



Implementasi Strategi Promosi Wisata Melalui Website Sipinter Berisi

Dadi Ahmadi*, Natasya Giyar Dwisyafitri

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 21/2/2021

Revised : 6/6/2021

Published : 14/7/2021



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 2

No. : 2

Halaman : 109 - 118

Terbitan : Desember 2022

ABSTRAK

Pemerintah Kabupaten Purwakarta melalui Dinas Kepemudaan, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Purwakarta menciptakan suatu inovasi mengenai kepariwisataan yang memanfaatkan teknologi. Inovasi tersebut dinamai Sipinter Berisi atau Sistem Informasi Pariwisata Terintegrasi. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui perencanaan strategi, implementasi strategi, hambatan yang dialami, dan bentuk evaluasi yang dilakukan oleh Disporaparbud Kabupaten Purwakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan paradigma konstruktivisme. Perencanaan yang dilakukan yaitu dengan tahapan pencarian data dan pemilihan media berbasis website. Dalam pelaksanaannya dilakukan koneksi media TV, pemetaan stakeholder dalam kepentingan yang berbeda, dan mobilisasi pengelola wisata.

Kata Kunci : Strategi promosi pariwisata, media promosi, pariwisata Purwakarta

ABSTRACT

The Government of Purwakarta Regency through the Office of Youth, Sports, Tourism and Culture of Purwakarta Regency created an innovation regarding tourism that utilizes technology. The innovation is named Sipinter Contains or Integrated Tourism Information System. The purpose of this study is to determine strategic planning, strategy implementation, obstacles experienced, and the form of evaluation carried out by the Disporaparbud of Purwakarta Regency. The method used in this study is a qualitative method with a case study approach and constructivism paradigm. The planning is carried out with the stages of data search and website-based media selection. In its implementation, TV media connections are carried out, mapping of stakeholders in different interests, and mobilizing tourism managers.

Keywords : Tourism promotion strategy, media promotion, Purwakarta tourism

@ 2022 Jurnal Riset Manajemen Komunikasi Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Kabupaten Purwakarta memiliki banyak tempat wisata yang memiliki daya tarik tinggi diantaranya wisata alam, budaya, religi bahkan wisata buatan. Hal ini dibuktikan dengan adanya Taman Air Mancur Sribaduga, Hidden Valleyhills, Urban Farming, Cikao Park, Desa Sejuta Batu, Giri Tirta Kahuripan, Bale Panyawangan Diorama, dan tempat wisata lainnya yang menawarkan beragam keindahannya yang lebih menarik. Pariwisata di Indonesia telah dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi penting, bahkan diharapkan dapat menjadi penghasil devisa nomor satu bagi negara sekaligus sebagai bentuk solusi yang baik untuk mengurangi angka pengangguran (aesthetika, 2012).

Pengelolaan kegiatan pariwisata sangat diperlukan untuk menarik wisatawan tinggal lebih lama dan dapat membelanjakan uangnya sebanyak mungkin selama melakukan perjalanan tersebut (Chatamallah, 2008). Berdasarkan SK Bupati No.556.3/Kep.1023-dishubparpostel/2015, hanya terdapat 32 destinasi wisata di Kabupaten Purwakarta pada tahun 2015. Kemudian pada tahun 2017 sesuai dengan SK Bupati No. 556.31/Kep.768-disporaparbud/2017 yang menetapkan 45 destinasi wisata di Kabupaten Purwakarta. Dan sesuai dengan SK Bupati No. 435/Kep.829-disporaparbud/2018 hingga saat ini terdapat 65 destinasi wisata di daerah Kabupaten Purwakarta.

Berkembangnya destinasi wisata di wilayah Kabupaten Purwakarta, berpengaruh dengan kenaikan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nasional yang datang ke Kabupaten Purwakarta. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan Kabupaten Purwakarta

No	Tahun	Jumlah
1	2016	454.098
2	2017	903.885
3	2018	1.835.249
4	2019	2.500.000
5	2020	974.000

Sumber : Bagian Pariwisata Disporaparbud Kabupaten Purwakarta

Bertambahnya destinasi wisata serta kunjungan wisatawan di Kabupaten Purwakarta sejalan dengan perkembangan era digital. Pemerintah Kabupaten Purwakarta melalui Disporaparbud atau Dinas Kepemudaan, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Purwakarta menciptakan suatu inovasi mengenai kepariwisataan yang memanfaatkan teknologi. Inovasi tersebut dinamai Sipinter Berisi atau Sistem Informasi Pariwisata Terintegrasi.

