

PERAN WEBSITE DINAS PARIWISATA KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KEARIFAN LOKAL

M. Fachrian Noor Hidayat¹, Sugandi², Kadek Dristiana Dwivayani³

ABSTRAK

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Peran Website Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara sebagai media komunikasi kearifan lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi. Peran Website Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara sebagai media komunikasi kearifan lokal masyarakat Kutai Kartanegara dengan menggunakan teori New Media. Jenis Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Dengan lokasi penelitian di Jalan Wolter Moginsidi, Komplek Kantor Bupati Kabupaten Kutai Kartanegara Gedung B Lt 3, Kalimantan Timur.

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian teknik analisis data kualitatif interaktif yang dikembangkan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman. Subjek dalam penelitian kali ini adalah Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara beserta para staf Bidang Pemasaran dan Pariwisata.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan peran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara dalam mengkomunikasikan kearifan lokal masyarakat Kutai Kartanegara melalui media online atau website yang dimiliki Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara yaitu www.visitingkutaikartanegara.com dan www.visitmyborneo.com yang berusaha menyampaikan pesan kepada khalayak yang dituju dengan mempertontonkan seni dan budaya kepada khalayak yang berbasiskan kearifan lokal masyarakat Kutai Kartanegara. Untuk saat ini upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara adalah dengan melakukan promosi pariwisata melalui kalender event dan festival budaya yang rutin diselenggarakan setiap tahunnya.

Kata Kunci : *Media Online, Kearifan Lokal, Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara*

¹Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: Hidayatmuhammadfachrian@gmail.com

²Dosen Pembimbing 1 dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

³Dosen Pembimbing 2 dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki berbagai macam Destinasi wisata mulai dari wisata alam maupun budaya. Karena keragaman suku dan budayanya inilah yang menjadi fenomena unik yang tidak dimiliki oleh negara lain. Pariwisata yang berbasis kearifan lokal, kini sudah menjadi komoditas promosi wisata yang dijual kepada masyarakat sebagai daya tarik obyek wisata. Tentunya hal ini yang menarik minat wisatawan mancanegara untuk datang ke Indonesia. Pariwisata di Indonesia merupakan sektor ekonomi yang penting dalam mendorong pendapatan di sektor usaha atau pendapatan daerah. Melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Indonesia mempromosikan diri sebagai tujuan wisata untuk turis-turis asing dengan kampanye “Wonderful Indonesia”.

Kebudayaan menurut ilmu antropologi merupakan keseluruhan dari sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik dari manusia dengan belajar. Kearifan lokal merupakan suatu yang berkaitan secara spesifik dengan budaya tertentu dan mencerminkan cara hidup suatu masyarakat tertentu. Model komunikasi yang berbasis kearifan lokal merupakan bagian dari ciri praktik komunikasi yang secara praktis dapat memberikan nuansa pembaharuan kegiatan wisata. Kearifan lokal merupakan manifestasi dari kebudayaan masyarakat setempat dan menjadi kekuatan ketika pengetahuan dan praktik-praktiknya digunakan secara selaras dengan usaha pembangunan masyarakat. Dengan demikian, pengaruhnya tidak hanya terbatas pada proses pembangunan itu sendiri, tetapi juga pada keberlanjutan jangka panjang.

Manusia sebagai makhluk yang sangat berketergantungan dengan alam sekitarnya sendiri dan tidak bisa dipisahkan. Ketika berada dalam lingkungannya tentunya sebagai manusia yang beradab, manusia sering berperilaku positif. Perilaku positif disini yang dimaksud adalah manusia dalam hubungannya dengan alam tersebut yang berlandaskan kearifan lokal masyarakat (*localwisdom*) yang sudah ada di dalam kehidupan masyarakat secara turun-temurun. Nilai-nilai agama, adat istiadat, petuah nenek moyang atau budaya setempat, yang terbangun secara alamiah dalam suatu kelompok masyarakat untuk beradaptasi dengan lingkungan di sekitarnya, perilaku ini berkembang menjadi suatu kebudayaan di suatu daerah dan akan berkembang secara turun-temurun, secara umum, budaya lokal atau budaya daerah dimaknai sebagai budaya yang berkembang disuatu daerah, yang unsur-unsurnya adalah budaya suku-suku bangsa yang tinggal di daerah itu. Budaya dan kearifan lokal suatu wilayah dapat menjadi informasi yang bermanfaat sebagai bentuk melestarikan kearifan lokal di daerah tersebut.

