

STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT DINAS PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA

Dita Fransiska Febrianti¹, Sugandi², Fareis Althalets³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara yang dilakukan pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Yang melatar belakangi penelitian ini adalah dengan terjadinya penurunan pengunjung setiap tahunnya, penulis ingin mengetahui langkah – langkah apa saja yang akan dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan sehingga menjadi destinasi wisata di wilayah Kalimantan Timur. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif (qualitative research), yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan obyek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan dengan sumber data yang didapat melalui Key informan dan informan yang relevan dengan penelitian ini, data – data yang disajikan menggunakan data primer dan data sekunder melalui wawancara secara mendalam dengan narasumber dan Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model interaktif. Hasil penelitian ini adalah Dinas Pariwisata kabupaten Kutai Kartanegara berusaha menyusun strategi untuk meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan yang mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara melakukan strategi untuk meningkatkan kunjungan dengan cara yaitu dengan mencari fakta tentang kebutuhan pariwisata yang dilakukan kepada wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Kutai Kartanegara. Kemudian membuat rencana yang digunakan untuk meningkatkan pariwisata, selanjutnya melakukan kordinasi rencana tersebut dengan pihak – pihak terkait. Dan yang terakhir mereka melakukan evaluasi untuk menilai kesuksesan sebuah rencana dan pembelajaran di rencana selanjutnya. Jadi, kesimpulannya adalah Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara menjalankan strategi Fact finding, Planning, Communicating dan Evaluation dalam meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Kutai Kartanegara.

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email:

² Dosen Pembimbing I Dan Staf Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³ Dosen Pembimbing II Dan Staf Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

Kata kunci : *Strategi hubungan masyarakat, Wisatawan, Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara*

Pendahuluan

Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara memiliki beberapa program kerja yaitu pelayanan administrasi perkantoran, peningkatan sarana dan prasarana aparatur, peningkatan disiplin aparatur, peningkatan kapasitas sumber daya aparatur, peningkatan pengembangan sistem pelaporan capaian kinerja dan keuangan, pengembangan nilai budaya, pengelolaan kekayaan budaya, pengelolaan keragaman budaya, pengembangan destinasi wisata, pengembangan pemasaran pariwisata, dan pengembangan kemitraan.

Citra positif yang ditangkap oleh wisatawan yang berkunjung maupun masyarakat umum yaitu Kabupaten Kutai Kartanegara menjadi salah satu Kabupaten destinasi wisata di Kalimantan Timur, itu terbukti dari banyaknya pengunjung yang datang saat adanya event wisata budaya ERAU yang bis

menarik wisatawan hingga mancanegara. Selain itu juga banyak masyarakat yang mengetahui destinasi – destinasi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Kutai Kartanegara, Hal ini menunjukkan bahwa Kabupaten Kutai Kartanegara sudah memiliki citra positif di wisatawan yang berkunjung maupun masyarakat umum.

Fenomena yang ditanggapi oleh peneliti yaitu terjadinya penurunan kunjungan wisatawan ke objek – objek wisata di kawasan kabupaten Kutai Kartanegara secara keseluruhan menurut data dari tahun 2016 sampai 2018. Hal ini menunjukkan bahwa terjadinya penurunan keinginan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata di wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara, baik berupa tempat wisata maupun event yang diadakan di wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara..

Seperti yang kita ketahui bahwa objek wisata Ladang Budaya lanjong atau yang biasa dikenal dengan Ladaya yang dibuka untuk umum tahun 2015 menjadi salah satu ikon baru objek wisata di kabupaten Kutai Kartanegara yang banyak menarik wisatawan untuk berkunjung. Tetapi mulai dari tahun 2016 sampai di tahun 2018 kemarin terus terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan. Begitu juga jembatan yang menghubungkan kota Tenggarong dengan objek wisata pulau kumala, yaitu jembatan repo – repo, yang dalam bahasa Indonesianya yaitu gembok. Ini menjadi ikon selanjutnya yang menarik para wisatawan untuk kembali berkunjung ke objek wisata pulau kumala. Jembatan repo – repo sendiri di resmikan oleh Bupati Kutai Kartanegara Rita Widyasari pada 22 maret 2016.