Sipinter Berisi merupakan sebuah inovasi dan upaya yang bermanfaat bagi wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Purwakarta, serta bermanfaat bagi pengelola pariwisata untuk mempromosikan destinasi wisatanya. Hal ini merupakan salah satu bentuk upaya menggabungkan situs informasi purwakarta-tourism.com dan aplikasi Sampurasun yang menjadi aplikasi berbasis *webbase* dengan berbagai fungsi yang informatif dan promotif. Langkah itu merupakan strategi dalam kualitas pelayanan informasi. Memberikan pelayanan berkualitas tinggi kepada wisatawan dengan memberikan informasi yang memenuhi kondisi tempat atau lokasi wisata, sarana dan prasarana, serta kondisi akomodasi dari lokasi objek wisata yang ingin dikunjungi oleh wisatawan (Tunggala & Saadjad, 2019). Sebab itu, Disporaparbud Kabupaten Purwakarta menggunakan teknologi berupa website sebagai solusi yang inovatif, serta meyakini bahwa teknologi & internet dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan setiap orang, khususnya dalam hal ini yaitu untuk kegiatan promosi destinasi wisata yang terdapat di Kabupaten Purwakarta.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana strategi Disporaparbud Kabupaten Purwakarta dalam mempromosikan destinasi wisata melalui website Sipinter Berisi?”. Dan dengan tujuan penelitiannya yaitu untuk mengetahui & menganalisis perencanaan strategi, mengkaji implementasi strategi, mengetahui hambatan yang dialami, dan untuk mengkaji bentuk evaluasi yang dilakukan oleh Disporaparbud Kabupaten Purwakarta dalam mempromosikan destinasi wisata melalui website Sipinter Berisi

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan paradigma konstruktivisme. Peneliti memilih menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengetahui bagaimana cara menemukan, mengumpulkan, mengolah lalu menganalisis data penelitian. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, sehingga dapat memahami dan menginterpretasikan hasil penelitian secara menyeluruh dan komprehensif tanpa menggunakan rumus atau angka statistik.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui lebih jauh mengenai strategi yang dilakukan oleh Disporaparbud Kabupaten Purwakarta dalam mempromosikan destinasi wisata melalui media Sipinter Berisi. Oleh karena itu, hasil penelitian ini akan memasukkan data referensi untuk memberikan gambaran tentang penyajian laporan. Peneliti hanya memaparkan data yang ada dilapangan tentunya dengan teori yang ada dan dapat mengidentifikasi fokus penelitian. Sehingga peneliti menggunakan pendekatan studi kasus yaitu studi kasus implementasi strategi Disporaparbud Kabupaten Purwakarta dalam mempromosikan destinasi wisata melalui website Sipinter Berisi.

Objek penelitian ini berupa promosi wisata, yang diperoleh dari website “Sipinter Berisi”. Dengan lebih spesifik lagi pada strategi yang dilakukan Disporaparbud Kabupaten Purwakarta dalam mempromosikan Purwakarta melalui website : “Sipinter Berisi”. Subjek penelitian disini yaitu informan yang menguasai tentang hal yang diteliti terkhusus yang berperan penting dalam strategi promosi wisata melalui website Sipinter Berisi. Adapun subjek pada penelitian ini yaitu Kepala Bidang Pariwisata Disporaparbud Kabupaten Purwakarta dan Staff Internal Bidang Pariwisata Disporaparbud Kabupaten Purwakarta.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu wawancara mendalam yang dilakukan kepada beberapa pihak yang memiliki peranan penting dalam promosi wisata melalui website Sipinter Berisi, observasi dengan melakukan pengamatan secara sistematis terhadap kegiatan promosi wisata, dokumentasi yang didapatkan dari data ataupun laporan yang mendukung keberlangsungan promosi wisata, dan studi pustaka melalui buku atau jurnal untuk bahan referensi yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dan teknik analisis data yang dilakukan diantaranya dengan reduksi data, display data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

C. Hasil dan Pembahasan

Perencanaan Strategi Promosi Wisata Melalui Website Sipinter Berisi

Tahapan Pencarian Data Yang Melatarbelakangi Dibentuknya Website Sipinter Berisi

Pada penelitian ini, peneliti menemukan bahwa dalam mempromosikan destinasi wisata melalui website Sipinter Berisi ini melalui beberapa langkah perencanaan. Perencanaan adalah suatu proses yang menetapkan tujuan organisasi, mengembangkan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan organisasi, dan membuat rencana kegiatan kerja organisasi (Aditama, 2020). Dalam mempromosikan destinasi wisata melalui website Sipinter Berisi, Disporaparbud Kabupaten Purwakarta melalui berbagai langkah perencanaan. Langkah pertama yang dilakukan yaitu riset. Riset yang dilakukan adalah dengan mencari informasi mengenai penyebab terjadinya masalah-masalah dalam industri pariwisata di Kabupaten Purwakarta. Peneliti menemukan bahwa masalah yang terjadi dalam industri kepariwisataan di Kabupaten Purwakarta adalah karena belum adanya *tourist information centre* serta petunjuk arah destinasi wisata yang minim.

