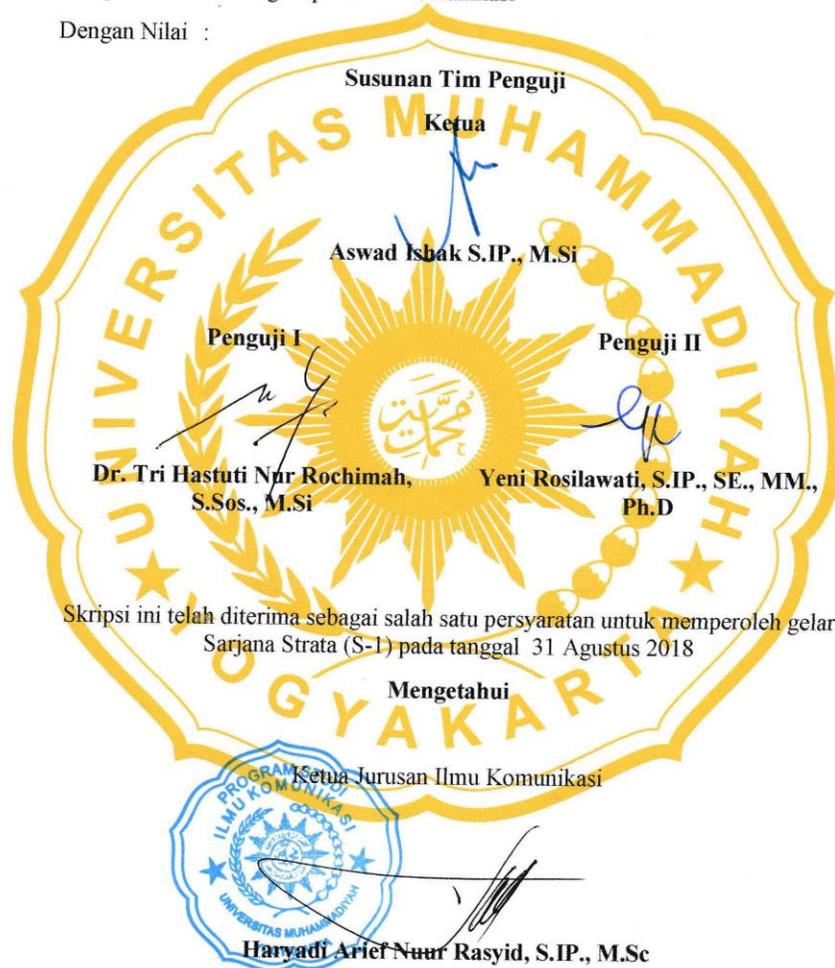


HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 31 Agustus 2018
Tempat : Ruang Rapat Ilmu Komunikasi
Dengan Nilai :



Pengelolaan Media *Online* (Media Website dan Media Sosial) dalam Penyebaran Informasi dan Promosi Kepariwisata Dinas Pariwisata Kota Solo Tahun 2017

Firman Fadilah Rahmat, Aswad Ishak S.IP., M.Si
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
firmanfadilahrahmat@gmail.com

Abstract

Today in the era of cutting-edge technological advancement, information becomes very easy and mobilizing a wide array of sources and forms of delivery, one of the most often used in the era of globalization and new media. Tourism Office of the city of Solo was awarded from the Ministry of tourism as the city with the best Tourism Governance in the year 2016. Tourism Office of any Solo using Online media as one of the media's dissemination of information and the promotion of tourism and at the end of the year 2017 nominated for The Best Tourism Website.

This research aims to know the process of managing Online media Tourism Office of the city of Solo in the dissemination of information and the promotion of tourism. The research method used is descriptive, qualitative data collection techniques are performed with in-depth interview techniques to three people from the Tourism Office of the city of Solo authority in the management of online media and documentation. For the process steps used in the data analysis, namely data reduction, data presentation, data validity of the conclusion and withdrawal.

The results of this research show that the Tourism Office of the city of Solo in conducting the management of Online media in the dissemination of information and promotion of tourism in accordance with the vision, mission and basic tasks and functions in accordance Perwali No. 27-c 2016, but in implementation many of innovation-innovation is done considering the very rapid technological developments, also there are still deficiencies in the implementation of the related daily updating content is information that is not on a daily basis, which is the suggestion is the addition of a Citizen Journalism so that information sources may vary.

Keyword : The Management of Media, Online Media, Tourism, Dissemination of Information, Promotion of Tourism

Abstrak

Dewasa ini di era kemajuan teknologi mutakhir, informasi menjadi sangat dan mudah didapatkan dengan beragam sumber dan bentuk penyampaianya, salah satu yang paling sering digunakan di era globalisasi ini yaitu media baru. Dinas Pariwisata Kota Solo mendapatkan penghargaan dari Kementerian Pariwisata sebagai kota dengan Tata Kelola Pariwisata Terbaik pada tahun 2016. Dinas Pariwisata Kota Solo pun menggunakan media Online sebagai salah satu media penyebaran informasi dan promosi kepariwisataan dan pada akhir tahun 2017 mendapatkan nominasi The Best Website Tourism.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengelolaan media Online Dinas Pariwisata Kota Solo dalam penyebaran informasi dan promosi kepariwisataan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara mendalam kepada tiga orang dari Dinas Pariwisata Kota Solo yang berwenang dalam pengelolaan media online dan dokumentasi. Untuk proses langkah-langkah yang digunakan dalam analisa data yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan validitas data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kota Solo dalam melakukan pengelolaan media Online dalam penyebaran informasi dan promosi kepariwisataan sesuai dengan visi, misi dan tugas pokok dan fungsi sesuai Perwali no 27-c 2016 namun dalam pelaksanaannya inovasi-inovasi dilakukan mengingat perkembangan teknologi yang sangat cepat juga masih terdapat kekurangan dalam pelaksanaan harian terkait updating konten informasi yang tidak setiap hari, yang menjadi saran adalah penambahan Citizen Journalism sehingga sumber informasi dapat beragam.

