

Efektivitas Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Luwu Timur dalam mempromosikan obyek Wisata Kampoeng Taipa melalui Media Sosial

Rini Hartina

rinihartinaaa@gmail.com
Universitas Muslim Indonesia

Abd.Majid

Abd.majid@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Andi Muttaqin Mustari

andi.muttaqin@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana Efektivitas dari Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan promosi yang dilakukan melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan informan dalam penelitian ini sebanyak delapan (8) orang, Teknik pengumpulan data melalui observasi wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam mempromosikan Wisata Kampoeng Taipa yang terletak di Tepi Danau Matano itu dengan menginformasikan melalui artikel-artikel dan media sosial seperti instagram dan facebook. Kreativitas dalam mengelola akun media sosial Dinas Pariwisata maupun pihak pengelola wisata Kampoeng Taipa perlu ditingkatkan agar lebih efektif dan maksimal untuk menarik minat masyarakat mengunjungi obyek Wisata Kampoeng Taipa.

Kata Kunci: Strategi komunikasi , Promosi, Media Sosial , Pariwisata, Danau Matano, Wisata Kampoeng Taipa

***Abstract:** The purpose of this research is to examine how the effectiveness of the Tourism Office's Communication Strategy and promotions are carried out through social media. This study used a qualitative descriptive method, with eight (8) informants in this study. Data collection techniques were through observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that the communication strategy carried out by the Tourism Office in promoting Kampoeng Taipa Tourism which is located on the shores of Lake Matano is by informing through articles and social media such as Instagram and Facebook. Creativity in managing the social media accounts of the Tourism Office and the tourism management of Kampoeng Taipa needs to be increased so that it is more effective and maximized to attract people's interest in visiting Kampoeng Taipa Tourism objects.*

***Keywords:** Communication strategy, Promotion, Social Media, Tourism, Matano Lake, Kampoeng Taipa Tourism*

PENDAHULUAN

Indonesia terkenal dengan kekayaan alamnya yang hampir di setiap daerah memiliki destinasi wisata alam yang dapat dikunjungi, salah satunya di Sorowako. Desa yang terdapat di Kabupaten Luwu Timur itu terkenal dengan Danau nya yaitu Danau Matano, Danau Matano di Sulawesi Selatan menyandang predikat danau terdalam di indonesia. Worldatlas.com menempatkan Danau Matano sebagai danau terdalam ke-12 di dunia dengan kedalaman 1936 kaki atau 590 meter. 40 meter lebih dalam dibandingkan dengan Danau Toba. Ada banyak tempat wisata yang dapat dikunjungi ketika kita berkunjung ke Danau Matano, salah satunya yaitu Wisata Kampoeng Taipa. Wisata Kampoeng Taipa Merupakan Obyek Wisata di pesisir Danau Matano yang terkenal dengan keasrian alamnya. Kampung ini terletak persis di pesisir Danau Matano.

Dalam observasi awal yang penulis lakukan bahwa Wisata Kampoeng Taipa yang berada di tepi Danau Matano, berdiri kurang lebih satu tahun. Dinas Pariwisata dan Pengelola Kampoeng Taipa ini memanfaatkan media dalam mempromosikan obyek wisata Kampoeng Taipa, sehingga obyek wisata ini dapat dikenal oleh masyarakat. Wisata Kampoeng Taipa merupakan wisata yang masih baru, oleh sebab itu perlu adanya sarana promosi dalam menunjang perkembangannya sehingga banyak diketahui oleh masyarakat. Saat ini media yang digunakan oleh Dinas Pariwisata menjadi salah satu penunjang wisatawan untuk datang berkunjung.

METODE

Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu memberikan gambaran secara cermat dan faktual yaitu penulis menggambarkan / melukiskan keadaan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada mengenai Efektivitas Media sosial

Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah kurang lebih 1 bulan terhitung dari September-Oktober tahun 2022.

Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu :

a. Observasi

Observasi atau pengamatan secara langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan. Kemudian data di susun secara sistematis dan data dari lapangan terkait Efektivitas Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Luwu Timur dalam Mempromosikan Objek Wisata Kampoeng Taipa.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik untuk mengumpulkan data dan informasi. Kegiatan tersebut dilakukan dengan dua alasan. Pertama dengan wawancara, peneliti dapat menggali tidak saja apa yang diketahui dan dialami subjek yang diteliti, tetapi apa yang tersembunyi jauh dalam diri subjek penelitian. Kedua, apa yang ditanyakan kepada informan bisa mencakup hal – hal yang bersifat lintas waktu, yang berkaitan dengan masa lampau, sekarang, dan juga mendatang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi sebagai instrument pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data, salah satunya juga dengan memanfaatkan data dokumentasi yang dikumpulkan dalam penelitian berupa foto, video, dan rekaman suara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang diawali dengan observasi terlebih dahulu dan akhirnya dilakukan penelitian selama kurang lebih satu bulan, terhitung sejak bulan September yang berkaitan dengan bagaimana efektivitas strategi komunikasi dinas pariwisata, pemuda dan olahraga kabupaten Luwu Timur dalam mempromosikan Obyek Wisata Kampoeng Taipa melalui media sosial dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara serta dokumentasi. klarifikasi informan mengenai strategi komunikasi Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Luwu Timur dalam mempromosikan obyek wisata kampoeng taipa melalui media sosial tentunya menjadi tuntutan dan tanggung jawab suatu instansi untuk meningkatkan citra maupun memperluas informasi terkait wisata kampoeng taipa Luwu Timur.

Strategi yang digunakan tentunya diharapkan dapat meningkatkan pengunjung wisata kampoeng taipa serta meningkatkan pemberdayaan wisata yang ada di Kabupaten Luwu timur, karena tempat wisata merupakan salah satu daya tarik bagi suatu daerah agar banyak yang berkunjung ke daerah tersebut.

1. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Luwu Timur Dalam Mempromosikan Obyek Wisata Kampoeng Taipa

Dinas pariwisata, pemuda dan olahraga Luwu Timur yang menaungi seluruh obyek wisata yang ada di Kabupaten Luwu Timur tentunya harus menjalin komunikasi yang baik dengan masing-masing pengelola obyek wisata yang ada di daerahnya, salah satunya pengelola obyek wisata kampoeng taipa dalam bersama-sama meningkatkan dan memberdayakan obyek wisata kampoeng taipa. Dengan berkembangnya teknologi informasi saat ini tentunya Dinas Pariwisata, Pemuda dan olahraga mampu memanfaatkan Dalam kajian *Teori Communication Goal* mengasumsikan bahwa setiap orang berkomunikasi didasari oleh adanya suatu tujuan masing-masing, dalam mewujudkan tujuan komunikator harus memiliki strategi atau perencanaan untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti pada kegiatan penelitian, Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga melakukan komunikasi timbal balik terhadap Pengelola Wisata Kampoeng Taipa, dimana Dinas Pariwisata terkhusus pada bidang P3 EKRAF selalu melakukan koordinasi terkait perkembangan dan informasi terbaru mengenai Kampoeng Taipa.

Keterkaitan *Teori Communication Goal* itu sendiri dengan hasil penelitian yang ditemukan pada saat penelitian ialah bagaimana strategi-strategi komunikasi yang digunakan untuk mewujudkan tujuan dengan menggunakan strategi serta perencanaan yang baik. Sehingga proses mempromosikan obyek wisata Kampoeng Taipa di Kabupaten Luwu Timur dapat berjalan dengan baik, serta meningkatkan kualitas pemberdayaan wisata Kampoeng Taipa. Komunikasi yang terjalin antara pegawai dinas pariwisata, pemuda dan olahraga dengan pengelola wisata Kampoeng Taipa tentunya perlu menggunakan strategi-strategi yang baik sehingga tidak terjadi miss komunikasi antara kedua belah pihak terkait pengembangan obyek wisata, apalagi obyek wisata Kampoeng Taipa saat ini masih dalam proses Pengembangan karena obyek wisata ini masih kurang lebih satu tahun, jadi masih banyak yang harus diperhatikan agar Kampoeng Taipa kedepannya lebih dikenal oleh Masyarakat.