Dalam proses riset ini juga mencari tahu mengenai apa saja yang dibutuhkan oleh wisatawan dan masyarakat Kabupaten Purwakarta. Dapat diketahui bahwa wisatawan dan masyarakat membutuhkan suatu media yang memudahkan mereka untuk memperoleh informasi mengenai destinasi wisata yang ada di Kabupaten Purwakarta. Selain itu juga Disporaparbud Kabupaten Purwakarta mengamati konten sistem

informasi wisata yang sebelumnya sudah ada dengan melakukan perbandingan perihal fitur, tampilan, serta informasi yang ditampilkan dalam *platform* tersebut. Hal tersebut dilakukan untuk menciptakan suatu kebaruan didalam *platform* baru yang akan dipakai oleh Disporaparbud Kabupaten Purwakarta.

Langkah-langkah riset tersebut dilakukan untuk mengetahui strategi apa yang cocok digunakan dalam kegiatan promosi wisata ini dan juga untuk mengetahui kondisi yang terjadi dalam industri kepariwisataan Kabupaten Purwakarta. John Marston memperkenalkan formula RACE dalam kegiatan kehumasan, yaitu singkatan dari *Research, Action Plan, Communication, dan Evaluation* yang berarti bahwa praktisi humas harus memiliki banyak pengetahuan tentang kondisi organisasi mereka dan publik sebelum meluncurkan program humas (Kriyantono, 2006). Oleh karena itu dalam hal ini Disporaparbud Kabupaten Purwakarta melakukan riset untuk pencarian data sebanyak-banyaknya untuk memahami kondisi kepariwisataan Kabupaten Purwakarta sebelum meluncurkan inovasi terbaru dalam kegiatan promosi wisata dengan menggunakan teknologi informasi.

Pemilihan Media Berbasis Website Sebagai Platform Promosi Wisata

Disporaparbud Kabupaten Purwakarta melakukan rencana untuk mengintegrasikan aplikasi *Sampurasun* dengan *purwakarta-tourism.com* menjadi website Sipinter Berisi. Dengan mengintegrasikan aplikasi *sampurasun* dan *purwakarta-tourism.com* merupakan langkah yang baik dalam menciptakan suatu kebaruan dalam dunia pariwisata yang inovatif dan informatif dengan basis website. Dalam hal ini, Disporaparbud Kabupaten Purwakarta menggunakan media website untuk memenuhi kebutuhan akan industri pariwisata. Website merupakan suatu sistem yang berkaitan dengan dokumen yang digunakan media untuk menampilkan teks, gambar, multimedia pada jaringan internet (Panjaitan, 2017). Sipinter Berisi merupakan media baru yang digunakan sebagai bentuk upaya promosi pariwisata.

Sipinter Berisi merupakan media yang didalamnya terdapat informasi berupa teks, gambar, video, serta grafik yang ditampilkan untuk memudahkan pengunjung dalam memperoleh informasi seputar destinasi wisata yang akan dikunjunginya. Selain itu Sipinter Berisi dibentuk untuk menciptakan komunikasi yang interaktif antara pihak pemerintah dengan pihak pengelola destinasi wisata. Oleh karena itu, Disporaparbud Kabupaten Purwakarta memberikan kebebasan kepada pihak pengelola wisata dalam mengakses website Sipinter Berisi untuk meng-*input* data mengenai destinasi wisatanya sendiri dengan tetap dibawah pengawasan Disporaparbud Kabupaten Purwakarta.

Implementasi Strategi Promosi Wisata Melalui Website Sipinter Berisi

Koneksi Media Televisi Sebagai Media Promosi

Dalam implementasinya, penulis menemukan bahwa dalam menjalankan promosi pariwisata melalui website Sipinter Berisi ini pihak Disporaparbud Kabupaten Purwakarta menggunakan media televisi yang dinamai Kios-K sebagai *tourist information centre* yang ditempatkan di beberapa hotel dan ruang publik yang ada di Kabupaten Purwakarta. Hal ini dilakukan sebagai bukti inovasi yang dikeluarkan oleh Disporaparbud Kabupaten Purwakarta untuk memudahkan wisatawan yang berkunjung dalam memperoleh informasi mengenai destinasi wisata yang akan dikunjunginya. Dengan ini dapat dilihat dari adanya media Kios-K yang digunakan sebagai bentuk inovasi dengan harapan bahwa wisatawan serta pengelola pariwisata dapat menerima inovasi tersebut dengan baik.

Dapat ditemukan bahwa Kios-K merupakan inovasi yang dapat diterima oleh masyarakat Purwakarta sehingga dapat memudahkan penerimaan informasi mengenai destinasi wisata yang ada di Kabupaten Purwakarta.