Kata Kunci : Pengelolaan Media, Media Online, Dinas Pariwisata, Penyebaran Informasi, Promosi Kepariwisataan

PENDAHULUAN

Dewasa ini di era kemajuan teknologi mutakhir, informasi menjadi sangat dan mudah didapatkan dengan beragam sumber dan bentuk penyampaiannya, salah satu yang paling sering digunakan di era globalisasi ini yaitu media baru, media baru yang kita kenal memang terus berubah seiring perkembangan teknologi yang mengiringinya, media *online* salah satunya yang menjadi saluran komunikasi yang paling efektif saat ini, media baru dengan transparansinya membuat semakin digunakan karena praktis dan transparan juga bisa digunakan semua kalangan tanpa syarat apapun dan fleksibel bisa digunakan kapan saja. Mulai dari media *cybernya* yaitu media *website*, media sosial maupun yang lainnya, digunakan sebagai saluran komunikasi baik untuk penyebaran informasi, publikasi, promosi maupun digunakan untuk sekedar berkomunikasi. Pemerintah pun tidak ketinggalan untuk menggunakan media baru sebagai salah satu saluran komunikasi yang digunakan sebagai corong informasi untuk masyarakat maupun *stakeholder* yang berkepentingan sehingga hubungan timbal balik dengan masyarakat semakin menipis dan *feedback* dari masyarakat maupun kritik dan saran dapat ditanggapi dengan cepat, tepat dan efektif. Salah satu aspek yang digunakan oleh Pemerintah adalah aspek promosi, lebih jelasnya dalam aspek promosi kepariwisataan, dan yang menariknya adalah salah satu kota di Provinsi Jawa Tengah yaitu Kota Solo, Solo telah menjadi salah satu kiblat pengembangan kebudayaan khususnya budaya Jawa, dan menjadi model pengembangan bagi budaya-budaya lain yang ada di Indonesia. Aspek kebudayaan juga semakin kental mewarnai seluruh aspek kehidupan masyarakat Solo dan pembangunan di berbagai sektor, tidak terkecuali sektor pariwisata.

Dalam Perda Kota Surakarta no 13 tahun 2016 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah disebutkan dalam Pasal 1 ayat 9 yaitu kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan Pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara Wisatawan dan masyarakat setempat, sesama Wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan Pengusaha.

Ini semakin menjelaskan dan meyakinkan bahwa di era digital media baru seperti internet setiap informasi disediakan, disebarluaskan dan dapat diakses oleh publik. Begitupun dengan akses informasi pemerintah terkait pariwisata dalam UU No 10 tahun 2009 pasal 23 tentang kepariwisataan Pemerintah berkewajiban untuk menyediakan informasi kepariwisataan, perlindungan hukum serta keamanan dan keselamatan kepada wisatawan, Dinas Pariwisata selaku instansi yang menangani program kepariwisataan pemerintah mempunyai kewenangan dalam pengaturan, pengelolaan, dan publikasi informasi terkait pariwisata di daerahnya. Salah satunya adalah Dinas Pariwisata Kota Surakarta, Dinas Pariwisata memiliki tugas untuk melaksanakan urusan bidang pariwisata, kewenangan dekonsentrasi serta tugas pembantuan yang diberikan oleh pemerintah. Dalam Perda no 14 Tahun 2004 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, kota Surakarta atau Solo menjadi Kota Pelayanan Utama bersama Semarang dan Cilacap. Kepariwisataan kota Solo pun patut berbangga diri, karena kota Solo mendapat penghargaan Aspek Tata Kelola Pariwisata terbaik tahun 2016 di Indonesia dengan nilai 3,99 menurut Indeks Pariwisata Indonesia yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata.

Gambar 1.1

Daftar Indeks Pariwisata Indonesia



Sumber : Website <http://id.solocity.travel/>

Dinas Pariwisata Kota Solo memiliki akun *website* yaitu <http://pariwisatasolo.surakarta.go.id> yang dimana merupakan *website* resmi sebagai acuan dan sumber informasi utama terkait kepariwisataan di Kota Solo. Dan yang menariknya Tahun 2017 juga menjadi tahun yang baik bagi kepariwisataan Kota Solo yaitu Dinas Pariwisata Kota Solo mendapatkan penghargaan *Indonesia's PR of The Year 2017* yang diselenggarakan oleh MIX MarComm-SWA Media Grup, pada tanggal 31 Oktober 2017 di Mercantile Athletic Club – Jakarta, Dinas Pariwisata Kota Solo mendapatkan penghargaan sebagai *the Best Tourism Website*. Website <http://pariwisatasolo.surakarta.go.id> menerima penghargaan bersama beberapa nominasi *website* pariwisata dari daerah lain yang ada di Indonesia yaitu Provinsi DKI <http://jakarta-tourism.go.id> Kota Malang <http://budpar.malangkota.go.id> dan Provinsi Aceh <http://disbudpar.acehprov.go.id>. Dan yang meraih *best of the best Tourism Website* adalah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan visitingjogja.com