Menurut observasi yang dilakukan peneliti dari melakukan wawancara random ke beberapa orang dengan menanyakan kesan objek wisata di wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara mendapat jawaban beragam. Seperti minat wisatawan yang mulai menurun untuk berkunjung ke tempat wisata di wilayah kabupaten Kutai Kartanegara, dikarenakan oleh tidak adanya pembaharuan fasilitas di objek - objek wisata di kabupaten Kutai Kartanegara, sehingga wisatawan yang sudah berkunjung tidak ingin berkunjung kembali karena tidak menarik lagi untuk didatangi dengan fasilitas yang sama di objek wisata tersebut.

Selain dengan tidak banyaknya dilakukan pembaharuan fasilitas di objek wisata di Kabupaten Kutai Kartanegara, juga hal yang paling banyak dikeluhkan oleh wisatawan yaitu tidak banyak dikenal objek – objek wisata yang berada di wilayah Kabupaten Kutai kartanegara, hanya objek wisata yang terkenal saja yang banyak diketahui oleh masyarakat umum, sehingga objek - objek wisata yang lain tidak terlalu dikenal oleh wisatawan yang lainnya.

Dari data yang didapat langsung dari Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara, terdapat penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke seluruh objek wisata yang ada di Kabupaten Kutai Kartanegara. Baik wisata budaya seperti ERAU maupun tempat wisata yang ada di wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara. Hal ini bisa dilihat dari diagram diatas, pada tahun 2016 jumlah wisatawan yang berkunjung ke semua objek wisata totalnya adalah 1,914,220 orang dalam satu tahun, kemudian di tahun 2017 terjadi penurunan yang sangat signifikan sampai 6% dari tahun 2016 dengan total jumlah pengunjung yaitu 1,795,245 orang. Penurunan pengunjung wisatawan ke wilayah kabupaten Kutai Kartanegara semakin terlihat mencolok saat akhir tahun 2018 kemarin didapat data total pengunjung yang melakukan wisata di seluruh wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara hanya berjumlah 1,720,035 orang.

Hal ini juga dikemukakan oleh Anna Gregory (2004:98) menyebutkan bahwa strategi Hubungan Masyarakat merupakan pendekatan keseluruhan untuk suatu program yang harus dibentuk yang menjadi ide utama dan menggerakkan pada tujuan yang diinginkan. Promosi dilakukan untuk membuat sasaran terbujuj dan terdorong untuk melakukan kunjungan wisata dan pada akhirnya masyarakat dapat memberikan opini yang positif.

Oleh karena itu berdasarkan uraian diatas, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Hubungan Masyarakat Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Kutai Kartanegara”

Kerangka Dasar Teori

Strategi Hubungan Masyarakat

Seperti yang kita ketahui humas sudah sangat familiar kita dengar sekarang ini, banyak ahli yang mendeskripsikan humas tersebut, sedangkan menurut (Ruslan, 2007:7-8) “Humas adalah manajemen khas yang mendukung pembinaan dan pembangun upaya saling menguntungkan melalui komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama yang baik antara organisasi dengan publiknya”. Mengacu kepada pola strategi hubungan masyarakat, maka menurut Ahmad S. Adnanputra yang dikutip oleh Ruslan, (2006:134) batasan pengertian tentang strategi humas adalah :“ Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas”. Sebagaimana yang kita ketahui humas bertujuan untuk menegakan dan mengembangkan suatu “citra yang menguntungkan” bagi organisasi atau perusahaan, atau produk barang dan jasa terhadap para stakeholdernya sasaran yang terkait yaitu publik internal dan publik eksternal.

Parwisata

Menurut Soekadijo, jurnal Yuliani, (2013:453) menjelaskan pariwisata secara singkat dapat dirumuskan sebagai kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi.

