

BAB IV PENUTUP

4.1. KESIMPULAN

Kegiatan pembangunan yang berjalan di Maluku terhenti pada saat terjadi konflik horizontal pada tahun 1999. Konflik yang terjadi melumpuhkan hampir semua sektor pembangunan di Maluku termasuk sektor pariwisata. Pembangunan pariwisata Maluku pasca konflik oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata provinsi Maluku aktif dilaksanakan sejak tahun 2004. Pembangunan pariwisata dilaksanakan dengan diawali pembangunan fisik yang rusak parah selama konflik terjadi, kegiatan pembangunan fisik ini kemudian dilengkapi dengan kegiatan promosi pariwisata Maluku kepada masyarakat nusantara dan mancanegara serta para investor.

Kegiatan promosi pariwisata yang dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maluku pasca konflik di tahun 2010 melalui tahap-tahap perencanaan sebagai berikut tahap analisis situasi, penetapan target audience, perancangan pesan, penentuan strategi, pemilihan bauran promosi hingga tahap evaluasi. Proses analisis situasi dilakukan dengan mengidentifikasi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* (analisis SWOT) yang menjadi pegangan bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam melaksanakan perencanaan kegiatan promosi.

Pesan yang ingin disampaikan lewat program promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata provinsi Maluku pada tahun 2010 adalah Maluku sebagai salah satu pilihan tempat wisata budaya. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maluku melalui tema "Tahun Wisata Budaya" berupaya mengajak masyarakat untuk lebih mengenal budaya Maluku dan bahwa Maluku memiliki potensi budaya yang sama kayanya dengan potensi Sumber Daya Alamnya. . Kenyataan di lapangan, pesan yang ingin disampaikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata belum benar-benar secara optimal disampaikan melalui saluran komunikasi yang dipilih. Pemanfaatan sejumlah sarana komunikasi juga belum maksimal baik dari segi tampilan yang mencerminkan pesan yang ingin disampaikan maupun kuantitas dan kualitas pesan yang disampaikan.

Bauran komunikasi yang dipilih dalam promosi pariwisata Maluku tahun 2010 adalah Iklan, *Public Relations* serta keikutsertaan Maluku dalam sejumlah pameran pariwisata baik di dalam maupun di luar negeri yang juga belum optimal dalam pelaksanaannya. Sayangnya iklan, *Public Relations* dan keikutsertaan Maluku dalam pameran pariwisata nasional dan internasional pun belum berjalan secara optimal. Iklan *below the line* dan *above the line* yang dimanfaatkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maluku belum benar-benar optimal baik dari segi jumlah yang disebarakan maupun konten dari iklan itu sendiri. Hasilnya, pemanfaatan bauran promosi semacam ini

menjadi semacam keharusan saja karena telah digunakan di tahun-tahun sebelumnya tanpa ada perubahan berarti dan evaluasi dan perubahan agar iklan bisa lebih optimal menjangkau target *market*.

Tahap evaluasi program pariwisata Maluku tahun 2010 dilaksanakan melalui dua tahap pelaporan kegiatan. Secara internal, sistem pelaporan yang dilakukan adalah sistem penjenjangan yaitu kepala seksi akan melaporkan kegiatannya setiap triwulan kepada kasubdin, dan Kasubdin akan melaporkan kegiatannya pada Kepala Dinas di tiap semester. Sedangkan secara eksternal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata membuat laporan pelaksanaan kegiatan sesuai permintaan dari pemerintah daerah berupa laporan bulanan, triwulan, semesteran, tahunan, Lakip dan Laporan pertanggungjawaban Gubernur bidang kebudayaan dan pariwisata (LPJ Gubernur).

Dalam pelaksanaannya, kegiatan promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata provinsi Maluku selama tahun 2010 juga kurang mengoptimalkan peran serta pihak swasta untuk turut membantu pelaksanaan program promosinya. Padahal peran serta pihak swasta bisa lebih memudahkan kegiatan pembangunan pariwisata di Maluku. Namun kenyataan belum ada bagian khusus dari seksi promosi yang khusus berfungsi untuk mengatur urusan dengan pihak swasta dan belum adanya upaya untuk mengoptimalkan kerjasama dengan pihak swasta.