Ini menunjukkan bahwa *website* <http://pariwisatasolo.surakarta.go.id> merupakan *website* yang sibuk dan terus dikunjungi oleh warganet yang memerlukan informasi terkait pariwisata di Kota Solo. Media sosial yang terintegral dengan *website* pun cukup aktif, Dinas Pariwisata Solo memiliki akun media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, juga *Facebook*. Dan aktifitas akun media sosialnya pun menarik juga aktif dalam memberikan informasi-informasi terkait *event-event* maupun program yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Solo maupun penyelenggara pariwisata di Kota Solo. Akun media sosial ini digunakan oleh Dinas Pariwisata Solo sebagai jalur publikasi yang bisa menyentuh kesemua kalangan dan mempermudah sehingga selain menggunakan *website* yang menjadi andalan, media informasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Solo menjadi beragam. Website <http://pariwisatasolo.surakarta.go.id> memiliki berbagai keunggulan dan fitur/konten yang menarik dan mudah dimengerti sehingga orang yang mengakses dan mengunjungi *website* tidak menjadi bingung dan mendapatkan informasi yang dicari. Dengan adanya fitur media sosial yang terintegral dengan Website yaitu *Like Facebook*, *Follow Instagram*, dan *Follow Twitter* memberikan

kemudahan agar dapat menjangkau informasi lebih cepat dan bisa memberikan respon maupun testimoni terkait informasi yang disediakan oleh *Website* ke media sosial yang terintegral ini.

Yeni Imaniar Hamzah (2013) dalam jurnal JKI Vol. 3 No. 3 tahun 2013 yang berjudul Potensi Media Sosial sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif-kualitatif dengan menggunakan data sekunder. Teknik pengumpulan data sekunder dilakukan dengan menggunakan teknik studi pustaka antara lain dengan menggunakan data literature berupa jurnal, buku, artikel dan berita terkait dengan penelitian. Berbeda dengan penelitian peneliti yang menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa perkembangan pariwisata dan perkembangan teknologi sangat berkesinambungan, dengan adanya media baru yaitu media sosial memberikan dampak pada potensi penyebaran informasi yang semakin besar apalagi dalam bidang promosi. Dalam penelitian peneliti, peneliti lebih membahas bagaimana peran Dinas Pariwisata Kota Solo dalam pengelolaan media *online* dalam penyebaran informasi dan promosi kepariwisataan dengan menggunakan media *online* yaitu media *website* dan media sosial. Sedangkan penelitian ini memberikan gambaran bagaimana potensi media sosial bagi promosi kepariwisataan secara general.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif, menurut Moleong (2008 :11) mendefinisikan penelitian kualitatif deskriptif yaitu data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Metode kualitatif mengijinkan evaluator mempelajari isu-isu, kasus atau kejadian-kejadian terpilih secara mendalam dan rinci. Data kualitatif menyediakan kedalaman dan kerincian melalui pengutipan secara langsung dan deskripsi yang teliti tentang situasi program, kejadian, orang, interaksi dan perilaku yang teramati (Patton, 2006 :5). Jenis penelitian dipilih untuk melihat bagaimana pengelolaan media online yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Solo dalam penyebaran informasi dan promosi kepariwisataan tahun 2017. Setelah menentukan objek serta waktu penelitian, Peneliti akan melakukan pengumpulan data dengan wawancara mendalam dan studi dokumen yang selanjutnya akan dianalisis dan diuji validitasnya.

PEMBAHASAN

Setelah melakukan penelitian, peneliti melakukan penyajian data diatas mengenai penelitian yang telah dilakukan. Peneliti akan menganalisis Pengelolaan Media *Online* dalam Penyebaran Informasi dan Promosi Kepariwisataan Dinas Pariwisata Kota Solo serta Faktor-Faktor Penghambat dan Pendukung. Dinas Pariwisata Kota Solo memanfaatkan dan memaksimalkan media *online* sebagai media promosi dan penyebaran informasi kepariwisataan. Sesuai dengan ciri media baru :

1. Desentralisasi

Pengadaan dan pemilihan berita tidak hanya dalam satu pemasok komunikasi, Dinas Pariwisata Kota Solo dalam menjalankan media *online* bekerjasama dengan berbagai pihak, dengan Dinas Kominfo dalam *Solo Destination*, bekerjasama dengan akun-akun media sosial mandiri dalam penyebaran informasi kepariwisataan. Sehingga bukan hanya Dinas Pariwisata Kota Solo yang memasok informasi namun bisa dari pihak eksternal juga.

2. Kemampuan tinggi

Dengan teknologi nirkabel penyebaran informasi akan sangat mudah, efektif, cepat dan efisien sehingga informasi yang akan didistribusikan oleh pihak Dinas Pariwisata Kota Solo kepada publik bisa diterima dimanapun, kapanpun dan siapapun.

3. Komunikasi timbal balik

Pihak Dinas Pariwisata pun aktif dalam menanggapi setiap komunikasi yang ada pada media sosial sebagai bentuk komunikasi timbal balik. Publik dapat bertanya kapan saja secara langsung lewat akun-akun media sosial agar dapat berkomunikasi dengan Dinas Pariwisata Kota Solo

4. Kelenturan bentuk, isi dan penggunaan

Dinas Pariwisata Kota Solo juga tidak melulu meliris artikel pariwisata namun juga merilis informasi terkait pariwisata lewat gambar, video dengan *caption-caption* menarik.