Tantangan muncul ketika teknologi dan globalisasi mampu menggeser ruang berita budaya di media lokal. Dalam hal ini pentingnya komunikasi dalam komunikasi pariwisata adalah dalam konsep pemasaran. Komunikator dalam hal ini harus bijak dalam memasarkan produk wisata agar dapat menarik perhatian pelanggan untuk menggunakan produk wisata. Di zaman yang serba cepat ini

adalah upaya dalam melakukan kegiatan pemasaran, tentunya seorang komunikator akan menggunakan teknologi untuk melakukan kegiatan pemasaran. Selain itu, penting bagaimana seorang komunikator menggunakan teknik komunikasi yang efektif, sehingga pesan dapat tersampaikan dan adanya umpan balik (*feedback*) dari komunikan.

Kehadiran sebuah media di zaman ini telah banyak memberikan pengaruh terhadap perilaku masyarakat. Di tengah era globalisasi saat ini, keberadaan sebuah media justru semakin dibutuhkan sebagai sarana layanan informasi kepada masyarakat. Media lokal berperan penting dalam hal ini dikarenakan media lokal diminta untuk lebih menonjolkan lokalitas media. Budaya dan kearifan lokal suatu wilayah dapat menjadi informasi yang bermanfaat sebagai bentuk melestarikan kearifan lokal di daerah tersebut. Media lokal dijadikan sebagai basis informasi karena memiliki kekuatan dalam menyajikan isu-isu yang berkaitan dengan lokalitas suatu daerah.

Secara bahasa (KBBI), media adalah alat atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Media juga berarti perantara atau penghubung, namun memasuki zaman modern ini media semakin berkembang menjadi *new media* atau yang kita kenal saat ini adalah media online. Media online adalah media atau saluran komunikasi yang tersaji secara online di situs *website* internet. Semua jenis kanal (*channel*) komunikasi yang ada di internet atau hanya bisa diakses dengan koneksi internet disebut juga dengan media online. Tidak ingin ketinggalan dengan kemajuan teknologi, Dinas Pariwisata yang berperan aktif dalam mempromosikan destinasi wisata di daerahnya demi memudahkan khalayak untuk mendapatkan akses ke tujuan destinasi wisata. Maka dengan ini Dinas pariwisata membuat *website* www.visitingkutaikartanegara.com untuk memudahkan khalayak dalam mengakses informasi terkait tujuan wisata berdasarkan rekomendasi.

Menariknya adalah www.visitingkutaikartanegara.com memberikan update berita berdasarkan kalender event tahunan, selain itu untuk menggambarkan sebuah media yang berbasiskan kearifan lokal masyarakat kutai kartanegara. Seperti yang baru saja terjadi baru-baru ini yaitu festival hari budaya, mereka pun menyajikan berita untuk mengajak masyarakat dengan tujuan festival ini bukan hanya sekedar peringatan atau hiburan masyarakat semata, namun terdapat makna penting di dalamnya yaitu turut membangun kehidupan masyarakat kutai kartanegara yang berbudaya. Kutai Kartanegara juga terkenal dengan masyarakatnya yang kental akan kearifan suku kutai dan dayak-nya. Hari budaya ini juga bertujuan untuk melahirkan sikap apresiasi dan cinta budaya serta melestarikan budaya daerah dan adat istiadat masyarakat. Jika budaya adalah aset bangsa, maka kita patut menjunjung tinggi, menjaga dan melestarikannya serta bersikap saling menghormati.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dapat dijadikan perumusan masalah yaitu :

Bagaimana peran *website* dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara sebagai media komunikasi kearifan lokal?

Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian adalah :

Untuk mendeskripsikan peran *website* sebagai media komunikasi kearifan lokal dan untuk menganalisis program jangka panjang serta upaya yang dilakukan dinas Pariwisata dalam mengkomunikasikan nilai kearifan lokal masyarakat Kutai Kartanegara.

Manfaat Penelitian

Hasil suatu penelitian tentunya mempunyai kegunaan dan manfaat bagi peneliti maupun pihak lain. Sejalan dengan tujuan penelitian tersebut diatas maka penelitian ini mempunyai kegunaan yaitu :

1. Segi Teoritis :

Melalui penelitian ini diharapkan diharapkan dapat menambahkan pengetahuan pada bidang ilmu komunikasi dengan konsentrasi komunikasi pariwisata tentang konsep media berbasis kearifan lokal.

