

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan akan dipaparkan hasil dan pembahasan dari penelitian di lapangan dengan menggunakan data primer. Data primer diperoleh langsung dari wawancara bersama pihak-pihak narasumber yang terkait langsung dengan Peran dinas pariwisata dalam menggunakan sosial media untuk promosi pariwisata di brebes tahun 2017. Selanjutnya hasil dari pengambilan data secara primes akan dianalisis dengan tujuan untuk diklasifikasikan disederhana agar selanjutnya mudah dipahami.

A. Pengaruh Sosial Media terhadap jumlah pengunjung pariwisata kabupaten Brebes

Sosial media menjadi hal yang saat ini sangat berpengaruh pada kehidupan sehari-hari setiap manusia pada era modern seperti sekarang, bukan hanya sebagai alat untuk saling bertukar informasi semata melainkan penggunaan sosial media juga mampu untuk digunakan sebagai alat promosi, berdagang, pendidikan sampai pemerintahan yang bertujuan cepat menyebar di masyarakat dengan biaya yang tergolong murah.

Ramainya penggunaan sosial media tentu juga berpengaruh terhadap kehidupan pariwisata, dengan mengunggah pesona pariwisata kedalam sosial media akan memancing minat masyarakat untuk mengunjungi pariwisata yang mereka lihat dalam sosial media. Dengan demikian merupakan keuntungan bagi pemerintah dalam

mendapatkan keuntungan dari sosial media, bukan hanya pemerintah saja melainkan para pedagang serta masyarakat di sekitar daerah pariwisata yang mendapatkan dampak positif dari sosial media serta para pengunjung pariwisata yang dengan mudah mendapatkan informasi-informasi yang baru tanpa harus mencari pariwisata secara manual.

Interaksi yang berlangsung antara pemerintah, pelaku pariwisata, masyarakat disekitar pariwisata, serta pengunjung dapat mempengaruhi jumlah pengunjung serta dukungan sosial media dapat lebih efektif dalam menjaring pengunjung secara mudah dan murah. Dibawah ini akan dijelaskan keterlibatan sosial media, pemerintah, masyarakat disekitar pariwisata, pelaku pariwisata, dan pengunjung pariwisata itu sendiri dalam mempengaruhi pengunjung pariwisata di Kabupaten Brebes pada tahun 2017 antara lain, yaitu Interaksi pemerintah, pelaku wisata, pengunjung dalam kegiatan wisata; profil data pariwisata oleh pemerintah yang dapat diakses oleh wisatawan; dan komunikasi virtual antara pemerintah, pelaku wisata, pengunjung.

Sosial media sudah merambah ke dunia pemerintah hal ini tentunya sesuatu yang sangat positif dalam memanfaatkan teknologi, melalui pemanfaatan sosial media yang dilakukan oleh pemerintah akan lebih mempermudah masyarakat untuk mengetahui informasi yang di umumkan oleh pemerintah, pemerintah juga dapat berinteraksi dengan masyarakat dengan lebih mudah tanpa harus bertatap muka secara langsung untuk memberikan informasi. Dengan demikian maka peran media pemerintah dapat lebih efektif menjangkau masyarakat dengan lebih cepat dan tidak

memakan anggaran pemerintah yang lebih besar untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Dalam pembahasan dibawah akan dijelaskan bahwa pemerintah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Brebes memanfaatkan sosial media sebagai peran media pemerintah untuk memberikan informasi kepada masyarakat dengan lebih mudah,berikut ini merupakan indikator dari peran media pemerintah :

1. Hubungan antara dinas pariwisata, pelaku wisata, dan pengunjung pariwisata

Interaksi pemerintah, pelaku wisata, dan pengunjung dalam kegiatan wisata merupakan bentuk komunikasi antara tiga elemen yang mempengaruhi pariwisata dalam meningkatkan minat pengunjung untuk datang, produk dari interaksi tersebut berupa data yang berbentuk foto atau video yang di upload oleh pemerintah, pelaku wisata maupun oleh pengunjung wisata, atau pembuatan akun sosial media yang dibuat oleh pemerintah, pelaku wisata maupun pengunjung itu sendiri.

- a. Interaksi Pemerintah

Interaksi yang dilakukan pemerintah melalui sosial media akan lebih mudah untuk menjangkau masyarakat calon pengunjung pariwisata, akan terdapat interaksi atau dialog antara pemerintah yang memberikan informasi dengan calon pengunjung pariwisata yang akan mendatangi pariwisata atau hanya sekedar melihat informasi saja, dalam dialog tersebut calon pengunjung juga dapat memberikan masukan kepada pemerintah yang memberikan informasi kepada masyarakat, dalam wawancara

bersama Bapak Iskandar sebagai seksi pemasaran, promosi, dan usaha pariwisata bahwasanya :

“penggunaan soisal media sangat membantu sekali bagi dinas pariwisata untuk lebih mendekatkan diri dengan masyarakat dan mengetahui apa yang diinginkan oleh masyarakat”

Dengan demikian maka Dinas Pariwisata Kabupaten Brebes menginginkan kedekatan interaksi dengan calon pengunjung wisata dan menerima masukan-masukan dari masyarakat dan selanjutnya mengevaluasi masukan yang diberikan oleh masyarakat.

Gambar 3. 1 Unggahan Sosial Media Pemerintah



Sumber : *instagram @pariwisatabrebes*

Gambar diatas menunjukkan pemerintah mengunjungi pariwisata yang berada di daerah Kabupaten Brebes dengan mengunggahnya kedalam akun sosial media dinas pariwisata yang dapat dilihat oleh calon pengunjung wisata.