1. Perencanaan Media Online

Berdasarkan PERWALI (Peraturan Walikota) no 27-c tahun 2016 yang menjelaskan mengenai tugas pokok dan fungsi Dinas Pariwisata Kota Solo dalam menjalankan tugas mengatur seluruh bidang pariwisata Kota Solo yang termasuk didalamnya adalah kegiatan promosi dan penyebaran informasi kepariwisataan. Dinas Pariwisata melaksanakan berbagai tugas dan fungsinya sebagai lembaga pemerintahan dibidang pariwisata, dimulai dari perencanaan program, pengendalian, evaluasi, pelaporan dan didalamnya terdapat promosi, penyebaran informasi pariwisata Kota Solo.

Dinas Pariwisata Kota Solo melakukan kegiatan-kegiatan penyebaran informasi dan promosi kepariwisataan dengan memaksimalkan semua media yang ada, khususnya media *online* yang menjadi salah satu media andalan dalam melaksanakan kegiatan promosi dan penyebaran informasi. Menurut peneliti Dinas Pariwisata sudah melakukan tugas okok dan fungsi sesuai visi dan misi dan dalam pelaksanaannya Dinas Pariwisata Kota Solo secara fleksibel dalam langkah-langkah pelaksanaannya.

Menurut peneliti, inovasi-inovasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Solo dalam memaksimalkan media *online* bisa dikatakan baik, hal ini bisa dilihat dari bagaimana Dinas Pariwisata Kota Solo dalam penggunaan media *online* yang menjadi salah satu alat/media dalam menjalankan tugas pokok dan fungsi sebagai lembaga pemerintahan di bidang pariwisata. Dengan memaksimalkan media *online* Dinas Pariwisata dapat mempromosikan pariwisata lebih leluasa dan fleksibel juga dengan penyebaran informasi yang sangat mudah, cepat dan efisien sehingga langkah-langkah Dinas Pariwisata dalam melaksanakan penyebaran informasi dan promosi kepariwisataan dapat terwujud. Dalam PERWALI no 27-c tahun 2016 disebutkan juga bidang promosi dan informasi bertugas :

- Melakukan penyiapan bahan kegiatan bidang promosi dan informasi
- Mengelola sistem informasi pemasaran
- Melakukan penyediaan dan pendistribusian informasi produk pariwisata kepada pusat pelayanan informasi dan publik
- Melakukan strategi pemasaran melalui media online, elektronik, cetak dan media ruang
- Melakukan pengembangan sarana prasana promosi dan informasi pariwisata
- Melakukan pemeliharaan sarana prasarana promosi dan informasi pariwisata

Juga tugas pokok dan fungsi Dinas Pariwisata Kota Solo juga sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Pendit, Nyoman S (1999 :27) yaitu terkait publisitas dan promosi yang tidak lain adalah kampanye yang berdasar pada rencana dan tugas pokok dan fungsi secara kontinyu.

1.1 Perencanaan Anggaran dan Perencanaan Program

Menurut peneliti Dinas Pariwisata Kota Solo dalam melakukan pelaksanaan pengelolaan media *online* memiliki tahapan yang sesuai dengan Burch dan Starter dalam Moekijat (1991:95) fungsi manajemen tugas pokok yaitu :

a. Perencanaan (*planning*)

1. Secara keseluruhan Dinas Pariwisata memiliki Rencana Strategi Dinas Pariwisata yang didalamnya terdapat rancangan rencana kegiatan selama lima tahun kedepan
2. Menyusun rencana kerja sesuai dengan rencana strategis dan menyusun RKA (rencana kerja anggaran)
3. Mengusulkannya ke tim TAPD Tim Anggaran Pemerintah Daerah/Kota) kemudian dari TAPD, anggaran itu dibahas, setelah dibahas baru TAPD mengusulkan pembahasan ke DPRD Kota Solo diserahkan kepada BANGGAR (Badan Anggaran) DPRD kemudian setelah diklarifikasi dan ada persetujuan kemudian dilanjutkan ke tingkat Provinsi untuk mendapatkan pengesahan. Setelah itu disahkan dan dibahas kembali di DPRD untuk menetapkan dokumen pelaksanaan anggaran (DPA) tahun 2018.
4. Setelah anggaran ditetapkan, baru Dinas Pariwisata Kota Solo melaksanakan kegiatan-kegiatan sesuai usulan dan sesuai DPA

1.2 Platform Media Online

Media *online* yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kota Solo ada dua macam sesuai dengan teori Nasrullah (2014:25) memberikan penjelasan terkait jenis-jenis media *cyber* yang digunakan dalam media baru, yaitu :

1. Media *website* (situs)

Dinas Pariwisata Kota Solo memiliki media *website* yaitu *pariwisatasolo.surakarta.go.id* yang berbahasa Indonesia dan *solocity.travel* yang berbahasa Inggris, keduanya memiliki konten-konten dan berita yang sama namun yang berbeda hanyalah bahasa pengantar. Dinas Pariwisata Kota Solo memaksimalkan media *website* sebagai media penyebaran informasi dan media informasi kepariwisataan Kota Solo. Dinas Pariwisata Kota Solo mengelola semua konten-konten yang ada pada media *website* termasuk pemeliharaan dan pengembangannya. Media *website* yang dimiliki Dinas Pariwisata Kota Solo menurut peneliti juga sudah sejalan dengan tujuan peraturan menteri lewat siaran pers Kementerian Komunikasi dan Informatika no. 32/HM/KOMINFO/03/2017 tentang Konsultasi Publik atas Rancangan Peraturan Menteri Mengenai Portal dan Situs Web Badan Pemerintahan, disebutkan bahwa peraturan menteri ini bertujuan untuk :

a. Memberikan panduan dalam penyelenggaraan Portal Web dan/atau Situs Web Badan Pemerintahan;