Selain menjelaskan secara singkat tentang pariwisata yang disebutkan Soekadijo didalam jurnal Yuliani. Pariwisata Menurut Sutrisno didalam jurnal Yuliani, (2013:453) menjelaskan bahwa pariwisata merupakan istilah yang diberikan apabila seseorang Wisatawan melakukan perjalanan itu sendiri, atau dengan kata lain aktivitas dan kejadian yang terjadi ketika seseorang pengunjung melakukan perjalanan.

Wisatawan

Wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata (Undang-undang nomor 10 tahun 2009). Jadi menurut pengertian ini, semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Apapun tujuannya yang penting, perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi. Sedangkan Menurut Noral didalam jurnal Yuliani, (2013:454) menjelaskan bahwa Wisatawan adalah setiap orang yang datang di suatu negara yang alasannya bukan untuk menetap atau bekerja di situ secara teratur, dan di negara diaman ia tinggal untuk sementara itu membelanjakan uang yang di dapatkannya di tempat lain. Pacific Area Travel Association memberi batasan bahwa wisatawan sebagai orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dalam jangka waktu 24 jam dan maksimal 3 bulan di dalam suatu negeri yang bukan negeri di mana biasanya ia tinggal Pendit (2002) , mereka ini meliputi:

1. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang, untuk keperluan pribadi atau untuk keperluan kesehatan.
2. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bisnis, pertemuan, konferensi, musyawarah atau sebagai utusan berbagai badan/organisasi.
3. Pejabat pemerintahan dan militer beserta keluarganya yang di tempatkan di negara lain tidak termasuk kategori ini, tetapi bila mereka mengadakan perjalanan ke negeri lain, maka dapat digolongkan wisatawan.

Kemudian lebih lanjut, wisatawan dapat dibedakan lagi menjadi 2, yang mana ini dikemukakan oleh Pendit (2002) yaitu :

- 1) Wisatawan Internasional (Mancanegara) adalah orang yang melakukan perjalanan wisata diluar negerinya dan wisatawan didalam negerinya.
- 2) Wisatawan Nasional (Domestic) adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di wilayah Indonesia diluar tempatnya berdomisili, dalam jangka waktu sekurang-kurangnya 24 jam atau menginap kecuali kegiatan yang mendatangkan nafkah ditempat yang dikunjungi.

Promosi

Promosi adalah suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya. Pengaruh promosi terhadap kualitas produk baru menyimpulkan kepercayaan dan penilaian konsumen terhadap kualitas dapat dibangun dengan membina hubungan erat antara produsen dengan konsumen melalui strategi promosi yang tepat. Promosi dapat diukur melalui daya tarik promosi, jangkauan promosi, frekuensi promosi dan efektifitas promosi. Promosi menyebabkan konsumen lebih sensitive terhadap harga dan signal promosi berpengaruh positif pada perilaku konsumen dalam pemilihan suatu produk. (Craven, Davids W. 1995.)

Promosi merupakan suatu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan (Softjan Assauri, 2007:264).

Adapun pengertian promosi menurut Saladin yaitu suatu kegiatan komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. (Saladin, 1996:66).

Definisi Konsepsional

Definisi konsepsional merupakan pembatasan pengertian tentang suatu konsep atau pengertian ini merupakan unsur pokok dari suatu penelitian. Oleh karena itu sesuai dengan judul penelitian ini maka penulis merumuskan konsep yang berhubungan dengan variabel yang dimaksud. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa dalam menyusun strategi hubungan masyarakat diperlukan komunikasi untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian jumlah kunjungan wisatawan yang maksimal. Maka definisi konsepsional pada penelitian ini adalah strategi hubungan masyarakat Dinas Pariwisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Kutai Kartanegara dengan langkah-langkah fact finding, planning, communication, dan evaluation hingga mengubah pandangan masyarakat agar mempunyai kesadaran akan kegunaan pariwisata, sehingga Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara juga memperoleh dukungan dalam kegiatannya.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses mencari atau menemukan fakta secara sistematis dalam waktu tertentu dengan menggunakan metode ilmiah berdasarkan aturan-aturan yang berlaku. Fungsi penelitian adalah mencari kejelasan dan jawaban terhadap permasalahan serta memberikan alternatif bagi kemungkinan yang dapat digunakan untuk pemecahan masalah.