Selanjutnya meupakan data yang menunjukkan adanya peningkatan setelah penggunaan media sosial yang dilakukan oleh dinas pariwisata Kabupaten Brebes, sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Data Sosial Media dan Pengunjung Media Sosial Dinas Pariwisata

Sosial media pemerintah	Obyek wisata	Jumlah unggahan	Jumlah komentar	Jumlah like	Jumlah Pengunjung Tahun		
					2015	2016	2017
Instagram (@pariwisata brebes)	Telaga renjeng	5	2-6	200-300	26.289	37.890	37.562
	Ow. waduk malahayu	19	1-6	200-400	57.592	66.800	61.051
	mangrove pandansari	18	3-4	150-400	59.789	78.293	79.267
	Kampung jalawastu	5	2-4	170-249	2.098	2.109	2.209
	Agro wisata kaligua	16	2-8	106-450	129.467	147.228	90.493
	Ow. waduk penjalin	7	1-2	94-186	33.056	33.235	32.158
	Kalibaya park	7	1-4	99-176	28.561	30.198	30.331
	Pantai Parin	8	1-3	37-161	103.225	103.725	100.923
	Pulau cemara	3	1-2	44-112	27.281	28.735	28.801
	Pemandian cipanas	3	1-4	37-83	28.227	25.614	25.791
	Ranto canyon	5	1-7	147-204	28.977	32.040	32.154
	Ow. Panenjoan	6	1-4	33-172	28.672	32.019	31.890
	Tirta Husada	5	1-2	33-165	40.439	33.157	42.151
Tirta Kencana	5	1	82-136	37.404	38.607	30.941	
Facebook Dinas Pariwisata Kabupaten Brebes	Waduk penjalin	1	0	24	26.289	37.890	37.562

Sumber : Sosial Media Dinas Pariwisata

Tabel 3. 2 Unggahan Informasi Dalam Media Sosial Dinas Pariwisata

Sosial media Pemerintah	Unggahan	Jumlah unggahan	Rata-rata jumlah komentar/postingan	Rata-rata jumlah like/postingan
Instagram (@pariwisatabrebes)	Informasi	45	1-12	66-625
	Acara	27	1-4	124-409
	Produk	16	10-16	168-234
Facebook (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Brebes)	Informasi	3	1	3-29
	Acara	3	6	15-28
	Produk	0	0	0

Sumber : Media Sosial Dinas Pariwisata

Tabel diatas merupakan data postingan sosial media milik pemerintah dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Brebes, dalam tabel tersebut dapat dilihat jumlah pariwisata yang pernah di unggah kedalam akun sosial media pemerintah dengan berapa jumlah pariwisata yang di unggah, berapa kali lokasi wisata tersebut pernah diunggah oleh pemerintah, jumlah rata-rata komentar pengguna sosial media pada setiap unggahan oleh akun tersebut, jumlah like atau tanggapan dari pengguna sosial media lain atas unggahan oleh akun pemerintah tersebut, dalam data tersebut juga dihitung rata-rata jumlah komentar serta tanggapan oleh masyarakat pengguna sosial media mengenai unggahan informasi wisata, acara wisata, dan produk wisata yang diunggah oleh akun wisata milik pemerintah.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan adanya peningkatan pengunjung yang mendatangi lokas-lokasi pariwisata yang ada di Kabupaten Brebes setelah digunakannya sosial media oleh pemerintah dalam fungsinya sebagai alat untuk mempromosikan pariwisata di Kabupaten Brebes, pada tahun 2017 terjadi beberapa

penurunan jumlah pengunjung di beberapa lokasi pariwisata yang menurut dinas pariwisata Kabupaten Brebes akibat dari perbaikan fasilitas seperti jalan yang dikarenakan oleh bencana longsor di kawasan dekat pariwisata di Kecamatan Salem, Kabupaten Brebes sehingga sementara lokasi wisata ditutup.

Sumber tabel tersebut diambil dari media sosial instagram dan facebook karena merupakan perangkat sosial media yang paling banyak digunakan atau sudah umum di kalangan masyarakat, perbandingan dari interaksi rata-rata yang telah di analisis berdasarkan tabel diatas, pemerintah dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Brebes lebih intens menggunakan sosial media instagram sebagai alat untuk memberikan informasi pariwisata kepada masyarakat pengguna sosial media berdasarkan tanggapan masyarakat yaitu fitur like dalam sosial media, dalam setiap informasi yang diunggah oleh pemerintah kedalam dua perangkat sosial media tersebut instagram mendapatkan paling sedikit like sebanyak 66 like dan yang terbanyak mendapatkan 409 like, sedangkan unggahan oleh pemerintah melalui facebook terendah mendapatkan like sebanyak 3 like dan tertinggi sebanyak 28 like, dengan demikian maka masyarakat lebih banyak menggunakan sosial media instagram dalam mencari informasi wisata.

b. Interaksi Pelaku Wisata

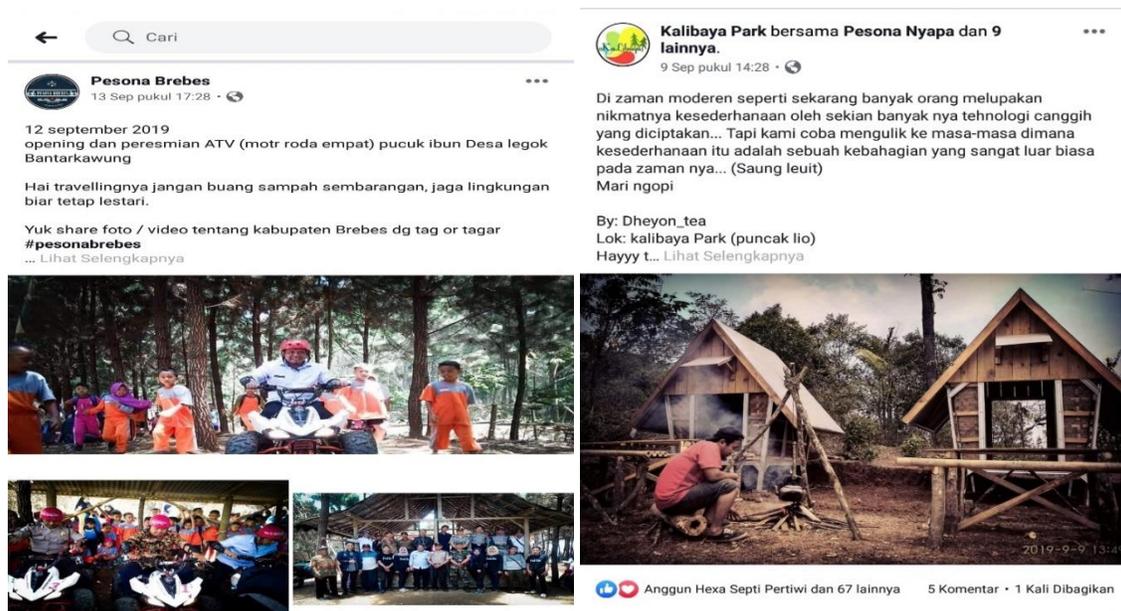
Interaksi dengan membuat akun sosial media khusus yang digunakan oleh pelaku wisata diluar akun pemerintahan dimana dikelola oleh pelaku usaha itu sendiri namun akun pemerintah dan pengunjung wisata juga dapat yang unggah oleh akun