Dalam pelaksanaannya Dinas Pariwisata Kota Solo masih melakukan inisiatif-inisiatif dan inovasi-inovasi dalam pengelolaan dan pemanfaatan media *website*, belum ada landasan hukum terkait pengelolaan ataupun SOP tentang penyelenggaraan situs web badan pemerintahan, meskipun begitu Dinas Pariwisata terus memaksimalkan penggunaan media *website* sebagai media penyebaran informasi dan media promosi kepariwisataan Kota Solo

b. Memfasilitasi integrasi layanan Badan Pemerintahan berbasis elektronik;

Dengan media *website* ini Dinas Pariwisata Kota Solo melakukan pelayanan informasi secara elektronik, dengan penggunaan computer atau *gadget smartphone*, publik dapat mengakses informasi terkait *event-event*, program-program kepariwisataan yang sedang berlangsung maupun yang akan datang.

c. Mewujudkan keterbukaan informasi publik

Media *website* Dinas Pariwisata Kota Solo dengan berbagai konten-konten dan berita informasi kepariwisataan beserta program-program Dinas Pariwisata Kota Solo dapat diakses oleh semua publik tanpa terkecuali. Informasi yang diproduksi Dinas Pariwisata diberikan dan disebarkan lewat media *website* ditujukan agar public dapat mengetahui setiap kegiatan kepariwisataan yang terjadi di Kota Solo.

d. Memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses layanan publik

Dalam pelaksanaannya Dinas Pariwisata Kota Solo sangat mempermudah public untuk mengakses media *website*, terlihat dari penggunaan dua *website* dengan bahasa berbeda, memberikan kemudahan agar setiap publik baik yang lokal maupun internasional dapat mengakses dan mengkonsumsi setiap informasi yang ada pada media *website*.

2. Media sosial

Berdasarkan hasil analisis peneliti, bahwa media sosial Dinas Pariwisata Kota Solo sudah ada sejak 2015/2016 dengan berbagai macam media sosial yang ada yaitu *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter*. Lewat media sosial Dinas Pariwisata memaksimalkan dalam penggunaannya sebagai sarana atau media promosi dan penyebaran informasi, sampai saat ini untuk jumlah *followers instagram* sudah sebanyak 2820 orang per tanggal 19 Juli 2018. *Followers Twitter* sebanyak 1318 orang per tanggal 19 Juli 2018 dan *followers Facebook* sebanyak 8250 per tanggal 19 Juli 2018.

Pemanfaatan media sosial yang dilakukan Dinas Pariwisata sesuai dengan pendapat pavlik dalam jurnal Komunikasi MediaTor Vol. 06 No. 02 tahun 2005 yang berjudul Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi karya Novi Kurnia berikut ini :

a. Produksi

Setiap konten-konten dan informasi yang akan diupload ke media sosial diproses oleh Dinas Pariwisata Kota Solo melalui staff admin dan tim produksi.

b. Distribusi

Pemindahan informasi elektronik dengan melalui media *cyber* salah satunya media sosial secara cepat dan efisien melalui berbagai media sosial yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Kota Solo

c. Display

Tampilan informasi dan konten-konten yang disediakan dalam media sosial Dinas Pariwisata Kota Solo diproses agar semenarik mungkin lewat fotografinya maupun *caption-caption* menarik agar publik dapat tertarik

d. Storage

Penyimpanan informasi juga dilakukan oleh Dinas Pariwisata agar bila sedang sepi *event-event* atau kegiatan kepariwisataan Dinas Pariwisata Kota Solo memiliki stok informasi untuk disebarluaskan, tidak melulu *event-event* bisa dengan kuliner, destinasi pariwisata. Sehingga media sosial tetap *up-to-date* dan aktif setiap harinya dalam memberikan informasi kepada public.

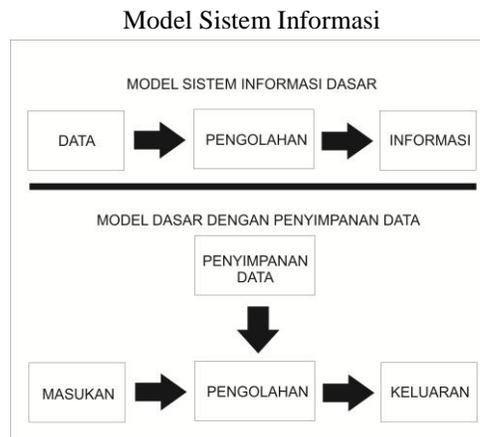
2. Pelaksanaan Pengelolaan Media Online

Media *Online* merupakan media yang sangat mudah digunakan, diakses dengan beragam bentuknya menjadi andalan setiap orang dengan begitu mudahnya akses memori, tidak memerlukan biaya banyak, semakin menambah keunggulan-keunggulan dibanding media yang lain.

2.1 Pengelolaan Teknis dan Produksi Pesan

Sistem manajemen informasi pun dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Solo dalam pengelolaan media *online*, dalam teori menurut Moekijat (1991:11) yaitu dalah jaringan prosedur pengolahan data yang dikembangkan dalam suatu organisasi dan disatukan apabila dipandang perlu, dengan maksud memberikan data kepada manajemen setiap waktu diperlukan, baik data bersifat *intern* maupun yang bersifat *ekstern*, untuk dasar pengambilan keputusan dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Dengan sendirinya data tersebut oleh manajemen diolah lebih dahulu menjadi informasi. Dinas Pariwisata Kota Solo secara lintas bagian sesuai dengan bidang-bidangnya melakukan olah system manajemen informasi yaitu dengan mengolah konten-konten ataupun berita informasi yang akan di upload lewat media *online*.