Salah satu permasalahan yang juga muncul dalam pelaksanaan kegiatan promosi di Maluku adalah masalah keterbatasan dana pokok yang dikeluarkan untuk pelaksanaan kegiatan promosi, Rasanya begitu mustahil jika dengan jumlah pokok yang sangat sedikit per tahun digunakan untuk melakukan salah satu fungsi paling penting dalam kegiatan pembangunan pariwisata Maluku, yaitu kegiatan promosi. Apalagi untuk ukuran provinsi ditambah dengan fakta bahwa promosi provinsi Maluku lebih “istimewa” dibanding provinsi lain di Indonesia karena latar belakang konflik yang pernah terjadi di Maluku.

4.2. SARAN

Setelah melihat kepada proses pelaksanaan promosi yang oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maluku pada tahun 2010, maka peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

- a. Melihat kepada terbatasnya kualitas Sumber Daya Manusia, agar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Maluku dapat menjaring lebih banyak lagi Sumber Daya Manusia yang berkualitas dengan bidang ilmu yang sesuai atau menyiasati permasalahan ini dengan mengadakan sejumlah kegiatan penyuluhan dan pendidikan khususnya di bidang kepariwisataan. Kedepannya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga dapat meningkatkan kualitas pegawai dengan memberikan beasiswa

peningkatan akademik bagi para pegawai khususnya untuk meningkatkan pemahaman kepariwisataan dalam kaitannya dengan pembangunan pariwisata di Maluku.

- b. Melihat kepada masih terbatasnya anggaran yang diberikan kepada seksi promosi agar kedepannya anggaran lebih ditingkatkan dari segi jumlah agar pelaksanaan kegiatan promosi terutama promosi pariwisata ke luar negeri dapat berjalan secara maksimal karena kegiatan promosi pariwisata ke luar negeri bisa menjadi salah satu kegiatan penting untuk mempromosikan pariwisata Maluku kepada calon wisatawan atau investor di luar negeri.
- c. Hasil penelitian yang menunjukkan masih belum optimalnya pemanfaatan sejumlah bauran promosi seperti iklan, *public relations* dan pelaksanaan promosi ke dalam dan luar negeri, untuk itu agar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mampu mengevaluasi lagi penggunaan media yang pernah ada, sebelumnya. Disesuaikan dengan target market yang ingin dijangkau sebaiknya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata lebih mengoptimalkan website dan jejaring sosial yang dimiliki. Selain itu kedepannya tampilan brosur, kalender, dan buku panduan wisata agar dibuat lebih menarik dibandingkan tampilan yang dicetak saat ini dengan penambahan jumlah yang disebarakan kepada masyarakat dan target market.

- d. Perbaikan mutu dan peningkatan kualitas produk pariwisata agar lebih ditingkatkan lagi kedepannya. Perbaikan mutu dan kualitas produk pariwisata dapat dilakukan dengan memperbaiki kerusakan fisik yang masih ada dan pemaksimalan kerjasama dengan pihak-pihak pendukung pariwisata di Maluku. Pasca terjadinya konflik, banyak sekali obyek wisata dan situs budaya yang kemudian menjadi tidak seindah sebelumnya sehingga perbaikan terhadap situs budaya dan obyek wisata tersebut dibutuhkan agar mendukung kegiatan pembangunan pariwisata di Maluku.
- e. Untuk mengoptimalkan kegiatan pembangunan pariwisata di Maluku, sebaiknya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata lebih mengoptimalkan lagi kerjasama dan keterlibatan pihak swasta dalam pelaksanaan kegiatan promosinya. Selain itu asosiasi-asosiasi pendukung amenities pariwisata yang sudah ada agar dioptimalkan kerjasamanya agar pelayanan terhadap wisatawan dapat berjalan secara maksimal.

Demikian skripsi sederhana ini dibuat. Semoga apa yang peneliti tulis dan sarankan dapat memberi sumbangsih bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maluku khususnya dalam mengembangkan pariwisata Maluku pasca konflik.