pelaku wisata tersebut, akun yang dibuat oleh pelaku wisata lebih memberikan informasi produk yang dibuat oleh pelaku wisata secara khusus. Berikut ini merupakan wawancara bersama mba Dewi selaku penjaga pelaku di Kalibaya Park :

“ada akun di wisata kalibaya ini, tujuannya agar masyarakat lebih mudah melihat informasi-informasi yang lebih rinci”

dengan demikian dibuatnya akun oleh pelaku wisata diharapkan dapat membantu pemerintah untuk mengenalkan daerah wisata kepada masyarakat dengan lebih jelas, atau menambahkan informasi yang belum ditambahkan oleh pemerintah, hal tersebut juga membantu calon pengunjung untuk mencari informasi yang belum mereka ketahui.

Gambar 3. 2 Unggahan Sosial Media Pelaku Wisata



Sumber : Facebook Pesona Brebes dan Kalibaya Park

Gambar diatas menunjukkan unggahan dari akun pelaku wisata yang memberikan informasi kepada calon wisatawan bahwa terdapat wahana atau fasilitas baru yang terdapat di tempat wisata yang mereka kelola hal tersebut sangat memberikan manfaat bagi calon wisatawan untuk mendapatkan informasi mengenai fasilitas dan produk apa saja yang terdapat dalam lokasi wisata yang akan wisatawan kunjungi.

Tabel 3. 3 Data Sosial Media Pelaku Wisata

Sosial media pelaku wisata (Instagram)	Unggahan	Jumlah unggahan	Jumlah rata-rata Komentar	Jumlah rata-rata like	Jumlah Pengunjung Tahun		
					2015	2016	2017
Instagram (@explorebres)	Informasi	6	12-22	417-1467	n/a	n/a	n/a
	Acara wisata	5	15-74	490-1884			
	Produk wisata	6	22-51	500-1433			
Instagram (@kaliguangangeni)	Informasi	9	1	41-93	129467	147228	90493
	Acara wisata	2	3-2	36-79			
	Produk Wisata	5	31	14-87			
Instagram (@dewimangrovesari)	Informasi	8	2-5	67-132	59789	78293	79267
	Acara wisata	6	1-4	59-202			
	Produk wisata	1	6	116			
Instagram (@panenjoan_salem)	Informasi	6	1	53-164	28672	32019	31890
	Acara wisata	3	1	80-122			
	Produk wisata	2	1	151			
Instagram (@kalibaya_park)	Informasi	18	4-17	80-321	28561	30198	30331
	Acara wisata	6	1-17	116-174			
	Produk wisata	0	0	0			
Instagram (@ranto_canyon)	Informasi	8	1-12	96-239	28977	32040	32154
	Acara wisata	5	4-14	58-166			
	Produk wisata	0	0	0			
Instagram (@wadukpenjalin)	Informasi	8	4	104-267	33056	33235	21158
	Acara wisata	5	3-12	154-247			
	Produk wisata	2	3-28	299-500			

Sumber : Media Sosial pelaku Wisata

Tabel 3. 4 Unggahan Informasi Dalam Media Sosia Pelaku Wisata

Sosial media pelaku wisata (Facebook)	Unggahan	Jumlah unggahan	Jumlah rata-rata komentar	Jumlah rata-rata like
Kalibaya park	Informasi wisata	9	7-28	10-77
	Acara wisata	5	1-24	14-77
	Produk wisata	1	5	3-27
Kaligua ngangeni	Informasi wisata	5	5-12	55-233
	Acara wisata	4	9-10	64-126
	Produk wisata	6	2-12	39-91
Desa wisata mangrove pandansari	Informasi wisata	13	1-8	3-108
	Acara wisata	6	4-12	1-15
	Produk wisata	3	2	2-71
Panenjoan salem	Informasi wisata	9	1-3	13-39
	Acara wisata	0	0	13
	Produk wisata	0	0	18