Gambar 3.7



Sumber : Moekijat (1991:107)

Gordon B. Davis dalam Moekijat (1991:107) menguraikan system informasi manajemen, yaitu :

1. Data

Setiap konten-konten dan informasi kepariwisataan yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Kota Solo selain langsung diupload dalam waktu hari itu juga namun ada juga pengumpulan data terkait informasi kepariwisataan yang dikumpulkan agar ketika sepi *event* di Kota Solo, informasi tersebut dapat menjadi selingan setelah informasi *event-event* Kota Solo. Setiap tahun nya ada kurang lebih 60 event yang dihelat di Kota Solo dan Dinas Pariwisata ikut mempromosikan dan menyebarkan informasi lewat semua media salah satunya adalah media *online*. Setiap bagian bidang di Dinas Pariwisata juga ikut *mesupply* konten-konten informasi sesuai dengan bidangnya contohnya bidang

destinasi pariwisata, bidang pemasaran pariwisata. Ada team yang diterjunkan setiap event berlangsung yaitu tiga orang yang bertugas meliput acara, mengambil gambar, mengambil video/live streaming

2. Pengolahan Data

Setelah mendapatkan materi, tiga orang team tadi mengolah data yang sudah dimiliki dengan menyusun berita/artikel dan memilih video/gambar terbaik yang akan selanjutnya diserahkan kepada Staff admin media online Dinas Pariwisata Kota Solo, staff admin juga melakukan pengolahan data yang sudah ada dari setiap bagian bidang pariwisata dan team tadi untuk disusun dan diolah menjadi berita maupun konten informasi kepariwisataan yang dikemas secara menarik sebelum diunggah ke semua *platform* media *online* yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Kota Solo.

3. Informasi

Konten-konten berita dan informasi kepariwisataan yang sudah *fix* akan diunggah setiap hari ke media *online* oleh staff admin media *online*, informasi kepariwisataan ini diunggah oleh Dinas Pariwisata sebagai bentuk tugas pokok dan fungsi Dinas Pariwisata yang juga didalamnya sebagai bentuk media promosi dan penyebaran informasi kepariwisataan agar publik dapat mengetahui dan tertarik terkait kepariwisataan yang ada di Kota Solo melalui informasi yang diunggah lewat media *online* Dinas Pariwisata Kota Solo. Untuk pengelolaan media *online*, yaitu :

- (a) Pengadaan SDM (Sumber Daya Manusia)
- (b) Pemeliharaan media/peralatan
- (c) Melaksanakan *updating* media *online*, dengan pelaksanaan setiap harinya yaitu :
 1. Mencari materi dan gambar
 2. Kemudian diolah, diproses dan desain
 3. Mengupload konten-konten yang sudah jadi

Dalam produksi pesan Dinas Pariwisata Kota Solo juga melaksanakan proses dalam kegiatan penyebaran informasi, Dinas Pariwisata melakukan proses-proses penyebaran informasi lewat pesan atau konten yang di *upload* lewat media *Online*, Dalam mengelola media *online*, salah satu fungsi yang dilakukan media online adalah dalam rangka penyebaran informasi. Dinas Pariwisata Kota Solo melakukan penyebaran informasi kepariwisataan melalui media *online* baik itu media *website* maupun media sosial dengan ragamnya. Mega dan Dewi dalam jurnal *Peran Website Central Java Sebagai Media Penyebaran Informasi*. Jurnal Ilmu Perpustakaan Vol 5, No 4 tahun 2016 menguraikan proses dalam kegiatan penyebaran informasi, pada proses ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Source* (sumber),

Penyedia informasi memiliki sumber yang jelas yang dapat dipercaya kredibilitasnya. Ini sesuai dengan hasil penelitian yang peneliti temukan bahwa pihak Dinas Pariwisata Kota Solo secara bergerilya lewat staff-staff yang berjumlah tiga orang ke destinasi-destinasi yang ada di Kota Solo untuk mencari dan mengambil informasi terkait kepariwisataan langsung dari sumbernya.

2. *Content* (Pesan)

Pesan itu dipertimbangkan secara tipe dan model pesan, karakteristik, stuktur pengolahan pesan, dan aktualisasi pesan. Sesuai teori Sastropetro (1990:21-22), yaitu :

- Pesan yang disebar haruslah tersusun secara jelas, mantap, singkat agar mudah ditangkap. Perlu dipahami setiap orang mempunyai daya tangkap berbeda, dengan demikian komunikator haruslah menyusun pesan menurut perhitungan dapat ditangkap oleh sebanyak orang dan atau sebagian besar orang-orang yang berkepentingan. Menurut hasil penelitian yang peneliti temukan lewat media *online*, Dinas Pariwisata mengemas secara atraktif dan efisien dalam pengolahan pesan terlebih lewat media sosial, dengan *caption-caption* yang *casual* dan kekinian agar mudah dikenali dan dimengerti oleh semua orang termasuk dengan penggunaan dua bahasa yaitu bahasa Jawa dan bahasa Indonesia.
- Lambang- lambang yang dipergunakan harus dapat dipahami, dimengerti oleh masyarakat yang menjadi sasaran, artinya kalau akan menggunakan bahasa, pergunakan bahasa yang mudah dimengerti. Yang peneliti temukan juga penggunaan dua bahasa dalam penulisan *caption* dalam media sosial *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter* oleh Dinas Pariwisata Kota Solo.
- Pesan-pesan yang disampaikan hendaknya dapat menimbulkan minat attentif yaitu perhatian dan keinginan pada penerima pesan untuk melakukan sesuatu. Lewat *caption-caption* yang *casual* yang Dinas Pariwisata bentuk, diharapkan bahwa penggunaan tersebut dapat menarik minat dan perhatian public terhadap informasi yang ada pada media sosial Dinas Pariwisata Kota Solo.
- Pesan yang disampaikan hendaknya menimbulkan keinginan untuk memecahkan masalah sekitarnya. Lewat pesan-pesan yang disebar oleh Dinas Pariwisata Kota Solo, dapat menjadi sumber informasi-informasi kepariwisataan dengan kredibilitasnya sehingga semua informasi dapat berguna bagi wisatawan maupun public yang mencari tahu tentang kepariwisataan Kota Solo
- Pesan hendaknya menimbulkan stimulasi untuk menerima dengan positif. Informasi-informasi kepariwisataan yang ada dalam media *online* Dinas Pariwisata Kota Solo juga dijadikan sebagai sumber berita kepariwisataan oleh akun-akun media *online* mandiri yang ada di Kota Solo.