Partisipasi dan Pemetaan Stakeholder Dalam Berbagai Tingkat Kepentingan yang Berbeda

Disporaparbud Kabupaten Purwakarta melibatkan para *stakeholder* untuk mendukung pelaksanaan promosi pariwisata melalui *website* Sipinter Berisi. *Stakeholder* mengacu pada semua atau sebagian individu, kelompok orang, komunitas, atau masyarakat yang memiliki hubungan dan kepentingan dengan perusahaan. Sebagian individu, kelompok, komunitas ataupun masyarakat dapat disebut sebagai *stakeholder* jika memiliki karakter dalam kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan terhadap perusahaan (Budimanta et al., 2008). Dalam hal ini, pemetaan *stakeholder* dibagi menjadi dua yaitu *stakeholder* internal dan eksternal.

Tabel 2. Pemetaan *Stakeholder*

<i>Stakeholder Internal</i>	<i>Stakeholder Eksternal</i>
1. Kepala Disporaparbud	1. Bupati Kabupaten Purwakarta
2. Sekretaris Disporaparbud	2. Wisatawan
3. Kepala Bidang Pariwisata dan Kebudayaan	3. Para pengelola wisata
4. Para Kepala Seksi di Lingkup Bidang Pariwisata dan Kebudayaan	4. ORGANDA
5. Staf Lingkup Bidang Pariwisata dan Kebudayaan	5. PHRI
6. Dinas Kominfo	6. Pers
7. Dinas PU, Bina Marga dan Pengairan	7. Komunitas (penggiat media sosial, fotografer Purwakarta, pecinta alam, dll)
8. Dinas KUKMINDAG	8. Calon investor
9. Bagian Hukum Setda	
10. Bidang Anggaran pada BKAD	

Pemetaan *stakeholder* ini bertujuan untuk mengidentifikasi pihak-pihak yang berkaitan dengan program ini meliputi peran-peran yang akan dilakukannya, kepentingannya, serta dampak yang akan timbul dari berjalannya program promosi wisata ini. Disporaparbud Kabupaten Purwakarta berperan untuk menjaga hubungan kerjasama yang baik dengan seluruh *stakeholder* yang ada. Masing-masing *stakeholder* memiliki kepentingan yang berbeda-beda antara yang satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu, pihak Disporaparbud Kabupaten Purwakarta perlu menyelaraskan tujuan dengan kepentingan seluruh *stakeholder*.

Mobilisasi Dengan Pengelola Wisata

Dalam implementasinya pihak Disporaparbud Kabupaten Purwakarta melakukan koordinasi dengan pengelola destinasi wisata dengan menjaga komunikasi yang baik antara pihak pemerintah dengan pengelola wisata. Koordinasi merupakan kegiatan yang dikerjakan oleh instansi, unit, atau bagian dalam pelaksanaan tugas tertentu sehingga dapat saling membantu dan melaksanakan pekerjaan (Hasibuan, 2011).

Disporaparbud Kabupaten Purwakarta berkoordinasi dengan selalu *follow up* kepada pengelola wisata untuk menginput data kunjungan wisatawan ke dalam website Sipinter Berisi dalam jangka waktu 1 bulan sekali yang nantinya data tersebut akan diubah kedalam bentuk grafik untuk memudahkan wisatawan dalam mengetahui jumlah kunjungan wisatawan dari setiap destinasi wisata. Hal tersebut dilakukan karena pihak Disporaparbud telah memberikan kemudahan akses kepada pengelola wisata dengan memberikan *password* terhadap masing-masing akun. Selain itu juga dilakukan koordinasi dengan selalu memantau pergerakan grafik kunjungan wisatawan. Pergerakan naik atau turunnya grafik tersebut akan menjadi bahan evaluasi untuk kedepannya agar dapat diketahui langkah apa yang akan dilakukan dalam meningkatkan industri kepariwisataan di Kabupaten Purwakarta.

Bentuk koordinasi yang dilakukan oleh Disporaparbud Kabupaten Purwakarta dengan pihak pengelola wisata dikemas dengan konsep silaturahmi yang tetap membahas perihal strategi promosi dan evaluasi terhadap promosi pariwisata melalui website Sipinter Berisi. Hal tersebut dilakukan agar terciptanya rasa simpati terhadap bidang industri pariwisata di Kabupaten Purwakarta.