Sumber : Media Sosial Pelaku Wisata

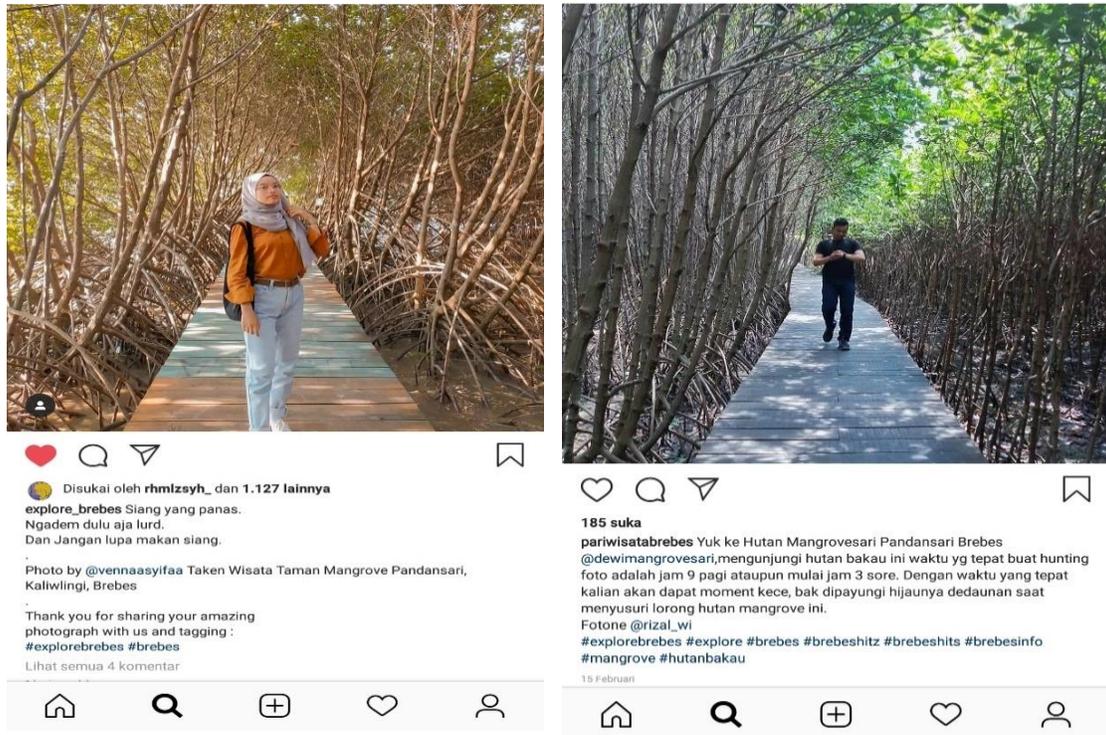
Tabel diatas merupakan data unggahan sosial media oleh pelaku wisata dan pegiat wisata, dalam unggahan tersebut terdapat informasi, acara, produk yang diunggah oleh pelaku wisata dan pegiat wisata. Dengan penggunaan media sosial yang dilakukan oleh pelaku wisata ternyata dapat memberikan manfaat untuk menarik pengunjung wisata yang terbukti pada tahun 2015-2016 terdapat peningkatan pengunjung pariwisata serta terdapat banyak pula respon dari masyarakat pengguna media sosial seperti pada tabel tersebut, dengan demikian penggunaan sosial media sangat efektif untuk menarik wisatawan/pengunjung.

Pengambilan data memfokuskan pada jumlah rata-rata unggahan informasi wisata, acara wisata, dan produk wisata oleh pelaku wisata, dalam kedua perangkat sosial antara instagram dan facebook pegiat wisata serta pelaku wisata lebih banyak berinteraksi atau memberikan informasi melalui instagram berdasarkan rata-rata like serta komentar dari masyarakat dalam postingan yang diunggah oleh pelaku dan pegiat wisata, dalam perangkat instagram unggahan yang mendapatkan jumlah like terendah sebanyak 14 like serta yang tertinggi mencapai 1884 like, selanjutnya postingan yang diunggah oleh facebook jumlah tertinggi rata-rata like dalam setiap postingan jumlah tertinggi mencapai 223 like serta yang terendah mencapai 1 like saja dari masyarakat pengguna sosial media, dengan demikian instagram merupakan perangkat populer yang banyak digunakan masyarakat.

c. Interaksi Pengunjung

Interaksi oleh pengunjung atau wisatawan dalam media sosial berbentuk unggahan mereka yang tersebar melalui sosial media yang selanjutnya akan dilihat oleh pengguna sosial media lainnya. Interaksi tersebut akan memberikan dampak pada suatu lokasi wisata dimana akan lebih dikenal oleh masyarakat luas yang kemudian diunggah ulang *re-post* oleh akun dari pemerintah ataupun akun dari pelaku wisata, hal ini dapat memberikan informasi kepada pengguna lain dan pemerintah serta pelaku wisata menjadi dikenal oleh pengguna lain, hal ini menjadi keuntungan bagi pemerintah dan pelaku wisata yang dimana pariwisata mereka di promosikan secara tidak langsung.

Gambar 3. 3 Unggahan Sosial Media Pelaku Wisata



Sumber : *instagram @pariwisatabrebes*

Gambar diatas menunjukkan wisatawan atau pengunjung yang mengunggah foto mereka di akun media sosial mereka di unggah ulang oleh akun sosial media pemerintah ataupun akun sosial media pelaku wisata yang diharapkan akan menarik wisatawan lain yang menggunakan sosial media yang melihat unggahan tersebut.

2. Profil atau data yang dibuat oleh Dinas Pariwisata yang dapat diakses oleh calon wisatawan

Penyajian data merupakan hal yang sangat penting untuk menginformasikan laporan yang sudah melalui tahap penelitian dan sudah dianalisis dengan sederhana

agar dengan mudah dapat dipahami oleh pembaca, pemberian data atau profil pariwisata oleh dinas pariwisata bertujuan untuk memberitahukan data-data yang sudah diambil dari lokasi-lokasi pariwisata hal tersebut merupakan sesuatu hal yang penting untuk dibagikan dalam media pemerintah agar calon wisatawan dapat dengan mudah untuk mencari informasi tentang pariwisata mana yang sesuai dengan keinginan mereka sebelum mereka mengunjungi pariwisata yang akan dituju. Berikut ini merupakan penjelasan dari Bapak Iskandar mengenai pemberian informasi data dalam media sosial dinas pariwisata :

“Dalam akun sosial media pemerintah dinas pariwisata yang ada pemerintah berusaha memberikan informasi data yang akurat dengan meninjau langsung lokasi-lokasi wisata serta mendata yang nantinya akan di infokan ke dalam sosial media, bukan hanya dalam sosial media saja melainkan kedalam aplikasi yang bisa di download di app-store atau di playstore, data yang diunggah diambil dengan detail, walaupun masih banyak yang harus ditambahkan atau diupgrade lagi”

Dengan demikian maka Dinas Pariwisata Kabupaten Brebes, telah berusaha untuk memberikan informasi data yang akurat kepada calon pengunjung pariwisata dan bahkan sudah membuatkan aplikasi yang nantinya lebih mudah lagi digunakan oleh calon wisatawan.

Pemberian data diharapkan dapat membantu wisatawan untuk mengetahui apa saja yang terdapat dalam suatu lokasi wisata, seperti tempat penginapan, akses menuju lokasi wisata, peta lokasi wisata, apa saja yang khas di lokasi wisata tersebut dengan data yang mudah dimengerti dan harus sesuai dengan apa yang terdapat di lokasi wisata tersebut oleh calon wisatawan yang akan datang.