Metode penelitian merupakan bagian yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menyangkut cara kerja untuk memahami obyek penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif (*qualitative research*), yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan obyek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan (Sugiyono, 2013: 212). Bogdan dan Taylor (1975) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2007: 3). Dalam penelitian ini tidak menjelaskan hubungan, tidak mengkaji hipotesa atau membuat prediksi, karena lebih memfokuskan pada strategi humas pada bidang promosi dalam meningkatkan citra positif di Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan indikator dan faktor-faktor yang akan diteliti secara detail oleh peneliti, dengan memasukkan aspek-aspek yang berguna sehingga dapat menjalin sebuah alur fenomena dari masalah yang akan dijelaskan dan mendapatkan jenis dan sumber data yang diinginkan. Adapun fokus penelitian yang akan ditentukan oleh penulis Menurut Cutlip & Center, yaitu :

1. Fact finding.
2. Planning.
3. Communicating.
4. Evaluation.

Sumber dan Jenis Data

Jenis data yang diperoleh peneliti dalam melaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh melalui responden dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung kepada informan dan key informan di pandu melalui pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang di persiapkan oleh peneliti secara langsung.

- a) Key Infoman
- b) Informan

2. Data Sekunder.

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip. Seperti data-data yang mendukung dari buku-buku yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan. Untuk menunjang penelitian ini diambil data-data berupa dokumen-dokumen yang berasal dari Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara.

Pemilihan dan pengambilan sumber data dilakukan secara purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu yaitu orang yang dianggap paling tahu tentang

apa yang kita harapkan sehingga akan mempermudah peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti. Sebagaimana yang dinyatakan Sugiyono (2010:85) bahwa purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menggunakan beberapa cara untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. Oleh karena itu, penulis menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penulisan skripsi ini, yaitu :

1. Riset Lapangan (Field Research) Field Research, yaitu penelitian lapangan, dimana peneliti berusaha mendapatkan data dan informasi dengan mengadakan pengamatan langsung dengan obyek yang diteliti dengan cara:
 - a) Observasi, pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung kelapangan yang menggambarkan strategi hubungan masyarakat Dinas Pariwisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Kutai Kartanegara.
 - b) Wawancara, percakapan dengan maksud tertentu. Wawancara dimaksudkan sebagai upaya memperoleh informasi dari orang yang diwawancarai (informan). Peneliti menggunakan in depth interview (wawancara mendalam) adalah suatu cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara dilakukan secara terbuka dan terstruktur dengan pertanyaan yang terfokus pada permasalahan sehingga informasi yang dikumpulkan cukup lengkap dan mendalam.
 - c) Dokumentasi, Pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data sekunder berupa dokumen atau arsip, dan karya ilmiah yang relevan dengan penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan aktivitas analisis data Model Interaktif oleh Miles and Huberman (1984) melalui tahapan yang terdiri dari sebagai berikut:

1. Data Collection (Pengumpulan Data)
2. Kondensasi Data (Data Condensation),
3. Data Display (Penyajian Data)
4. Conclusion Drawing/Verification (Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi)

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara adalah unsur pelaksana otonomi daerah dalam bidang pariwisata dan dipimpin langsung oleh seorang Kepala Dinas (Kadis). Kadis berkedudukan di bawah Bupati serta bertanggung jawab langsung pada Bupati melalui Sekretaris Daerah (Sekda). Melalui peraturan daerah Kabupaten Kutai Kartanegara nomor 9 tahun 2016 Dinas Pariwisata yang semula Dinas Budaya dan Pariwisata resmi menjadi Dinas Pariwisata dan point

budaya dimasukkan kedalam Dinas Pendidikan dan Kebudayaan. Dinas Pariwisata tipe A menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang Pariwisata.

Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara beralamatkan di Jalan Ahmad Yani No.12, Melayu Tenggarong, Kabupaten Kutai Kartanegara, 75513, ini merupakan letak kantor Dinas Pariwisata yang baru, yang sebelumnya berada di Jalan Diponegoro, Panji, Tenggarong yang bersebelahan dengan Planetarium jagad raya Tenggarong. Dinas Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara memiliki jam kerja mulai pukul 08.00 sampai 16.00 WITA. Pada saat ini Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara dipimpin oleh ibu Dra. Sri Wahyuni, MPP yang telah menjabat menjadi Kepala Dinas Kesehatan Provinsi Kalimantan Timur sejak tahun 2016 hingga saat ini. Sedangkan bagian bidang promosi dijabat oleh Bapak Drs. Triyatma.

Penyajian Data

Data – data hasil peneltian didapat melalui wawancara dengan pertanyaan yang sudah dibuat sesuai dengan fokus penelitian dalam skripsi ini. Data tersebut didapat dengan mewawancarai key informan dan beberapa informan yang sudah ditetapkan dan memenuhi syarat sebagai informan. Dalam penelitian ini key informan yang ditetapkan adalah kepala seksi promosi Dinas Pariwisata kabupaten Kutai Kartanegara dan informan lainnya yaitu staff bidang promosi dan juga wisatawan.

Dalam bagian ini peneliti akan memaparkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada key informan dan para informan. Fokus penelitian yang digunakan sebagai bahan acuan membuat draf wawancara yang sudah dibahas didalam bab sebelumnya, yang akan digunakan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan didalam penelitian ini. Penelitain ini sendiri membahas Bagaimana strategi hubungan masyarakat Dinas Pariwisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Kutai Kartanegara.

Pembahasan

Dengan semua destinasi wisata yang terkelola, pasti ada orang – orang atau lembaga yang mengelola hal tersebut agar tetap berjalan dengan baik. Hal ini adalah tugas dari Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara yang memang di tunjuk untuk mengelola dan mempromosikan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Kutai Kartanegara. Didalam Dinas Pariwisata sendiri belum ada divisi yang disebut Public Relation tetapi ada divisi yang mengerjakan tugas tersebut.

Public Relations (PR) adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, Center, & Broom, 2009:6). Penelitian ini sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Cutlip, Dinas pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara menjalankan tugas mereka sebagai pengelola atau memenejemen destinasi wisata yang berada didalam kawasan Kabupaten Kutai Kartanegara, dengan cara membangun hal – hal yang dapat memberikan nilai tambah pada destinasi wisata tersebut, seperti membangun akses jalan yang mudah dilalui, memberikan tanda denah jalan yang

mudah dipahami ataupun membangun wahana baru yang akan menarik minat pengunjung.

Selain membangun Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara juga mempertahankan hubungan yang baik hal ini dimaksudkan adalah dinas membangun hubungan baik dengan masyarakat sekitar untuk dapat andil didalam rencana yang Dinas Pariwisata lakukan, seperti halnya memberdayakan masyarakat budaya untuk ambil bagian dalam kegiatan ERAU sehingga masyarakat juga merasa senang karena telah dilibatkan dalam budaya mereka sendiri yang banyak menarik wisatawan. Selain itu masyarakat juga bisa mendapat keuntungan dari mereka membuat cinderamata yang bisa dijual kepada wisatawan yang berkunjung, sehingga bisa menambah penghasilan dari masyarakat sekitar.

Didalam teori yang dijelaskan oleh Abdurachman, ia menjabarkan seorang Public relation atau orang yang menjalankan kerja public relation memiliki fase fase tertentu yaitu Proses ini terdiri dari : fact finding, planning, communication, dan evaluation (Abdurachman, 2001:31).

Fact finding adalah sebuah langkah pertama yang dilakukan untuk mengetahui apa yang masyarakat butuhkan melalui penelitian atau survei terhadap masyarakat, yang nantinya akan didapat data berupa fakta yang ada di masyarakat. Ini dijelaskan oleh Dinas Pariwisata, bahwa mereka melakukan survei kepada masyarakat dan pengunjung tempat wisata untuk mengetahui data – data yang mereka perlukan dalam mencari fakta yang mereka lakukan. Dalam penjelasan dari kepala seksi bidang promosi bahwa mereka menjalankan fact finding dengan cara melakukan survei kepada wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata di Kabupaten Kutai Kartanegara, untuk mengetahui apa saja yang mereka inginkan kedepannya.