Hambatan Promosi Wisata Melalui Website Sipinter Berisi

Keterbatasan Anggaran Dalam Kegiatan Promosi Wisata

Dalam perencanaan strategi dan implementasi strategi yang sudah dilakukan, pastinya terdapat hambatan yang terjadi selama proses promosi pariwisata melalui website Sipinter Berisi. Hambatan paling utama yang terjadi selama perencanaan dan implementasi ini yaitu anggaran dana yang terbatas. Anggaran merupakan rancangan tertulis dalam suatu kegiatan di organisasi yang disampaikan secara kuantitatif untuk jangka waktu tertentu dan dinyatakan dalam satuan uang, barang ataupun jasa (Nafarin, 2004). Disporaparbud Kabupaten Purwakarta mendapatkan dana dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) sehingga diperlukannya strategi-strategi yang sangat matang untuk mengalokasikan dana tersebut pada kegiatan promosi pariwisata ini.

Anggaran dalam kegiatan promosi wisata ini belum menjadi prioritas sehingga berdampak pada industri kepariwisataan Kabupaten Purwakarta. Terbatasnya anggaran dana yang dimiliki Disporaparbud Kabupaten Purwakarta semakin terasa disaat terjadinya kerusakan pada media Kios-K. Dalam hal ini, sering terjadi kerusakan yang diakibatkan dari kurang terawatnya media tersebut yang disimpan di beberapa hotel dan ruang publik lainnya. Dalam memperbaiki Kios-K tersebut, Disporaparbud Kabupaten Purwakarta memerlukan waktu yang cukup lama karena alat tersebut perlu diperbaiki satu persatu dan tidak dapat dilakukan secara bersamaan karena dana yang terbatas.

Kesanggupan Sumber Daya Manusia

Potensi SDM menjadi faktor penting dalam keberlangsungan promosi pariwisata. Menurut Ndraha dan Hasibuan, SDM atau Sumber Daya Manusia adalah (1) individu yang memiliki kepentingan di lingkungan suatu perusahaan (staf, pegawai, karyawan, atau tenaga kerja), (2) potensi suatu individu sebagai penggerak di perusahaan atau instansi untuk mewujudkan eksistensi, (3) potensi yang merupakan aset yang berfungsi sebagai modal dalam eksistensi perusahaan atau instansi (Riniwati, 2016). Dalam hal ini SDM yang dimiliki oleh Disporaparbud Kabupaten Purwakarta belum bisa memaksimalkan potensi-potensi yang dimilikinya. Terbukti dari kinerja karyawan yang menurun dikarenakan terjadinya rasa jenuh dalam melaksanakan tanggung jawabnya terhadap website Sipinter Berisi ini. Hal tersebut diakibatkan dari admin-admin yang tidak memiliki pengalaman dan *background* mengenai bidang IT & multimedia. Sehingga sering terjadi kesulitan-kesulitan dalam mengelola dan memperbaharui website Sipinter Berisi. Selain itu, menurunnya potensi SDM pun diakibatkan dari adanya mutasi pimpinan sehingga menyebabkan website Sipinter Berisi sempat tidak aktif selama beberapa bulan. Penempatan SDM yang kurang tepat tersebut berdampak kepada kinerja karyawan yang merasa bahwa pelaksanaan promosi pariwisata melalui website Sipinter Berisi ini bukanlah tujuan utama yang harus dicapai dalam keberlangsungan industri pariwisata.

SDM pengelola destinasi wisata juga menjadi hambatan yang dialami dalam kegiatan ini. Kurangnya kesadaran dalam dunia digital menjadi alasan mengapa pengelola wisata tidak memanfaatkan keleluasaan yang telah diberikan oleh pihak Disporaparbud Kabupaten Purwakarta dalam mengakses website Sipinter Berisi. Terlihat dari data dan grafik kunjungan wisatawan yang tidak diperbaharui oleh pengelola destinasi wisata.

Bentuk Evaluasi Promosi Wisata Melalui Website Sipinter Berisi

Pengkajian Hambatan

Dalam hal ini Disporaparbud Kabupaten Purwakarta melakukan analisis terhadap hambatan-hambatan yang terjadi selama proses perencanaan dan implementasi strategi promosi pariwisata melalui website Sipinter Berisi ini. Hambatan-hambatan yang terjadi seperti kerusakan pada alat Kios-K, anggaran dana yang terbatas, kurangnya komunikasi yang terjadi antara pihak pemerintah dengan pengelola wisata, serta menurunnya potensi SDM yang dimiliki tersebut dilakukan analisis dan riset mendalam untuk mengetahui penyebab dan bagaimana cara untuk menanggulangnya.

Dengan melakukan pengecekan secara berkala terhadap alat Kios-K yang disimpan di beberapa hotel dan ruang publik, menjaga komunikasi yang baik antara pihak pemerintah dengan pihak pengelola wisata dengan terus merencanakan strategi-strategi yang baik dalam kegiatan promosi pariwisata, dan melakukan *upgrading* terhadap SDM yang ada untuk meningkatkan motivasi kinerja karyawan dengan berada dibawah pengawasan Kepala Bidang Pariwisata Disporaparbud Kabupaten Purwakarta. Berdasarkan hambatan tersebut tentunya dapat diketahui bagaimana langkah yang dapat dilakukan agar program promosi pariwisata ini dilanjutkan dengan melakukan beberapa perbaikan.