Gambar 3. 4 Informasi Data Resmi dinas Pariwisata

REKAP PENGUNJUNG TAHUN 2017
DINAS PARIWISATA, KEBUDAYAAN, PEMUDA DAN OLAH RAGA
KABUPATEN BREBES

BULAN	OW. MALAHAYU	OW. PARIN	OW. CIPANAS	OW. TIRTA HUSADA	AGRO WISATA KALGUA	OW. WADUK PENJALIN	KOLAM RENANG TIRTA KENCANA	KETERANGAN
1	2	3	4	5	6	7	8	9
JANUARI	3,963	8,155	1,820	7,944	14,694		-	
FEBRUARI	3,247	4,735	1,608	3,260	7,488		2,841	
MARET	3,156	6,325	1,736	3,760	3,360		2,841	
APRIL	3,011	6,585	1,770	3,610	5,635		3,018	
MEI	3,373	5,780	2,004	2,700	4,728		3,676	
JUNI	16,123	21,175	4,182	5,505	18,201		702	
JULI	9,752	8,823	5,250	7,309	-		3,908	
AGUSTUS	2,614	3,875	1,670	1,565	4,692		3,260	
SEPTEMBER	2,584	7,955	1,686	2,130	7,585		4,801	
OKTOBER	3,307	9,205	1,446	1,147	6,451		-	
NOPEMBER	3,307	7,220	1,312	1,541	4,931		3,142	
DESEMBER	6,614	11,090	1,307	1,680	12,728		2,752	
JUMLAH	61,051	100,923	25,791	42,151	90,493	-	30,941	351,350

Mengetahui,
 KEPALA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
 KABUPATEN BREBES

Ir. AMIN BUDI RAHARJO, M.Pi
 Pembina Utama Muda
 NIP. 19581030 198503 1 004

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Brebes

Gambar 3. 5 Unggahan Informasi Wisata Sosial Media Pemerintah



Sumber : intagram @pariwisatabrebes

Gambar diatas merupakan penyajian data oleh pemerintah bukan hanya data resmi yang berupa tabel formal yang dibuat oleh pemerintah melainkan dibuatkan juga data dengan infografis yang di unggah ke dalam akun pemerintah dengan tujuan agar masyarakat dan pelaku wisata dapat melihat serta membaca data itu dengan mudah.

3. Bentuk komunikasi antara dinas pariwisata, pelaku wisata, dan wisatawan dalam bentuk virtual

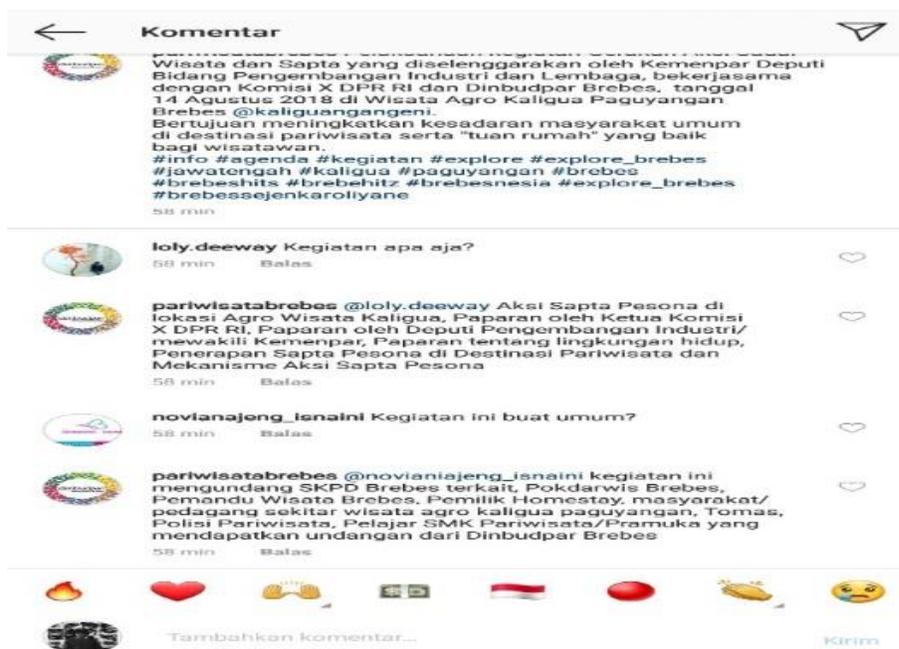
Pada abad ini penggunaan ruang publik virtual menjadi hal yang sangat umum digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat yang menggunakan sosial media untuk mengekspresikan pemikiran-pemikiran serta pendapatnya, proses komunikasi virtual dengan cepat akan menyebar ke seluruh pengguna sosial media dengan latar belakang yang berbeda yang saling memberikan opini terkait isu-isu yang sedang ramai dibicarakan terbentuknya komunikasi virtual dapat pula mengendalikan kebijakan-kebijakan pemerintah dengan dialog yang terjadi antara pemerintah dengan pengguna sosial media.

Dalam indikator ini dijelaskan bahwa komunikasi yang berlangsung dalam media sosial berlangsung secara virtual tidak bertatap muka secara langsung hanya melalui prantara internet saja, hal ini dapat dilakukan oleh semua masyarakat yang ingin berkomunikasi dengan pengelola wisata yang menyediakan fasilitas-fasilitas dalam lokasi wisata, atau menanyakan langsung pada pemerintah melalui akun sosial media pemerintah yang terdapat fitur komentar untuk melakukan percakapan didalamnya seperti memberikan masukan, komentar kepada pemerintah, menanyakan informasi kepada pemerintah. Berikut ini merupakan penjelasan Bapak Johar, S.H selaku kepala Dinas Komunikasi Brebes bahwasanya :

“penggunaan sosial media dalam fungsinya sebagai alat untuk berkomunikasi yang diaplikasikan pada pemerintahan sangat menguntungkan bukan hanya untuk pemerintah saja melainkan masyarakat, dengan adanya sosial media masyarakat atau pemerintah dapat berbincang untuk memberikan masukan-masukan ataupun informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat”

Menurut penjelasan yang diberikan oleh Bapak Johari, diatas menunjukan bahwa adanya komunikasi virtual dengan pemerintah mengelola informasi menyebarkan inormasi kepada masyarakat melalui sosial media sangat memberikan manfaat yang positif bagi masyarakat dan bagi pemerintah itu sendiri deimana dengan komunikasi virtual pemerintah, pelaku wisata, dan wisatawan dapat berkomunikasi dengan praktis untuk memberikan masukan-masukan, keluhan, dan memberikan inormasi.