Fact finding yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara dengan cara melakukan survei kepada wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata di wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara. Kepala seksi bidang promosi mengatakan bahwa memang ada masyarakat yang dengan inisiatif sendiri memberikan usulan – usulan tentang pariwisata di wilayah Kabupaten Kutai kartanegara. Hal ini juga menjadi data yang bisa digunakan untuk menemukan fakta tentang kebutuhan masyarakat dibidang pariwisata, khususnya wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara.

Teori dari Cutlip & Center (2009) (dalam Kasali dan Abdurachman) tentang proses PR yang salah satunya yaitu Fact finding, yang fact finding sendiri adalah mencari dan mengumpulkan fakta atau data sebelum melakukan tindakan. Dari teori tersebut peneliti menemukan temuan dari hasil perbandingan bahwa teori tidak sejalan dengan data yang ada dilapangan, Fakta yang tidak sejalan yaitu adanya masyarakat yang secara aktif memberikan usulan – usulan kepada Dinas Pariwisata, tetapi Dinas Pariwisata juga melakukan pencarian fakta dilapangan dengan melakukan berbagai macam survei.

Menurut teori Cutlip & Center (2009) PR harus mencari dan mengumpulkan fakta sebelum melakukan tindakan, jadi Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara semestinya lebih aktif dalam melakukan riset untuk

mengatahui kebutuhan public dengan cara melakukan survei secara rutin dan mendalam, baik kepada wisatawan yang sudah berkunjung maupun masyarakat yang belum berkunjung. Apalagi bisa dengan mencontoh wisata – wisata di tempat lain yang banyak di kunjungi orang untuk dapat di realisasikan di Kabupaten Kutai Kartanegara.

Planning sendiri yang dimaksud adalah membuat rencana yang akan direalisasikan entah berupa event ataupun bangunan dan sebagainya. Rencana ini yang disebutkan oleh Abdurachman, 2001:31 dalam teorinya dalam proses PR yang harus dilakukan yaitu planning atau membuat rencana. Berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai masalah itu. Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara melalui kepala seksi bidang promosi menyatakan bahwa setelah mereka mendapatkan fakta – fakta yang diperoleh dari masyarakat dan wisatawan, mereka kemudian membuat rencana yang dinamakan RENSTRA (Rencana Strategi).

Kemudian diperjelas oleh salah satu staff bagian promosi mengenai planning yang direncanakan sesudah mengumpulkan fakta melalui fact finding. Staff bagian promosi mengatakan Rencana yang dibuat oleh staff promosi dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dengan cara berupaya membangun citra positif pariwisata, selain membuat rencana pembanguana fisik maupun diadakan event, mereka juga membuat rencana tentang citra yang melekat di pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara ini. Cara yang dilakukan untuk menjalankan rencana tersebut yaitu dengan cara media promosi atau komunikasi, dapat bersifat personal atau menyusun rencana pengembangan pemasaran pariwisata dan meningkatkan perluasan pasar-pasar pariwisata.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Abdurachman, 2001:31 dalam proses Public Relation, proses PR sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial. Salah satu Prosesnya ini yaitu planning berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai masalah itu.

Untuk dapat menjalankan rencana yang telah disusun sehingga dapat berjalan dengan baik, perlunya Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara melakukan komunikasi terhadap semua pihak yang terkait didalam rencana pariwisata yang akan dilakukan. Hal ini dilakukan untuk mensukseskan sebuah rencana, jika ada satu bagian saja tidak mendapat informasi yang tepat maka bisa dipastikan rencana yang akan dilakukan tidak akan berjalan baik.