3. *Medium*

Media yang digunakan haruslah mudah dan terjangkau oleh masyarakat umum. Yang perlu diperhatikan dalam memilih media: tersedianya media, kehandalan (daya input) media, kebiasaan menggunakan media, tempat dan situasi. Sesuai dengan teori diatas dengan penggunaan media *online* yaitu media *website* dan media sosial sebagai media yang dapat dijangkau secara luas dan mudah oleh publik dan Dinas Pariwisata Kota Solo merasa bahwa dengan media *online* sebagai media promosi dan penyebaran informasi adalah media yang harus dimaksimalkan penggunaannya dan terbukti dengan penggunaan media *online* Dinas Pariwisata Kota Solo secara leluasa dapat menjadikan dan memanfaatkan media *online* sebagai media penyebaran informasi dan promosi kepariwisataan Kota Solo.

4. *Context* (konteks),

Tema atau konteks mengenai apa informasinya. Sesuai dengan apa yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Solo yang secara khusus sesuai dengan tugas pokok dan fungsi. Yaitu dengan tema kepariwisataan Kota Solo yang diangkat sebagai tema media *online* mereka.

5. *User* (penerima),

Dinas Pariwisata Kota Solo mengemukakan bahwa memang sasaran penerima adalah anak muda yang dimana anak muda ini yang aktif bermain sosial media sehingga terpapar informasi kepariwisataan Dinas Pariwisata Kota Solo lewat media *onlinenya*.

3. Evaluasi dan Pengawasan

Dalam pengelolaan media *online* Dinas Pariwisata Kota Solo belum menentukan target kepada setiap media *online* yang dimilikinya terkait dengan jumlah *followers* maupun jumlah pengunjung *website*. Dinas Pariwisata Kota Solo hanya melaksanakan tugas pokok dan fungsi sebagai sumber informasi dan promosi kepariwisataan setiap harinya sebagai target yang harus dilaksanakan.

Setiap tahunnya Dinas Pariwisata Kota Solo terus melakukan evaluasi dan *re-design* dan *re-develop* media *online* salah satunya adalah media *website* yang terus diperbaharui dan dikembangkan dari segi konten-konten informasi dan dari bentuk wajah dari media *website* dan mengevaluasi atas konten-konten dan informasi yang telah diberikan untuk terus dikembangkan sehingga publik dapat menikmati setiap informasi dan penyebaran informasi dan promosi kepariwisataan lebih baik. Burch dan Starter dalam Moekijat (1991:95) memberikan penjelasan tentang pengawasan dan pengambilan keputusan :

a. Pengawasan

1. Mengukur keluaran sistem

Seksi Promosi dan Informasi Dinas Pariwisata Kota Solo melakukan proses evaluasi dan pengawasan untuk setiap informasi yang diproduksi untuk media *online*

2. Membandingkan keluaran-keluaran ini dengan rencana dan menentukan penyimpangan-penyimpangan apabila ada

Seksi Promosi dan Informasi Dinas Pariwisata Kota Solo bersama Bidang Pemasaran Pariwisata melakukan *crosscheck* untuk setiap konten-konten informasi dan postingan media *online* yang diupload oleh staff admin

3. Membetulkan penyimpangan-penyimpangan yang tidak menguntungkan dengan melakukan tindakan pembetulan

Seksi Promosi dan Informasi Dinas Pariwisata Kota Solo menjadi penanggung jawab dalam setiap pengelolaan media *online* dan konten yang diupload oleh staff admin

4. Pembetulan/korektif

Bidang Pemasaran Pariwisata yang membawahi Seksi Promosi dan Informasi juga berperan dalam pengawasan pengelolaan sehingga jika ada koreksi maupun masukan terkait pengelolaan media *online* dapat langsung diaplikasikan melalui seksi informasi dan promosi

b. Pengambilan keputusan/*decision making*

Dalam manajemen pengelolaan media *online* Dinas Pariwisata Kota Solo yang peneliti temukan adalah dari Staff Admin lalu ke Kasie Informasi dan Promosi lalu ke Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata dan terakhir ke Kepala Dinas Pariwisata Kota Solo