Gambar 3. 6 Interaksi Dalam Sosial Media



Sumber : Instagram @pariwisatabrebes

Dari gambar diatas dapat dianalisis bahwa dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Brebes sudah menggunakan fasilitas tersebut untuk menginformasikan mengenai wisata kepada masyarakat yang dan terjadi reaksi yang ditanggapi oleh masyarakat dalam kolom komentar seperti masukan dan keluhan yang diberikan masyarakat kepada pemerintah.

B. Strategi Promosi Pariwisata Dinas Pariwisata Pada Era Milenial

Dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran daerah wisata pemerintah dituntut untuk melakukan mengenalkan, mempromosikan daerah wisatanya kepada calon pengunjung dengan seluas-luasnya, di era yang serba menggunakan sistem digital seperti pada abad ini tentunya menjadi sesuatu yang menguntungkan bagi pemerintah untuk memperkenalkan atau mempromosikan pariwisata kepada masyarakat calon pengunjung wisata.

Promosi merupakan suatu cara untuk mengenalkan suatu produk oleh produsen yang selanjutnya akan diperkenalkan kepada konsumen. Tujuan dari promosi itu sendiri untuk menarik minat konsumen untuk menggunakan produk yang telah di produksi oleh produsen kepada konsumen.

Pemanfaatan sistem sosial media yang dimanfaatkan oleh pemerintah juga ikut membantu memudahkan proses promosi pariwisata, dengan sosial media yang banyak digunakan oleh masyarakat pada saat ini dan sudah menjadi umum untuk memberikan informasi berita-berita ataupun melakukan promosi pariwisata itu sendiri, promosi

yang berlangsung dalam sosial media dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat secara luas bukan hanya di suatu daerah saja melainkan dapat menjangkau seluruh negara atau bahkan dunia, dengan biaya yang tidak mahal. Berikut ini merupakan analisis mengenai strategi promosi pariwisata di era millennial atau era digital oleh pemerintah.

1. Penyampaian informasi dan produk pariwisata oleh Dinas Pariwisata untuk menarik wisatawan

Penyampaian informasi dan produk pariwisata merupakan cara dari pemerintah untuk memperkenalkan informasi-informasi serta produk-produk yang terdapat dalam lokasi wisata agar masyarakat dengan mudah dapat mengetahui apa saja informasi serta produk yang terdapat dalam suatu daerah wisata. Pada zaman yang sudah memanfaatkan semua kehidupan hampir seluruhnya tidak jauh dari bantuan internet serta banyaknya masyarakat yang sudah menggunakan internet untuk membantu kehidupan mereka khususnya sosial media, dengan demikian maka pemerintah juga ikut memanfaatkan sosial media sebagai alat untuk informasi, pelayanan pemerintah, untuk melakukan perizinan dan lain sebagainya, bagi pemerintah dinas pariwisata pemanfaatan sosial media serta internet lainnya sangat membantu kinerja untuk mempromosikan dan menyebar luaskan informasi serta produk wisata kepada masyarakat

Dengan demikian maka pemanfaatan sosial media oleh pemerintah dalam kegunaannya sebagai alat untuk mempromosikan produk-produk wisata serta

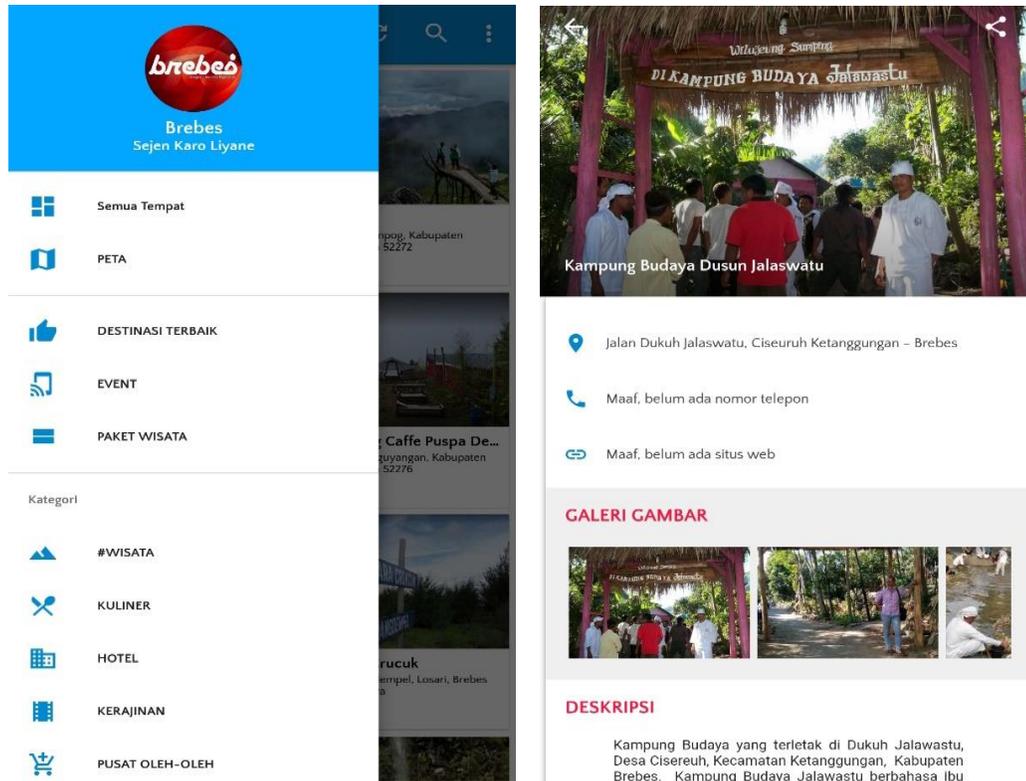
memberikan informasi-informasi mengenai wisata kepada masyarakat memberikan dampak positif terhadap minat pengunjung yang serta manfaat bagi penjualan dari produk-produk wisata yang telah pemerintah sebar luaskan dalam media sosial. Penggunaan sosial media dalam mempromosikan produk serta informasi itu juga memberikan dampak positif juga kepada masyarakat, yaitu dapat dengan mengetahui produk-produk serta informasi-informasi sebelum mereka mengunjungi lokasi wisata.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama Bapak Iskandar, beliau mengatakan :