Dengan proses evaluasi tersebut maka diperlukannya analisis mendalam dengan memberikan fokus yang lebih untuk menanggulangnya. Selain itu, dengan melihat kondisi pandemi Covid-19 saat ini menyebabkan banyaknya strategi yang dipangkas dan menimbulkan keterbatasan dalam kegiatan promosi pariwisata ini. Oleh karena itu, pihak Disporaparbud Kabupaten Purwakarta menganalisis hambatan-hambatan tersebut yang pastinya akan berdampak kepada industri pariwisata yang ada di Kabupaten Purwakarta.

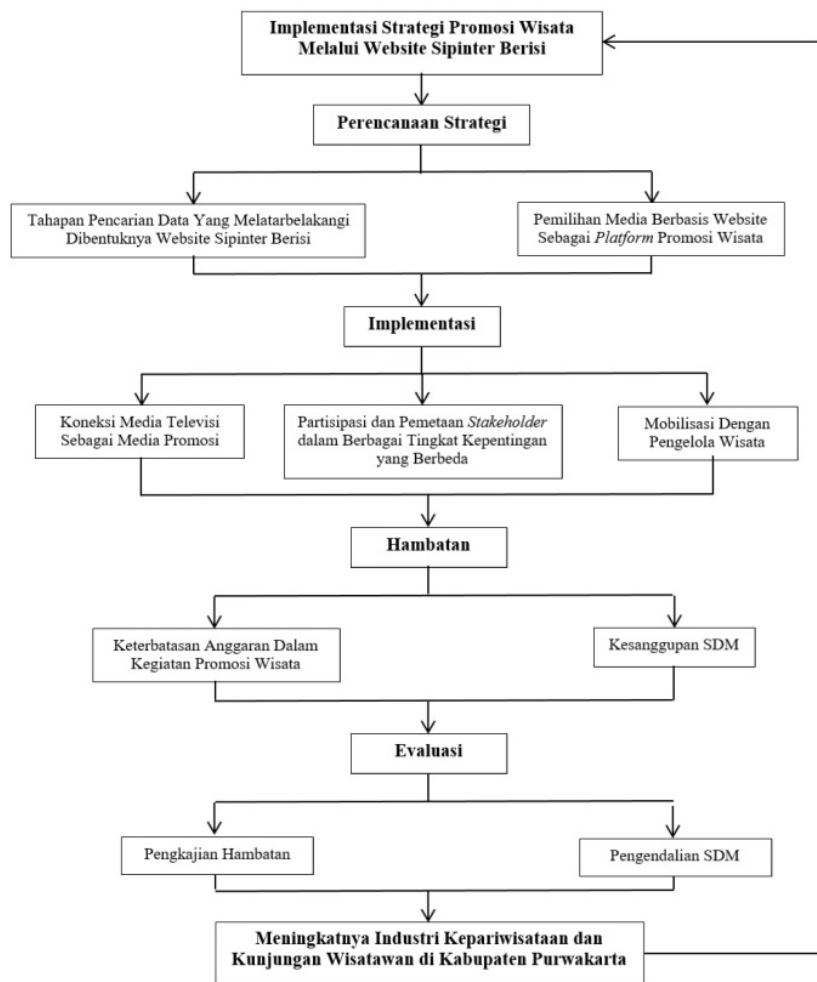
Pengendalian Sumber Daya Manusia

Disporaparbud Kabupaten Purwakarta mengupayakan dengan melakukan kegiatan *upgrading* untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan dan juga melakukan pelatihan kepada admin yang memiliki tanggung jawab terhadap website Sipinter Berisi agar dapat mengelola website tersebut dengan jauh lebih baik.

Dalam hal ini, Disporaparbud Kabupaten Purwakarta perlu membangun hubungan yang baik dengan seluruh SDM yang ada baik itu karyawan internal ataupun pengelola wisata. Dengan memiliki hubungan yang baik dapat memudahkan pihak Disporaparbud untuk mengembangkan SDM nya. Pengembangan SDM yang dilakukan dengan memberikan penyesuaian pada tenaga kerja dan pelatihan kerja keterampilan merupakan bagian dari upaya pengembangan Sumber Daya Manusia sehingga menyebabkan SDM dapat cepat tanggap dengan perubahan teknologi (Affandi et al., 2021).