2. Segi Praktis :

Hasil penelitian ini diharapkan juga bermanfaat bagi dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara sebagai evaluasi tentang peran media lokal berbasis kearifan lokal sebagai upaya promosi destinasi wisata. Serta mampu memberikan gambaran kepada pemerintah bagaimana pihak lain yang terkait membantu mensukseskan promosi destinasi wisata di Kabupaten Kutai Kartanegara.

Teori dan Konsep

Definisi Komunikasi

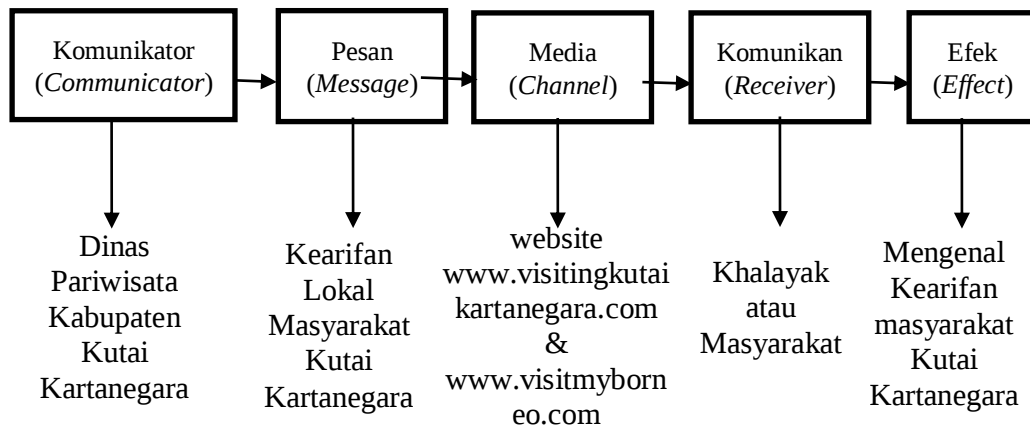
Menurut McQuail & Windahl (Ruslan, 2003:90) “bahwa komunikasi berkaitan erat dengan unsur-unsur seperti; *“sender, a channel, a message, receiver, a relationship between sender and receiver, an effect, a context in which communication can be any or all of the following: action on another, an interaction with others and reactiont ather”*. Artinya adalah bahwa pengiriman pesan, media saluran, pesan-pesan, penerima dan terjadi hubungan antar pengirim dan penerima yang menimbulkan efek tertentu, atau kaitannya dengan kegiatan komunikasi dan suatu hal dalam rangkaian penyampaian pesan-pesan. Kadang-kadang, komunikasi dapat terjadi pada seseorang atau semuanya, mulai dari yang melakukan aksi kepada lainnya, atau terjadi interaksi dan reaksi dari satu pihak kepada pihak lainnya.

Komunikasi Model Lasswel

Harold Laswell menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan suatu pengertian komunikasi atau *communication* adalah dengan menjawab pertanyaan; *who says what? In wich channel? to whom? with what effect?* Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek (akibat) tertentu. Effendy(2003:253) menulis bahwa modelkomunikasidariHaroldLasswelldianggapolehpara pakar komunikasi sebagaisalahsatuteorikomunikasiyangpalingawaldalamperkembangan teori komunikasi.

Jawaban bagi paradigmatik (*paradigmatic quetion*) Lasswell itu merupakan unsur-unsur proses komunikasi, yaitu *communicator* (komunikator), *message* (pesan), *media*, *receiver* (komunikan/penerima), dan *effect* (efek). Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa pada prinsip dasarnya setiap proses komunikasi yang berlangsung akan terdapat unsur-unsur penyampaian pesan, komunikator sebagai sumber informasi, media sebagai alat penyalur pesan, komunikan sebagai pihak yang dituju, serta tujuan yang mempengaruhi sikap komunikan yaitu efek yang diharapkan.

Gambar 2.3.3 Model Proses Komunikasi Lasswell



Sumber: manajemen public relations & media komunikasi (Ruslan, 2014:57)

Media Massa

Pengertian proses komunikasi massa pada hakekatnya merupakan pengoperan tentang lambang-lambang yang berarti, yang dilakukan melalui saluran, yang biasanya dikenal sebagai media. Dalam hal ini yang dimaksud media adalah alat yang digunakan untuk mencapai massa. Menurut Effendy (2007:79) “Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran

radio dan televisi yang ditujukan kepada umum dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop”.