Kepala seksi bidang promosi menjelaskan mereka sebelum menjalankan sebuah rencana contohnya saja seperti ERAU, pihak dinas pariwisata kabupaten Kutai Kartanegara melakukan kordinasi kepada semua pihak seperti Dinas PU, Dinas Perhubungan, Satpol PP, Kepolisian, Kodim, Swasta, dan yang tidak kalah pentingnya harus berkoordinasi dengan pihak Kesultanan Kutai Kartanegara Ing Martadipura. Hal ini dilakukan untuk melancarkan sebuah rencana dan juga menghindari masalah – masalah yang mungkin muncul pada saat pelaksanaan.

Hal ini sejalan dengan teori yang dijabarkan oleh Ruslan (2014:133) yang menjelaskan aspek - aspek pendekatan humas, dalam hal ini pendekatan yang bekerja yaitu Pendekatan kerja sama, Berupa membina hubungan yang harmonis

antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan kedalam (internal relations) maupun hubungan keluar (eksternal relations) untuk meningkatkan kerja sama. Humas bekerja menjelaskan dan memberikan penerangan tentang misi instansi yang diwakilinya agar diterima dan mendapat dukungan dari masyarakat, dan untuk memperoleh opini publik serta perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak (mutual understanding).

Seperti yang Abdurahman jelaskan tentang proses public relation, ini merupakan tahap terakhir yang dilakukan public relation dalam menjalankan tugasnya. Evaluation sendiri adalah sebuah tahapan yang dilakukan setelah event berlangsung yang bertujuan untuk mendapatkan semua laporan dari panitia yang menjalankan event tersebut, hal ini dilakukan untuk mengukur apakah sebuah event itu memenuhi tujuan awal yang ditetapkan didalam rencana, dan juga menjadi pembelajaran untuk event selanjutnya dalam emnghadapi masalah yang muncul.

Evaluation tidak hanya dapat dilakukan pada event semata, tetapi semua rencana yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara melewati tahapan ini untuk mengukur apakah kinerja dari Dinas pariwisata kabupaten Kutai Kartanegara sudah sesuai dan dinyatakan berhasil. Staff bagian promosi menjelaskan bahwa hasil evaluasi menjadi tolak ukur untuk rencana yang dibuat di tahun selanjutnya, apakah akan dilanjutkan atau dihentikan rencanan tersebut tergantung hasil evaluasi.

Walaupun didalam Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai kartanegara tidak memiliki bagian Humas atau public relation, tetapi tetap ada yang menjalankan fungsi – fungsi humas atau public relation didalam Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara. Bagian ini yang menjalankan semua tugas humas yaitu bagian promosi yang dikepalai oleh Bapak Drs. Triyatma. Humas sendiri menurut (Ruslan, 2007:7-8) “Humas adalah manajemen khas yang mendukung pembinaan dan pembangun upaya saling menguntungkan melalui komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama yang baik antara organisasi dengan publiknya”.

Didalam bagian promosi mereka menjalankan komunikasi kepada publik seperti melakukan promosi tentang segala macam hal tentang pariwisata di Kabupaten Kutai Kartanegara juga mereka melakukan kordinasi kepada masyarakat setempat maupun pihak terkait selama menjalankan rencana yang telah dibuat.

Seperti yang dijelaskan dalam penjelasan (Ruslan, 2007:7-8) “saling menguntungkan melalui komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama yang baik antara organisasi dengan publiknya”, bagian promosi dalam menjalankan renacana yang sudah disusun, mereka mengkomunikasikan rencana tersebut kesemua pihak yang berkaitan, agar tidak terjadi kesalahpahaman dan mengakibatkan masalah dalam menjalankan rencana tersebut. Menurut staff bagian promosi juga menyatakan bahwa mereka melakukan pendekatan dan sosialisasi yang efektif dan komunikatif terhadap pihak-pihak terkait untuk mendapatkan kerjasama yang baik diantara dinas pariwisata dan semua pihak yang terkait.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data dan pembahasan Bagaimana strategi hubungan masyarakat Dinas Pariwisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Kutai Kartanegara, maka dengan ini peneliti menarik kesimpulan dari permasalahan diatas sebagai berikut:

- 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara dalam mengumpulkan fakta atau data untuk mengetahui kebutuhan yang diinginkan wisatawan yaitu dengan melakukan survei dan memperoleh usulan dari masyarakat tentang pariwisata dikawasan Kabupaten Kutai Kartanegara. Karena fact finding berguna untuk memberikan informasi apa saja destinasi wisata yang paling diminati dan mampu menunjang peningkatan kualitas pariwisata di Kabupaten Kutai Kartanegara.
- 2) Hasil bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara merealisasikan rencana mereka melalui RENSTRA(Rencana Strategi) yang telah ditetapkan. Selain dari pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara, ada pihak-pihak terkait dalam merealisasikan sebuah event yang telah direncanakan. Wisatawan juga menyatakan bahwa rencana yang bagus untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan di Kabupaten Kutai Kartanegara dengan melakukan promosi.
- 3) Hasil penelitian menunjukkan pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara melakukan sedikit pendekatan dan sosialisasi yang efektif dan komunikatif terhadap pihak-pihak terkait. Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara juga menggunakan semua media untuk melakukan promosi, baik itu media konvensional maupun media sosial. Namun, sebagian wisatawan hanya mengetahui destinasi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Kutai Kartanegara dari media sosial.
- 4) Hasil wawancara dengan staff promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara menyatakan bahwa mereka memiliki standar yang akan digunakan untuk mengevaluasi sebuah event atau rencana apakah terlaksana dengan baik sesuai dengan tujuan awal atau tidak. Namun, menurut wisatawan langkah-langkah yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara khususnya bagian promosi masih dirasa kurang.

Saran

Sesuai dengan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah peneliti kemukakan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

- a) Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara seharusnya memenuhi kebutuhan wisatawan dengan menambahkan transportasi umum yang mudah diakses ke setiap destinasi wisata yang ada.
- b) Dalam memanfaatkan media promosi yang sudah ada sekarang sebaiknya Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara terus melakukan perluasan pasar-pasar pariwisata kepada wisatawan yang berkunjung.
- c) Sebaiknya Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara lebih meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat tentang rencana yang akan

dilakukan. Dan juga melakukan koordinasi kepada pihak-pihak terkait akan rencana yang akan dilakukan seperti polisi, satpol PP dan dinas terkait lainnya.

- d) Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara sebaiknya melakukan pendataan untuk setiap hasil dari rencana yang sudah dilakukan, yang hasilnya akan dijadikan bahan untuk rencana selanjutnya, agar Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara mengatasi masalah-masalah yang ada.

Daftar Pustaka

- A, Yoeti, Oka. Edisi Revisi 1996, Pengantar Ilmu Pariwisata, Penerbit Angkasa, Bandung. Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Alex. 2004. *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- Alo. 1992. *Dasar Dasar Komunikasi Periklanan*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- ANDI. Swastha, Basu. 2002. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Vardiansyah, D. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ihnu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung PT. Citra Aditya Bakti Rosdakarya.
- Gagas Ulung. I Gde Pitana., & Putu G, Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : CV Andi Offset Liliweri,
- Homerian Pustaka. Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Loumioti, maria; Vagionis, Nikolas. 2011. *Movies as A Tool of Modern Tourist Marketing*. *Tourimos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Alfabeta. Bandung.
- Matthew B. Miles A. Michael Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta. Universitas Indonesia.
- Mc Quail, 1987, *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari. 2003. *Metodologi Penelitian*, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. . 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada. Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Penerbit Erlangga. Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta:

- Ruslan, Rosady. 2005. Manajemen Public Relation & Media Komunikasi Edisi Revisi. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sani, Asrul. 2008. Cara Menghayati Sebuah Film, Jakarta: Yayasan Citra. Sobur, Soliman, Dalia Mohammad. 2011. Exploring The Role of Film in Promoting Domestic Tourism: A Case Study of Al Fayoum, Egypt. Journal of Vacation Marketing
- Sumarno, Marselli. 1996. Dasar-Dasar Apresiasi Film. Jakarta: Grasindo.
- Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-dasar Pariwisata. Yogyakarta:
- Yuliani, 2013, ' Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Dan Kominfo (DISBUDPAR) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Desa Pampang Samarinda '. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 1,3 / 451-455