Hal tersebut sejalan dengan apa yang dilakukan oleh pihak Disporaparbud Kabupaten Purwakarta dalam mengembangkan SDM nya. Sehingga dalam evaluasi ini, Disporaparbud Kabupaten Purwakarta melaksanakan kegiatan *upgrading* berupa pelatihan kepada staff untuk meningkatkan motivasi kerja dan meningkatkan potensi-potensi yang dimiliki oleh SDM dalam bidang teknologi informasi ini. Selain itu juga Kepala Bidang Pariwisata Disporaparbud Kabupaten Purwakarta melakukan pengawasan secara langsung kepada admin website Sipinter Berisi selama pengelolaan website tersebut. Hal itu dilakukan untuk meminimalisir kesalahan-kesalahan dalam data yang akan ditampilkan di dalam website Sipinter Berisi.

Diskusi



Gambar 1. Strategi promosi pariwisata

Strategi promosi pariwisata melalui website Sipinter Berisi yang dilakukan oleh Disporaparbud Kabupaten Purwakarta adalah dengan melakukan beberapa strategi perencanaan, implementasi, serta evaluasi terhadap hambatan-hambatan yang terjadi. Dalam perencanaan dilakukan tahapan pencarian data untuk mengetahui latarbelakang dibentuknya website Sipinter Berisi dengan mencari informasi, mencari tahu kebutuhan masyarakat dan wisatawan, serta melakukan perbandingan konten sistem informasi wisata yang sebelumnya sudah ada. Selain itu juga pemilihan media berbasis website sebagai *platform* promosi wisata dengan mengintegrasikan aplikasi *Sampurasun* dan *purwakarta-tourism.com* menjadi website Sipinter Berisi.

Dalam implementasinya, Disporaparbud Kabupaten Purwakarta melakukan koneksi media televisi sebagai media promosi yang dinamakan Kios-K lalu ditempatkan di beberapa tempat publik untuk memudahkan masyarakat yang akan mengunjungi destinasi wisata. Lalu juga dilakukan kerjasama dengan berbagai *stakeholder* internal dan eksternal untuk mewujudkan tata kelola kepariwisataan yang baik. Dan dilanjut mobilisasi dengan pengelola wisata yang dilakukan dengan koordinasi untuk membahas strategi promosi yang dilakukan. Selama berlangsungnya strategi promosi yang dilakukan tentunya terjadi hambatan yang dialami yaitu keterbatasan anggaran dan juga kesanggupan Sumber Daya Manusia yang menyebabkan menurunnya motivasi kerja karyawan akibat *passion* yang tidak sesuai dengan *jobdesk*. Dalam menanggulangi hambatan tersebut, pihak Disporaparbud Kabupaten Purwakarta melakukan evaluasi diantaranya dengan mengkaji hambatan yang terjadi agar kedepannya kegiatan promosi pariwisata melalui website ini dapat berjalan dengan lebih baik. Selain itu juga melakukan pengendalian Sumber Daya Manusia dengan melakukan kegiatan *upgrading* dan pelatihan kepada staff untuk meningkatkan motivasi kerja dan potensi-potensi yang dimiliki oleh setiap SDM. Dari seluruh tahap dan proses yang telah dilakukan maka akan berdampak pada industri kepariwisataan Kabupaten Purwakarta dan akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

D. Kesimpulan

Dalam melakukan suatu program promosi pariwisata melalui website Sipinter Berisi, Disporaparbud Kabupaten Purwakarta melakukan strategi untuk meningkatkan industri kepariwisataan di Kabupaten Purwakarta. Dalam menciptakan suatu inovasi di bidang industri pariwisata diperlukannya perencanaan yang matang agar inovasi tersebut dapat bermanfaat bagi seluruh masyarakat. Perencanaan yang dilakukan oleh Disporaparbud Kabupaten Purwakarta dalam promosi wisata melalui website Sipinter Berisi dimulai dengan melakukan tahapan pencarian data yang melatarbelakangi dibentuknya website dan melakukan pemilihan media berbasis website dengan mengintegrasikan aplikasi *Sampurasun* dan *purwakarta-tourism.com* menjadi satu dengan fitur-fitur yang lebih baik.

Dalam implementasinya, Disporaparbud Kabupaten Purwakarta menggunakan media televisi yang dinamai Kios-K sebagai tourist information centre sebagai bentuk inovasi terhadap pelayanan kepariwisataan kepada wisatawan yang disimpan di beberapa hotel dan ruang publik lainnya. Selain itu juga dilakukan kerja sama dengan berbagai stakeholder dan berkoordinasi dengan pengelola destinasi wisata untuk memperoleh informasi mengenai kunjungan wisatawan yang nantinya akan dimasukkan ke website Sipinter Berisi.