Secara umum terdapat tiga efek komunikasi massa (Liliweri, 2011:39), yaitu:

1. Efek kognitif
2. Efek afektif
3. Efek konatif

Jenis-jenis Media Massa

Menurut Cangara (2010:74), jenis-jenis media massa dibedakan menjadi tiga jenis yakni antara lain:

1. Media Cetak
2. Media elektronik
3. Media Internet

Peran Media Massa

(Denis McQuail 2000:66) mengemukakan sejumlah peran yang dimainkan media massa selama ini. Yakni:

1. Industri pencipta lapangan kerja, barang, dan jasa.
2. Sumber kekuatan : alat kontrol, manajemen dan invasi masyarakat
3. Lokasi (forum) untuk menampilkan peristiwa masyarakat
4. Pengembangan kebudayaan tata cara, mode, gaya hidup, dan norma
5. Sumber pencipta citra individu, kelompok, dan masyarakat.

Teori New Media

Untuk dapat mengakses internet menurut Lievrouw, seseorang membutuhkan koneksi internet dan piranti keras seperti komputer, *PDA*, *Blackberry* dan lain sebagainya. Internet yang dianggap sebagai gabungan dari beberapa bentuk media dan fasilitas *email*, *website*, *newsgroup*, *e-commerce* dan sebagainya (Lievrouw, 2006:221).

World Wide Web atau Website

Menurut Bakti (2015:35) “*website* merupakan kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman.

Kearifan Lokal

Kearifan lokal menurut Ratna (2011:94) adalah semen pengikat dalam bentuk kebudayaan yang sudah ada sehingga didasari keberadaan. Kearifan lokal dapat didefinisikan sebagai suatu budaya yang diciptakan oleh aktor-aktor lokal melalui proses yang berulang-ulang, melalui internalisasi dan interpretasi ajaran

agama dan budaya yang disosialisasikan dalam bentuk norma-norma dan dijadikan pedoman dalam kehidupan sehari-hari bagi masyarakat. Secara substansial, kearifan lokal itu adalah nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat. Nilai-nilai yang diyakini kebenarannya dan menjadi acuan dalam bertingkah laku sehari-hari masyarakat setempat.

Kearifan Lokal Masyarakat Kutai Kartanegara

Suku Kutai adalah suku yang asli yang mendiami wilayah Kalimantan Timur, jika diamati berdasarkan jenisnya termasuk dalam suku melayu tua dengan mayoritas agama islam dan hidup mengikuti sepanjang aliran sungai mahakam. Adat istiadat suku Kutai salah satu nya adalah Erau. Erau merupakan sebuah tradisi budaya yang dilaksanakan setiap tahun dengan pusat kegiatan di kota Tenggarong, Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur. Usaha pariwisata memperkenalkan budaya yang ada di Kutai Kartanegara menjadikannya daya tarik sebagai salah satu destinasi pariwisata di Kalimantan Timur. Pengembangan warisan budaya untuk kepentingan ekonomi melalui kepariwisataan berdampak positif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sebagai upaya melestarikan budaya.

Definisi Konsepsional

Media lokal berperan penting dalam hal ini dikarenakan media lokal diminta untuk lebih menonjolkan lokalitas media. Budaya dan kearifan lokal suatu wilayah dapat menjadi informasi yang bermanfaat sebagai bentuk melestarikan kearifan lokal di daerah tersebut. Media lokal dijadikan sebagai basis informasi karena memiliki kekuatan dalam menyajikan isu-isu yang berkaitan dengan lokalitas suatu daerah. Kearifan lokal adalah semen pengikat dalam bentuk kebudayaan yang sudah ada sehingga didasari keberadaan. Kearifan lokal dapat didefinisikan sebagai suatu budaya yang diciptakan oleh aktor-aktor lokal melalui proses yang berulang-ulang, melalui internalisasi dan interpretasi ajaran agama dan budaya yang disosialisasikan dalam bentuk norma-norma dan dijadikan pedoman dalam kehidupan sehari-hari bagi masyarakat. Secara substansial, kearifan lokal itu adalah nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat. Nilai-nilai yang diyakini kebenarannya dan menjadi acuan dalam bertingkah laku sehari-hari masyarakat setempat.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian yang bersifat Deskriptif-Kualitatif, yaitu penelitian yang berusaha memaparkan, menggambarkan, menjelaskan, mengkarifikasikan, dan menganalisis peran Dinas Pariwisata dalam mengembangkan potensi obyek wisata di Kabupaten Kutai Kartanegara. Deskriptif kualitatif yang mempunyai tujuan untuk memecahkan masalah yang ada pada masa sekarang. Dengan kata lain penelitian

deskriptif bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan saat ini dan melihat kaitan antara variabel-variabel yang ada. (Sutopo, 2002: 34).