KESIMPULAN

Dinas Pariwisata Kota Solo melakukan perencanaan dalam pengelolaan media *online* dalam penyebaran informasi dan promosi kepariwisataan dilandasi dengan visi, misi dan tujuan juga sesuai Perwali no 27-c Tahun 2016 terkait tugas pokok dan fungsi namun dalam pelaksanaannya Dinas Pariwisata Kota Solo melakukan inovasi-inovasi terkait perencanaan dengan mempertimbangkan kondisi dan situasi terkait fokus media *online* dan sasaran agar pengelolaan lebih efisien dan maksimal. Lembaga Pemerintahan khususnya Dinas Pariwisata Kota Solo dalam pengelolaan media *Online* secara teknis membutuhkan langkah-langkah birokrasi yang cukup panjang contohnya dalam langkah perencanaan penyusunan anggaran karena merupakan lembaga pemerintahan dan dalam perencanaan *event* yang telah ditentukan di awal tahun 2017 namun setiap bulannya *event-event* juga terus diupdate sehingga terus bertambah diluar perencanaan *event* yang harus dipromosikan dan diinformasikan lewat media *online*. Dalam pengelolaan konten materi berita dan informasi kepariwisataan Dinas Pariwisata memiliki team yang terdiri dari tiga orang yang setiap *event* akan meliput. Dan untuk pengelolaan media *online* Dinas Pariwisata Kota Solo memiliki satu *staff* admin yang membawahi semua media *online* termasuk media *website* dan pemeliharannya. Evaluasi dan pengawasan dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Solo dengan melakukan pengecekan media *online* harian namun tidak ada tindak lanjut dan hanya beberapa media *online* saja yang dievaluasi salah satunya media *website* yang setiap tahunnya dilaksanakan *re-design* dan *re-develop*, karena beberapa media *online* juga tidak ada fitur *insight* dan *traffic* postingan. Faktor pendukung dan penghambat Dinas Pariwisata Kota Solo dalam pengelolaan media *online* dalam penyebaran informasi dan promosi kepariwisataan adalah karena lembaga pemerintahan Dinas Pariwisata Kota Solo dapat dengan mudah melakukan kerjasama dengan akun-akun media sosial yang bersifat mandiri yang ada di Kota Solo untuk bersama-sama lewat media sosialnya sebagai saluran/corong informasi kepariwisataan Kota Solo. Faktor penghambatnya adalah Koneksi internet yang terbatas dan tidak merata juga menjadi salah satu hambatan bagi Dinas Pariwisata Kota Solo. Adapun untuk saran yaitu dalam pelaksanaan pengelolaan media *Online* terkait produksi pesan Dinas Pariwisata Kota Solo hanya mengandalkan tim internal, untuk kedepannya Dinas Pariwisata Kota Solo dapat membuka konten *Citizen Journalism* lewat media *Online* Dinas Pariwisata Kota Solo sehingga sumber informasi lebih banyak dan mudah didapatkan. Dinas Pariwisata Kota Solo melakukan percepatan dalam realisasi *team* media *Online* dengan ruangan sendiri dan menjadi sub bagian tersendiri yang ada dibawah Bidang Pemasaran Pariwisata .Perlu adanya tambahan SDM berkompeten yang menangani setiap media *Online* dalam pelaksanaan pengelolaan harian Dinas Pariwisata Kota Solo karena hanya satu *staff* media *Online* yang menangani semua media *Online* yang dimiliki Dinas Pariwisata Kota Solo.

DAFTAR PUSTAKA

- Moekijat.** 1991. *Pengantar Sistem Informasi Manajemen*. Bandung. Remaja Rosdakarya
- Moleong,** Lexy J. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung. Rosdakarya
- Nasrullah,** Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta. Kencana
- Patton,** Michael Quinn. 2006. *Metode Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar
- Pendit,** Nyoman S. 1999. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Edisi Revisi. Jakarta. Pradnya Paramita
- Sastropetro,** R.A.S. 1990. *Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Jurnal :**
- Kurnia, Novi. 2005. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi*. Jurnal Komunikasi MediaTor Vol. 06. No. 02
- Pertiwi, Mega dan Dewi Athanasia O.P. 2016. *Peran Website Central Java Sebagai Media Penyebaran Informasi*. Jurnal Ilmu Perpustakaan Vol 5, No 4 (2016): OKTOBER 2016 page. 351-360.
- Yeni Imaniar Hamzah (2013). *Potensi Media Sosial sebagai Sarana Promosi Interkatif bagi Pariwisata Indonesia*. JKI Vol. 3 No.3 tahun 2013

Dokumen Resmi :

1. PERWALI No 27-C tahun 2016
2. Perda Kota Surakarta no 13 tahun 2016 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah
3. Perda no 14 Tahun 2004 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah
4. Peraturan Walikota Surakarta Nomor 16 Tahun 2008 tentang Penjabaran Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta
5. Siaran Pers Kementerian Komunikasi dan Informatika no. 32/HM/KOMINFO/03/2017 tentang Konsultasi Publik atas Rancangan Peraturan Menteri Mengenai Portal dan Situs Web Badan Pemerintahan

Internet :

1. <http://pariwisatasolo.surakarta.go.id>
2. https://kominfo.go.id/content/detail/9434/siaran-pers-no-32hmkominfo032017-tentang-konsultasi-publik-atas-rancangan-peraturan-menteri-mengenai-portal-dan-situs-web-badan-pemerintahan/0/siaran_pers diakses 8 April 2018 pukul 10:48 WIB
3. https://kominfo.pekalongankota.go.id/.../Situs_Web_Pemda.doc diakses tanggal 8 April 2018 pukul 11:20 WIB
4. (<http://www.wiblogger.com/2016/02/pengertian-visitor-pageviews-unique-visitor.html> diakses 20:05 WIB tanggal 02 Agustus 2018)