Vol 1 No. 1, Juli 2004, (62-64).

Jurnal Kajian Komunikasi. (2018) E-ISSN: 2477-5606, Vol 6 No. 1, (82)

Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika, (2016) ISSN 2087-0132 Vol 7 No. 2

Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa, (2016) ISSN-1858-4411, Vol 1 No.

[\(http://dprd-serambagiantimur.go.id/category/wisata-unggulan/\)](http://dprd-serambagiantimur.go.id/category/wisata-unggulan/)

<http://www.serambagiantimurkab.go.id/berita-ini-dia-6-destinasi-wisata-di-seram-bagian-timur.html>

<http://www.serambagiantimurkab.go.id/berita-ini-dia-6-destinasi-wisata-di-seram-bagian-timur.html>

<http://www.serambagiantimurkab.go.id/berita-ini-dia-6-destinasi-wisata-di-seram-bagian-timur.html>

[http://rri.co.id/postS/berita/349174/hiburan/inilah_koon_surga\)](http://rri.co.id/postS/berita/349174/hiburan/inilah_koon_surga)

[\(http://dprd-serambagiantimur.go.id/wisata-unggulan/\)](http://dprd-serambagiantimur.go.id/wisata-unggulan/)

[http://rri.co.id/post/berita/349174/hiburan\).](http://rri.co.id/post/berita/349174/hiburan)

<http://www.serambagiantimurkab.go.id/hal-profil-daerah.html>)