Hambatan yang terjadi selama perencanaan dan implementasi strategi ini yaitu anggaran dana yang terbatas. Anggaran menjadi hambatan paling besar dalam program ini. Dana yang didapatkan berasal dari dana APBD sehingga diperlukan strategi yang sangat matang dalam mengalokasikan dana tersebut. Ditambah dalam pelaksanaannya seringkali terjadi rusaknya media Kios-k sehingga sulit untuk diperbaiki karena dana yang terbatas. Selain itu juga SDM yang dimiliki tidak memaksimalkan potensinya sehingga menjadi hambatan dalam program ini. Hal tersebut terlihat dari background admin yang tidak sesuai dengan *passion* nya dan pengelola wisata yang belum memiliki kesadaran dalam memanfaatkan akses yang telah diberikan terhadap website Sipinter Berisi.

Untuk menanggulangi hambatan yang terjadi, Disporaparbud Kabupaten Purwakarta melakukan pengkajian mengenai hambatan yang terjadi secara berkala. Analisis hambatan tersebut diperoleh dari evaluasi yang dilakukan dengan stakeholder yang terlibat. Selain itu juga bentuk evaluasi yang dilakukan yaitu dengan meningkatkan potensi SDM yang dimiliki dengan melakukan *upgrading* dan pelatihan kepada staff yang memiliki tanggung jawab terhadap website Sipinter Berisi.

E. Saran

Saran Teoritis

Saran untuk penelitian pengembangan selanjutnya, khususnya untuk mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung dapat lebih menggali dan membahas mengenai strategi promosi pariwisata di sebuah pemerintahan. Selain itu juga kedepannya bisa dapat dikembangkan mengenai hal-hal baru dengan hasil yang berbeda dari penelitian yang sebelumnya sesuai dengan perkembangan yang terjadi di masa mendatang.

Saran Praktis

Dalam promosi pariwisata melalui website Sipinter Berisi yang dilakukan oleh Disporaparbud Kabupaten Purwakarta sebaiknya selalu memberikan fokus yang lebih, memperhatikan, memantau dan memberikan *reward* terhadap kinerja karyawan dan terhadap pengelola wisata. Hal tersebut dapat meningkatkan semangat kerja karyawan dan meningkatkan kesadaran kepada pengelola wisata agar lebih peduli terhadap industri pariwisata yang ada di Kabupaten Purwakarta. serta perlunya peningkatan pemanfaatan sosial media karena saat ini sosial media sangat mempengaruhi terhadap suatu program pemerintahan khususnya

Daftar Pustaka

- Aditama, R. A. (2020). Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi. AE Publishing.
- Aesthetika, nur maghfirah. (2012). Strategi Promosi Wisata Pulau Bawean Melalui Event Festival Molod Bawean. Kanal, 1(1), 53–68.
- Affandi, A., Rozi, A., & Sunarsi, D. (2021). Manajemen SDM Strategik: Strategi Mengelola Karyawan di Era 4.0. Bintang Visitama Publisher.
- Budimanta, A., Prasetijo, A., & Rudito, B. (2008). Corporate Social Responsibility: Alternatif bagi Pembangunan Indonesia. ICSD.
- Chatamallah, M. (2008). Strategi “Public Relations” dalam Promosi Pariwisata: Studi Kasus dengan Pendekatan “Marketing Public Relations” di Provinsi Banten. MediaTor (Jurnal Komunikasi), 9(2), 393–402. <http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1120>
- Hasibuan, M. S. . (2011). Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah. Bumi Aksara.
- Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi (Edisi Pert). Kencana Prenada Media Group. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=gI9ADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=info:uH10H2tT08sJ:scholar.google.com&ots=9mAsu29h&sig=bX_n1aRmj1Nabcj1g29IwByJQOA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Nafarin, M. (2004). Penganggaran Perusahaan (Revisi). Salemba Empat.
- Panjaitan, D. H. D. (2017). Perancangan sistem informasi penjualan buku anak-anak berbasis web. AMIK Bina Sarana Informatika Bogor.
- Riniwati, H. (2016). Manajemen Sumberdaya Manusia (Aktivitas Utama dan Pengembangan SDM). UB Press.
- Tunggala, S., & Saadjad, K. A. (2019). Strategi Komunikasi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai. Jurnal Komunikasi, 11(2), 197. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.2714>
- Thadi, R., & Damayanti, P. (2021). Ulama Sebagai Aktor Sosial: Peran Strategis Ulama Sebagai Komunikator Dakwah. Islamic Communication Journal, 41–48. Retrieved from <https://www.siducat.org/index.php/dawuh/article/view/271>
- Wijaya, I. S. (2015). Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan. Lentera, 17(1), 53–61.

Wiratmo, L. B., Irfan, N., & Kuwatono, K. (2017). Website Pemerintah Daerah sebagai Sarana Online Public Relations. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 326–33.