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi dengan pembatasan studi tersebut, maka penelitian ini terfokus berdasarkan pada teori peran media massa yang dikemukakan oleh Denis McQuail, yaitu:

1. Industri pencipta lapangan kerja, barang, dan jasa.
2. Sumber kekuatan : alat kontrol, manajemen dan invasi masyarakat.
3. Lokasi (forum) untuk menampilkan peristiwa masyarakat.
4. Pengembangan kebudayaan tata cara, mode, gaya hidup, dan norma.
5. Sumber pencipta citra individu, kelompok, dan masyarakat.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah :

Data primer

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan informan sebagai sumber dasar memperoleh data pada penelitian skripsi ini. Pemilihan informan berdasarkan pada subjek yang memiliki banyak informasi dengan permasalahan yang diteliti dan bersedia memberikan data. Adapun yang menjadi narasumber dalam penelitian ini, sebagai *key informan* yakni :

1. Dra. Sri Wahyuni, MPP. Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara (*key informan*).
2. Drs. Witontro. Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata
3. Drs. Triyatma. Kepala seksi promosi pariwisata, dan
4. Widia Rusmini. Kepala seksi data dan informasi.

Data sekunder

Data sekunder yakni, data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi seperti dokumen, laporan, internet, buku penunjang penelitian, dan jurnal karya ilmiah yang merupakan hasil relevan dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang dilakukan para peneliti pada umumnya, yaitu :

1. *Observasi*
2. *Wawancara*

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model analisis interaktif yang di kembangkan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman (2014).

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Komplek Kantor Bupati Kutai Kartanegara Gedung B Lt.3.Jl. Wolter Monginsidi, Tenggarong, Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur.

Hasil Penelitian

Padabagianini penelitiakanmenyajikanhasilwawancarayang diperoleh darihasilpenelitianberdasarkan padafokus penelitianpadababsebelumnya. Pengukuranyang dilakukandalampenelitianiniadalahuntukmengetahuiperan website Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara sebagai media komunikasi kearifan lokal. Dalam hal ini ada dua website yang mereka gerakkan sebagai sumber informasi yang menampilkan suatu peristiwa masyarakat, adapun website tersebut ialah www.visitingkutaikartanegara.com dan www.visitmyborneo.com. Untukmenganalisalebihlanjutmengenaiperan website yangdijalankan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara.

Peran website Dinas Pariwisata sebagai media yang menginformasikan lapangan kerja, barang dan jasa

Dinas Pariwisata dalam melakukan perannya sebagai media penyampai informasi lapangan kerja, barang dan jasa yaitu Dinas Pariwisata menjelaskan bahwa yang mereka maksud peran website sebagai industri pencipta lapangan kerja, barang dan jasa adalah mereka juga mengajak masyarakat yang tergabung dalam kelompok sadar wisata (Pokdarwis) ini dijadikan oleh Dinas Pariwisata sebagai mitra mereka dalam pemberdayaan masyarakat, dimana setelah itu hasil kegiatan mereka akan di upload dalam sosial media serta website www.visitingkutaikartanegara.com dan www.visitmyborneo.com sebagai upaya promosi desa wisata. Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara saat ini sedang berupaya dalam melakukan promosi wisata melalui saluran media baru (*new media*) sekaligus melakukan kerja sama langsung dengan jasa penyedia hotel, selain itu dalam melakukan promosinya mereka melakukan update informasi terkini yang memudahkan pengunjung untuk datang ke lokasi destinasi, selain itu mereka juga membantu para pelaku usaha rumah makan yang ada di Tenggarong untuk mempromosikan masakan kuliner khas Kutai. Sebagai media informasi mengenai lapangan kerja, barang dan jasa, Dinas Pariwisata melakukannya dengan memberikan peluang bagi siapa saja yang ingin ikut serta menjadi mitra dengan tujuan agar bisa mendongkrak usaha rumahan dari masyarakat

Peran Website Dinas Pariwisata sebagai alat kontrol, manajemen dan invasi masyarakat.