“Setelah penggunaan sosial media ataupun penggunaan media internet yang lainnya sudah banyak digunakan oleh masyarakat, apalagi gubernur Jawa Tengah Bapak Ganjar juga aktif sekali dalam akun sosial medianya dalam berkomunikasi dengan masyarakat hal tersebut menjadi alasan bagi dinas pariwisata untuk memanfaatkan sosial media untuk memberikan informasi-informasi mengenai wisata di Kabupaten Brebes, bukan hanya melalui sosial media saja melainkan kami juga membuat aplikasi tentang pariwisata dengan naman (Brebes Sejen Karo Liyane) dengan data yang diambil sedetail-detailnya langsung ke lokasi wisata, walaupun masih ada banyak kekurangan dan masih sedang di perbaiki”

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pemerintah ikut memanfaatkan sosial media sebagai alat untuk mengenalkan dan mempromosikan produk-produk serta fasilitas pariwisata bahkan membuat aplikasi pariwisata, penggunaan sosial media dilatarbelakangi dengan kemajuan zaman yang sudah menggunakan internet dan sosial media dalam membantu masyarakat, dengan adanya sosial media serta media internet yang lain pemerintah menginginkan informasi yang mereka sampaikan cepat tersebar dalam masyarakat.

Gambar 3. 7 Aplikasi Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata



Sumber : Aplikasi Brebes Sejen Karo Liyane

Gambar diatas merupakan aplikasi yang di luncurkan oleh pemerintah dinas pariwisata Kabupaten Brebes dengan nama “brebes sejen karo liyane” yang terdapat banyak fitur dalam aplikasi itu seperti peta lokasi daerah pariwisata, destinasi wisata dengan deskripsi daerah wisata didalamnya, event, daftar penginapan, daftar produksi wisata dan oleh-oleh aplikasi tersebut masih dalam tahap penambahan data-data yang diambil langsung ke daerah wisata.

2. Penyampaian informasi dan produk pariwisata oleh pelaku wisata dalam meningkatkan minat wisatawan

penyampaian informasi dan produk pariwisata menggunakan sosial media dapat menjadi alternatif pemasaran yang baik bagi para pelaku wisata karena sistem sosial media yang dapat menjangkau masyarakat secara luas tanpa membutuhkan waktu yang lama serta mengeluarkan biaya yang banyak. Untuk itu maka penggunaan sosial bagi pelaku wisata dalam memberikan informasi serta produk harus jelas serta mudah dipahami dan menarik bagi calon wisatawan yang ingin mengetahui informasi dan produk pariwisata itu sendiri.

Penyampaian produk serta informasi melalui sosial media merupakan langkah promosi atau pemasaran yang umum dilakukan oleh semua masyarakat. Penggunaan sosial media pada proses promosi.penyampaian promosi pariwisata melalui sosial media yang baik mampu meningkatkan perkembangan obyek wisata yang mereka promosikan dalam sosial media. Dengan kemampuan sosial media dalam membantu promosi pariwisata bagi para pelaku wisata yang semakin mudah, cepat dan tidak membutuhkan banyak biaya dapat berhasil dengan kreatifitas pelaku wisata dalam menjaring minat calon wisata.

Berikut ini merupakan wawancara dengan Mas Aan sebagai pegiat wisata serta admin dari akun instagram @explorebrebes terkait sosial media dalam membantu pelaku wisata untuk meningkatkan wisata di brebes :

“Penggunaan sosial media bagi pelaku wisata itu sendiri sangat memberikan dampak yang sangat besar, penggunaan sosial media tidak membutuhkan biaya yang banyak dan dapat dilihat sendiri hasilnya dari proses promosi yang sudah dilakukan, apalagi mengunjungi tempat wisata sekarang menjadi tren untuk mereka abadikan dan mereka sebarkan lagi melalui akun mereka masing-masing secara tidak langsung pengunjung juga ikut mempromosikan pariwisata itu sendiri yang dapat tersebar secara cepat keseluruh penjuru negeri maupun luar negeri”

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa melakukan penyampaian informasi melalui sosial media sangat membantu pelaku wisata untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat secara luas dengan cepat, biaya yang murah. Bagi pelaku wisata diharapkan dapat memberikan kreatifitas-kreatifitas mereka untuk semakin menarik minat wisatawan untuk mendatangi lokasi wisata mereka.

Gambar 3. 8 Wisatawan Mancanegara dalam Unggahan Sosial Media Pelaku Wisata



Sumber : *Instagram/kaliguangangeni*

Gambar 3. 9 Informasi Dalam Sosial Media Pelaku Wisata

TARIF PENGINAPAN

No	Nama Wisma	Tarif Per Hari
1	Wisma Kesambi 2 Kamar, Kap. 2org/kamar	400.000 / Vltz
2	Wisma Mamar 8 Kamar, Kap. 2org/kamar	100.000 / Room
3	Wisma Dufita 2 Kamar, Kap. 2org/kamar	400.000 / Vltz
4	Wisma Hembayan 8 Kamar, Kap. 2org/kamar	300.000 / Room
5	Wisma Anggrik 2 Kamar, Kap. 2 org/kamar	250.000 / Room
6	Wisma Kemanga 2 Kamar, Kap. 2 org/kamar	250.000 / Room
7	Wisma Bonda Ruar 2 Kamar, Kap. 2 org/kamar	300.000 / Vltz
8	Wisma Asella Tinar 2 Kamar, Kap. 2 org/kamar	200.000 / Vltz
9	Wisma Pelajar	50.000 / Kamar
10	Extra Bed	50.000 / Orang