2. Efektivitas Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Luwu Timur Dalam Mempromosikan Obyek Wisata Kampoeng Taipa Melalui Media Sosial

Pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan obyek wisata Kampoeng Taipa telah berjalan cukup efektif karena berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan peneliti melalui wawancara pengunjung, telah banyak pengunjung yang mendapatkan informasi melalui media sosial. Berdasarkan Teori Uses and Gratification mengasumsikan bahwa penggunaan media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi sehingga pengguna media dapat memperoleh informasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti pada saat penelitian, pengunjung memperoleh informasi melalui jejaring media sosial meskipun penyampaian informasi melalui media sosial belum dapat dikatakan efektif karena Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur beserta pengelola wisata Kampoeng Taipa kurang memanfaatkan media sosial sebagai sarana sumber informasi yang dapat dengan mudah menyebar luas dalam mempromosikan obyek wisata. Keterkaitan teori *Uses and Gratification* ini dengan hasil penelitian ialah pemanfaatan media yang telah digunakan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dalam mempromosikan obyek wisata Kampoeng Taipa sehingga masyarakat dapat memperoleh informasi terkait sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Meskipun belum berjalan begitu efektif karena kurangnya pegawai yang melek akan teknologi sehingga akun-akun atau website terkait obyek wisata Kampoeng Taipa sangat kurang tersebar di media sosial. Maka dari itu promosi obyek wisata menggunakan media sosial dapat dikatakan cukup efektif. Upaya-upaya yang dilakukan Dinas Pariwisata maupun Pengelola untuk mempromosikan obyek wisata Kampoeng Taipa perlu ditingkatkan, hal ini juga akan berpengaruh pada perkembangan wisata yang ada. Apa lagi saat ini kita hidup di era digital yang dimana kita selalu mencari informasi melalui media sosial, oleh sebab itu sangat diperlukan untuk meningkatkan promosi melalui media sosial agar wisata Kampoeng Taipa dapat dikenal dan masyarakat lebih banyak lagi datang berkunjung.

REFERENSI

Ardianto, E.L. 2017. *Komunikasi Massa, Media Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Bungin Burhan, 2018. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana,

Bittner, John R. 2017. *Mass communication, an Introduction*. Prentice-Hall.

Berger, Charles R dkk. 2016. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Nusamedia.

Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Effendy, Onong Uchyana. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Kiryantono, Rahmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Contoh Praktis Riset Media, Publik Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Kencana.

McQuail, 2014. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

Muhajir Affandi. 2018. *Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Pendidikan*. Kuningan: YNHW

Nurudin. 2017. *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Severin, Werner J & James W. Tankard Jr, 2008. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo.

JURNAL

Agus, P. 2018. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata Di Kabupaten Karanganyar*.

Andi Irfadillah. 2021. *Efektivitas Komunikasi Terhadap Pelayanan Kartu Tanda Penduduk Pada Kantor Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bulukumba*.

Darmawan, S. 2010. *Studi Komparasi Penggunaan Media Animasi Dengan Media Animasi Dengan Media Mock Up Terhadap Hasil Belajar Teknik*. Skripsi.

GA Maharani. 2018. *Efektivitas strategi komunikasi pemasaran di Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Karanganyer dalam meningkatkan jumlah pengunjung di Tama New Balekambang*.

Hikmatun Nadillah. 2020. *Efektivitas Pembelajaran Daring Menggunakan Media Youtube Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Kelas X Madrasah Aliyah Laboratorium Jambi*.

M Darmawansyah, RM Rizky. 2021. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.

Zikrullah. 2021. *Manajemen Promosi Wisata Pada Instagram Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Aceh*.

WEBSITE

<https://makassar.tribunnews.com/2021/08/03/yuk-liburan-di-kampoeng-taipa-sorowako-dijamin-puas-eksplor-keindahan-danau-matano?page=3>

<http://repository.uinjambi.ac.id/8317/1/SKRIPSI%20PEMBELAJARAN%20DARING%20HIKMATUN%20NADILLAH.pdf>

<https://www.akudigital.com/bisnis-tips/pengertian-media-online/>

<https://www.hayatuntour.com/pengertian-wisata/>

<https://taufikzk.wordpress.com/2016/02/01/pengertian-wisatawan/>

https://scholar.google.co.id/scholar?q=miller+2007+kepuasan+identitas&hl=id&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart

<https://blog.sribu.com/id/fungsi-media-sosial/>

<https://zdocs.tips/doc/materi-media-adalah-pesandocx-g1xjjxdv99py>