Tujuan dibuatnya website ini adalah bentuk dari kesadaran sebuah instansi pemerintah daerah dalam mengembangkan kembali destinasi wisata melalui keunikan dan keanekaragaman suatu daerah yang mereka miliki untuk

meningkatkan lagi pada sektor pariwisata melalui kearifan lokal pengunjung website tidak diberi sedikit pun ruang untuk melakukan testimoni atau memberi saran-saran. Jika ingin melakukan testimoni cukup melalui sosial media atau pun kontak yang telah mereka sediakan pada beranda website. Dengan membuat satu opini publik, suatu pemerintah dapat mengontrol masyarakatnya ke arah tujuan yang ingin dicapai, salah satunya melalui media massa. Karena dalam penyebaran beritanya pemilik media massa bisa men-setting berita yang ingin disampaikan sehingga terbentuklah suatu opini publik dalam rangka mencapai suatu tujuan baik itu untuk memperkuat suatu kekuasaan dalam pemerintah maupun untuk menciptakan isu-isu akan berkembang dimasyarakat. Masyarakat pengguna media massa seharusnya menjadi lebih aktif untuk berperan dalam menyuarakan pesan mereka melalui media massa baik terjun langsung di pemerintahan maupun melalui kritik-kritik sosial.

Peran Website Dinas Pariwisata sebagai Lokasi (Forum) untuk menampilkan Peristiwa Masyarakat

Upaya Dinas Pariwisata dalam membuat website sebagai forum yang menampilkan peristiwa masyarakat, disini peneliti mengamati peristiwa masyarakat yang sering ditampilkan dalam website ialah peristiwa yang dimaksud adalah tentang acara yang masih kental dengan unsur seni dan budayanya. Dinas Pariwisata saat ini sedang berupaya untuk menghidupkan kembali budaya-budaya kearifan lokal masyarakat Kutai yang sebagian telah dilupakan oleh masyarakatnya sendiri. Untuk itu kami sengaja menyajikan informasi dan berita dalam website kami kebanyakan berbaur kebudayaan kutai seperti pesta dan upacara adat. Setiap ada kegiatan yang ingin diselenggarakan mereka selalu update berita dengan cara membuat kalender event yang rutin diselenggarakan setiap tahunnya agar masyarakat bisa mengetahui dari jauh hari dengan tujuan agar masyarakat ada persiapan untuk menuju suatu tempat destinasi yang dijadikan tempat acara tersebut berlangsung. Hal ini juga merupakan upaya dari Dinas Pariwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dengan memberi informasi berita yang unik mengenai kearifan lokal masyarakat Kutai melalui www.visitingkutaikartanegara.com dan www.visitmyborneo.com. Terlebih, nilai-nilai kearifan lokal mempunyai kemampuan untuk memegang pengendalian serta memberikan arah perkembangan kebudayaan. Dengan demikian bahwa kebudayaan merupakan manifestasi kepribadian suatu masyarakat.

Peran Website Dinas Pariwisata sebagai Pengembangan Kebudayaan tata cara, mode, gaya hidup dan norma

Peran media tersebut juga bertujuan sebagai media informasi sarana pengembangan kebudayaan tata cara, mode, gaya hidup dan norma. Dinas Pariwisata telah menjelaskan dari aspek budaya dan kerajinan-nya yang dapat kita lihat pada website tersebut. Selain kita dapat melihat budaya maupun festival

yang akan diselenggarakan disini dapat kita jumpai pula dari keseniannya seperti seni lukis orang dayak yang biasa kita jumpai pada pakaian maupun tato. Motif hias harimau dan pohon kehidupan diwarnai dengan kapur, jelaga dan karat merah pada masa lalu merupakan ciri tetua adat. Kemudian ada seni pahat patung dan arsitektur dayak, pahatan suku dayak memiliki pola-pola atau motif-motif yang unik. Umumnya polanya diambil dari bentuk-bentuk alam seperti tumbuhan, binatang dll. Seni arsitektur dayak terlihat menarik pada rumah tradisional suku dayak yang dikenal dengan sebutan lamin. Dan ada juga seni tari suku melayu Kutai yang juga memiliki nilai seni tinggi dan beragam. Atau biasa disebut tari jepen. Dalam website tersebut sebenarnya sudah lengkap dari segi aspek budaya, Kesenian, Kerajinan, Tari-tarian, rumah adat, serta Kuliner yang ada di Kutai Kartanegara. Dalam website Dinas Pariwisata dijelaskan didalamnya sudah melengkapi semua aspek dalam kearifan lokal masyarakat Kutai Kartanegara seperti budaya, kesenian, kerajinan, rumah adat, kulinernya semua telah digambarkan dalam website tersebut.