FASILITAS
 Tea Walk
 Outbound Games
 Outbound Adventure
 Wahana Sepeda Air
 Wisma
 Pondokan
 Cafe
 Camping Ground
 Lapangan Tennis
 Gedung Pertemuan
 Sound System Lengkap

Menyediakan Souvenir
 Teh Hitam
 Teh Hijau
 Teh Putih
 Air Mineral Kaligua

WISATA AGRO PERKEBUNAN TEH KALIGUA
 Marketing & Reservation
 PT. Perkebunan Nusantara DE
 Kebun Teh Kaligua
 Pandansari - Paguyangan - Brebes
 Jawa Tengah - Kode Pos 52276
 Telp. 0812 999 669
 C/P : Marjono 0812 2735 3505
 Suroso 0823 2555 4488
 Juardhi 0852 0050 1113

75 suka
 kaliguangangeni Info lengkap Wisata Agro Kaligua #jackputra
 #brebessejenkaroliane #kaligua #inibumiayu #instapaguyangan
 Lihat 1 komentar
 16 Februari

Sumber : *instagram @kaliguangangeni*

3. Komunikasi langsung para pelaku wisata dalam mempromosikan pariwisata

komunikasi langsung pelaku wisata untuk mempromosikan pariwisata dilakukan secara bertatap muka langsung antara pelaku wisata dengan pengunjung wisata, disamping menggunakan komunikasi dengan prantara internet melalui sosial media. Komunikasi ini berlangsung pada saat pelaku wisata menawarkan produk ataupun informasi-informasi mengenai wisata seperti menawarkan oleh-oleh produk khas daerah wisata, ataupun fasilitas seperti tempat penginapan, transportasi, akses menuju lokasi wisata, ataupun event yang akan berlangsung dalam lokasi wisata.

Jangkauan komunikasi langsung oleh pariwisata dalam mempromosikan daerah wisata tidak seluas dengan mempromosikan daerah wisata dengan menggunakan sosial media, cakupannya hanya disekitar wilayah daerah wisata yang mendapatkan informasi secara langsung saja, dengan demikian maka informasi yang disampaikan hanya untuk masyarakat wilayah tersebut atau wisatawan yang berada diwilayah tersebut, contoh dari komunikasi tersebut seperti pengumuman dengan pengeras suara atau spanduk-spanduk saja.

Berikut ini merupakan wawancara bersama Bapak Iskandar

“ya memang melakukan komunikasi langsung dengan pengunjung wisata dirasa lebih akrab dibandingkan dengan komunikasi yang di perantarai oleh internet khususnya sosial media, walaupun cakupannya tidak seluas sosial media namun penggunaan komunikasi secara langsung masih sering digunakan, akan terjadi kedekatan antara pelaku wisata dengan pengunjung wisata, dan pengunjung wisata pun akan merasa senang bila pelaku wisata bisa bersikap ramah melalui komunikasi secara langsung tersebut”

Berdasarkan wawancara tersebut dapat dianalisis bahwa penggunaan komunikasi langsung dalam memberikan informasi mengenai wisata kepada wisatawan akan menimbulkan hubungan yang lebih dekat dengan pengunjung wisata walaupun sebran informasi tidak seluas dengan menggunakan sosial media. Dengan komunikasi secara langsung wisatawan akan dibuat nyaman bilamana pelaku wisata bersikap ramah dalam memberikan informasinya dengan demikian bukan tidak mungkin wisatawan akan datang lagi ketempat tersebut atau merekomendasikan kepada keluarga atau kerabat dekat mereka untuk menuju wisata tersebut yang didalamnya terdapat pelaku wisata yang ramah dalam memberikan informas.

4. Pernyataan wisatawan mengenai daerah wisata secara positif yang menarik minat wisatawan lain, dan menguntungkan pariwisata daerah.

Pernyataan positif dari wisatawan mengenai obyek wisata yang telah dikunjunginya merupakan suatu testimoni, testimoni adalah ungkapan kepuasan mereka karena telah mendapatkan produk atau layanan yang baik dari penyedia jasa atau produsen. Adanya sosial media mempermudah masyarakat untuk membagikan cerita mereka kepada masyarakat pengguna sosial media diluar sana berupa foto atau video.

Dengan unggahan dari pengunjung pariwisata yang telah mengunggah foto atau video mereka pada akun sosial media mereka maka secara tidak langsung mereka ikut mempromosikan daerah wisata yang telah mereka abadikan kemudian mereka unggah kedalam media sosial tersebut. Berikut ini merupakan wawancara bersama mas Aan admin @explorebrebes

“sejak tahun 2016 masyarakat indonesia khususnya wilayah brebes bisa dikatakan sedang mengikuti tren mengunjungi daerah wisata lalu kemudian mereka unggah kedalam akun sosial media mereka, dengan adanya tren itu maka pariwisata juga mengalami peningkatan dalam jumlah pengunjung yang datang, jadi menurut saya adanya sosial media yang digunakan oleh pengunjung untuk membagikan foto atau video mereka dalam akun mereka secara otomatis ikut menjadi alat promosi bagi pariwisata itu sendiri dan menjadi dampak positif bagi kemajuan pariwisata di Kabupaten Brebes”

Berdasarkan wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa pengaruh dari adanya unggahan foto serta video oleh wisatawan yang mereka sebarkan melalui media sosial mereka, menjadikan salah satu faktor berkembangnya pariwisata. Dengan adanya unggahan tentang daerah wisata yang mereka sebarkan melalui sosial media

mereka akan menyebarluas secara global dengan itu maka pariwisata tersebut akan lebih banyak dikenal oleh masyarakat dalam negeri maupun luar negeri.

Dari analisis tersebut menunjukkan peran pengunjung wisata serta pengaruh sosial media sangat penting guna menyebarluaskan daerah-daerah wisata, secara tidak langsung mereka ikut mempromosikan wisata, hal tersebut dapat dilihat dari akun @explorebrebes yang mengunggah ulang unggahan dari pengunjung wisata.