Peran Website Dinas Pariwisata sebagai Sumber Pencipta citra Individu, Kelompok dan Masyarakat

Peran dari website Dinas Pariwisata sebagai sumber pencipta citra individu, kelompok dan masyarakat adalah merupakan salah satu ciri dari media massa yang tidak bisa kita pungkiri karena media massa berfungsi sebagai penyebar informasi sehingga informasi mengenai seseorang atau kelompok yang mereka sampaikan bisa menimbulkan citra baik ataupun buruk bagi orang atau kelompok yang diberitakan tersebut. Lalu bagaimana cara Dinas Pariwisata melalui website www.visitingkutaikartanegara.com ataupun www.visitmyborneo.com melakukan hal ini. Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara melakukan upaya promosi dalam bentuk kalender *event* dan pentas seni budaya yang rutin diselenggarakan setiap tahunnya dan setiap kegiatan itu mereka upload ke dalam website Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara. Hal ini bertujuan untuk mengenalkan kepada masyarakat akan kearifan lokal masyarakat Kutai Kartanegara. Informasi tentang program pembentukan kelompok sadar wisata di Desa Muara Siran melalui program CSR. Demikian diharapkan masyarakat mulai menata dan mempercantik desa agar para wisatawan tertarik berkunjung sehingga berdampak positif bagi ekonomi masyarakat. Dari keseluruhan hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa tidak ada satu pun aktivitas media online yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata yang membahas tentang citra individu, dimana semua yang berhasil peneliti dapatkan dilapangan hanya berupa upaya dalam menciptakan citra suatu kelompok dari masyarakat seperti (pokdariwis) yang dibentuk berdasarkan kesadaran dari masyarakat melalui Dinas Pariwisata maupun upaya dari Dinas Pariwisata dalam melakukan upaya promosi destinasi wisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada fokus penelitian yang peneliti tentukan mengenai peran website Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara sebagai media komunikasi kearifan lokal masyarakat Kutai Kartanegara, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dalam melakukan perannya sebagai media penyampai informasi lapangan kerja, barang dan jasa Dinas Pariwisata mengambil satu contoh fenomena yang terjadi dilapangan yaitu mengajak masyarakat yang tergabung dalam kelompok sadar wisata (Pokdarwis) ini dijadikan oleh Dinas Pariwisata sebagai mitra mereka dalam pemberdayaan masyarakat, dimana setelah itu hasil kegiatan mereka akan di *upload* dalam sosial media serta website www.visitingkutaikartanegara.com sebagai upaya promosi desa wisata. Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara saat ini sedang berupaya dalam melakukan promosi wisata melalui saluran media baru (*new media*) sekaligus melakukan kerja sama langsung dengan jasa penginapan dan hotel serta travel dan tour. Sebagai media informasi mengenai lapangan kerja, barang dan jasa, Dinas Pariwisata melakukannya dengan memberikan peluang bagi siapa saja yang ingin ikut serta menjadi mitra dengan tujuan agar bisa mendongkrak usaha rumahan dari masyarakat.
2. Peneliti mengamati peristiwa masyarakat yang sering ditampilkan dalam website adalah tentang acara yang masih kental dengan unsur seni dan budayanya. Dinas Pariwisata saat ini sedang berupaya untuk menghidupkan kembali budaya-budaya kearifan lokal masyarakat Kutai yang sebagian telah dilupakan oleh masyarakatnya sendiri. kegiatan yang ingin diselenggarakan mereka selalu update berita dengan cara membuat kalender event yang rutin diselenggarakan setiap tahunnya agar masyarakat bisa mengetahui dari jauh hari dengan tujuan agar masyarakat ada persiapan untuk menuju suatu tempat destinasi yang dijadikan tempat acara tersebut berlangsung.
3. Dinas Pariwisata mengisi informasi mengenai kearifan lokal masyarakat kutai kartanegara dari segi aspek seni dan budaya-nya melalui www.visitingkutaikartanegara.com dan www.visitmyborneo.com. Salah satu hasil kerajinan tangan dari suku dayak benuaq contohnya. Disini mereka ingin memperkenalkan kepada masyarakat luar bahwa ulap doyo ini merupakan bentuk dari identitas masyarakat dayak benuaq yang sudah ada sejak zaman kerajaan Kutai Ing Martapura. Oleh sebab itu dibuatkanlah event yang bertema perform ulap doyo yang juga menggambarkan bentuk kearifan lokal masyarakat Kutai Kartanegara. Maka peran dari media online tersebut juga bertujuan sebagai media informasi sarana pengembangan kebudayaan tata cara, mode, gaya hidup dan norma. Selain itu melalui media online merupakan salah satu bentuk promosi dan sebagai media dalam mengkomunikasikan kearifan lokal masyarakat kutai kartanegara, maka dengan itu hal ini cukup signifikan

untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan melalui website www.visitingkutaikartanegara.com dan www.visitmyborneo.com.

4. Informasi yang terdapat dalam website Dinas Pariwisata disini adalah menciptakan citra suatu kelompok di masyarakat yaitu membentuk komunitas pokdarwis di Desa-desa lalu hasil dari kegiatan mereka diupload dalam website maupun sosial media. Dari keseluruhan hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa tidak ada satu pun aktivitas media online yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata yang membahas tentang citra individu, dimana semua yang peneliti dapatkan di lapangan hanya berupa upaya dalam menciptakan citra suatu kelompok dari masyarakat seperti (pokdarwis) yang dibentuk berdasarkan kesadaran dari masyarakat melalui Dinas Pariwisata maupun upaya dari Dinas Pariwisata dalam melakukan upaya promosi destinasi wisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan

Saran

Adapun beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian kali ini peneliti melihat bahwa website Dinas Pariwisata sudah menjalankan fungsinya dengan baik seperti yang diharapkan, namun dalam hal mengembangkan daya tarik wisata yang berbasis kearifan lokal, harusnya lebih mengenalkan lagi produk unggulan yang ada dengan membuat wadah khusus pusat perbelanjaan didalam beranda website www.visitingkutaikartanegara.com dan www.visitmyborneo.com seperti halnya seni batik khas dayak atau menyediakan fasilitas akses menuju pusat perbelanjaan makanan khas kutai sebagai pusat perbelanjaan oleh-oleh atau selain mengenalkan produk dalam kearifan lokal hal ini bertujuan membantu para pelaku UKM di Kutai Kartanegara sebagai upaya dalam bermitra serta menciptakan lapangan kerja melalui website.
2. Dengan melihat dari nilai yang ditonjolkan dalam website tersebut kemudian peneliti mengambil kesimpulan bahwa, Dinas Pariwisata membagi dua website yang berbeda dengan tujuan segmentasi masing-masing, yaitu www.visitingkutaikartanegara.com untuk tujuan wisatawan domestik dan www.visitmyborneo.com untuk tujuan wisatawan mancanegara. Walaupun kedua website tersebut mempunyai segmentasi yang berbeda namun tujuan dan isi konten di dalamnya hampir sama, yaitu menggambarkan tentang kearifan lokal masyarakat kutai kartanegara sebagai upaya promosi wisata. Namun alangkah baiknya jika Dinas Pariwisata cukup memfokuskan satu media online saja agar semua berita dan informasi bisa menjadi lebih *ter-update*. Karena disini peneliti mengamati adanya salah satu website yang menjadi kalah dari website yang satunya.
3. Saran lainnya yang berkaitan dengan adanya kemungkinan penelitian yang sejenis di kemudian hari diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan pandangan-pandangan terhadap penelitian-penelitian selanjutnya,

yakni tidak lain demi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang *new media*.

Daftar Pustaka

- Alo, Liliweri. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana
- Ardianto, Elvinaro. 2009. *Public Relations Praktis*. Edisi Pertama. Jakarta: Widya Padjajaran.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Effendi, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- . 2007. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kriyantoro, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, Denis. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Diterjemahkan oleh: Adus Dharma dan Aminuddi Ram Jakarta: Erlangga
- Mulyana, Dedi. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2011. *Antropologi Sastra, Penanaman Unsur-unsur Kebudayaan dalam Proses Kreatif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ruben, Brent, D dan Lea P. Stewart. 1998. *Communication and Human Behavior*, USA: Viacom Company.
- Santoso, Edi dan Setiansah, Mite. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sedyawati, Edi. 2006. *Budaya Indonesia, Kajian Arkeologi, Seni dan Sejarah*. Jakarta: PT. Raja Garafindo Persada.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wright, Charles R. 1985. *Sosiologi Komunikasi Massa*, terjemahan Jalaluddin Rakhmat. Bandung: Remaja Karya.

SUMBER DARI INTERNET

- <http://dispar.kutaikartanegarakab.go.id/uploads/kebijakan/RENSTRA/BAB%2520II/25202.pdf&sa> diakses pada tanggal 20 Agustus 2018 pukul 21.20 WITA.
- <https://www.visitingkutaikartanegara.com> diakses pada tanggal 31 oktober 2018 pukul 22.37 WITA.
- <https://www.wartakaltim.co/2018/07/17> diakses pada tanggal 21 Mei 2019 pukul 13.20 WITA.