

# FUNGSI HUBUNGAN MASYARAKAT PADA DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF PROVINSI KALIMANTAN BARAT DALAM PROMOSI PARIWISATA

Ruslizar<sup>1</sup>, Yulius Yohanes<sup>2</sup>, Abdul Rahim<sup>3</sup>

Program Studi Ilmu Administrasi Negara  
Magister Ilmu Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Tanjungpura Pontianak

## ABSTRAK

Saat ini potensi sektor pariwisata memiliki peranan yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan pembangunan nasional maupun bagi daerah. Hal ini mengingat bahwa, dampak pengembangan sektor pariwisata bersifat multidimensional terhadap pengembangan sektor-sektor lainnya terutama bagi peningkatan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat. Majunya industri pariwisata suatu daerah sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang datang, karena itu harus ditunjang dengan peningkatan pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata (DTW) sehingga industri pariwisata akan berkembang dengan baik. Negara Indonesia yang memiliki pemandangan alam yang indah sangat mendukung bagi berkembangnya sektor industri pariwisata di Indonesia. Dampak nyata pembangunan sektor pariwisata bagi daerah adalah sebagai salah satu sumber bagi peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Provinsi Kalimantan Barat merupakan daerah yang cukup potensial untuk terus membangun sector ini, untuk itu salah satu peran penting yang harus ditingkatkan lebih baik lagi adalah fungsi Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Kalimantan Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, fungsi Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Kalimantan Barat belum berjalan sebagaimana diharapkan. Kondisi ini disebabkan beberapa kendala yang dihadapi diantaranya : a) terbatasnya ketersediaan anggaran untuk pengelolaan informasi, b) rendahnya kualitas aparatur dalam pengelolaan dokumentasi dibidang kepariwisataan dan, c) kurangnya upaya untuk melakukan publikasi promosi wisata daerah, baik objek wisata alam, sejarah dan maritim.

*Kata Kunci : Fungsi, Hubungan Masyarakat, Promosi Pariwisata.*

---

<sup>1</sup> PNS

<sup>2</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura, Pontianak

<sup>3</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura, Pontianak

## **A. PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang Masalah**

Upaya pemerintah daerah untuk memperbesar PAD maka, program pengembangan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat menjadi salah satu aspek penting yang dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan PAD tersebut. Secara luas pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Pembangunan sektor pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi dan politik. Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa. Selama berwisata, wisatawan akan melakukan belanjanya, sehingga secara langsung menimbulkan permintaan (*Tourism Final Demand*) pasar barang dan jasa. Selanjutnya Final Demand wisatawan secara tidak langsung menimbulkan permintaan akan barang modal dan bahan baku (*Investment Derived Demand*) untuk berproduksi memenuhi permintaan wisatawan akan barang dan jasa tersebut. Dalam usaha memenuhi permintaan wisatawan diperlukan investasi di bidang transportasi dan komunikasi, perhotelan dan akomodasi lain, industri kerajinan dan industri produk konsumen, industri jasa, rumah makan restoran dan lain-lain.

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta Pemerintah Daerah Kalimantan Barat telah berusaha menggali dan membenahi obyek – obyek wisata yang ada untuk para wisatawan. Selain itu sarana dan prasarana lainnya juga harus saling mendukung kepariwisataan itu sendiri, seperti transportasi, jasa penjualan tiket ( Biro Perjalanan Wisata dan Agen Perjalanan Wisata ), penginapan atau akomodasi dan sebagainya. Berdasarkan data sekunder yang penulis peroleh di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Kalimantan Barat jumlah wisatawan mancanegara dari tahun anggaran 2009 sampai dengan tahun 2013 diketahui bahwa, jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kalimantan Barat tertinggi pada tahun 2013 yaitu sekitar 11.096 orang yang bila dibandingkan pada tahun 2012 jumlahnya menurun. Kondisi ini disebabkan beberapa indikasi yang ditemui antara lain:

- a. Masih lemahnya sumber daya aparatur Kehumasan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Kalimantan Barat dalam penguasaan ilmu disektor pariwisata
- b. Minimnya dana APBD untuk pengembangan dan pelestarian kebudayaan dan Pariwisata, sehingga pariwisata yang ada di Kalimantan Barat sulit berkembang
- c. Sarana dan Prasarana penunjang untuk wisata di Kalimantan Barat belum tersedia dengan merata, sehingga hal ini menghambat bagi pengembangan sektor pariwisata yang ada di Kalimantan Barat.

Penurunan jumlah wisatawan kunjungan wisatawan ini merupakan suatu masalah yang berpengaruh langsung terhadap turunnya PAD padahal potnesi sector pariwisata di Kalimantan Barat diharapkan sebagai salah satu sumber PAD yang sangat potensial karena sangat berkaitan dalam mengembangkan sektor-sektor lainnya terutama sektor ekonomi. Berdasarkan kondisi ini, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana fungsi Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam promosi wisata di Kalimantan Barat.

### **B. Ruang Lingkup Masalah**

Penelitian ini terfokus pada fungsi Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam mempromosikan objek wisata di Kalimantan Barat yang meliputi aspek pengelolaan informasi, pengelolaan dokumentasi dan penyelenggaraan publikasi.

### C. Perumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah : Bagaimana fungsi Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Kalimantan Barat sudah berfungsi dalam mempromosikan objek wisata di Kalimantan Barat.

### B. Tinjauan Pustaka

Menurut Grass, Mason dan MC Eachern yang dikutip dalam buku pokok-pokok pikiran dalam sosiologi karangan David Bery (1995:100) fungsi sebagai perangkat harapan-harapan yang dikenakan pada organisasi tertentu. Sedangkan menurut Soekanto (2002:243) bahwa fungsi merupakan aspek dinamis dari suatu organisasi. Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai kedudukannya, maka ia menjalankan suatu fungsi. Berdasarkan dua pengertian di atas, fungsi adalah perangkat harapan-harapan yang dikenakan pada suatu organisasi untuk melaksanakan hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh pemegang peran sesuai dengan yang diharapkan masyarakat. Setiap organisasi memiliki macam-macam fungsi sesuai dengan tujuan organisasi itu sendiri. Hal ini sekaligus berarti bahwa fungsi menentukan apa yang diperbuatnya bagi organisasi serta kesempatan-kesempatan apa yang diberikan oleh organisasi atau lingkungannya kepadanya.

Menurut Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 Pada Bab 1 Pasal 1, Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara, Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah serta Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

*Public Relations* atau Humas sebagai suatu bentuk kegiatan komunikasi dengan masyarakat sangat berperan penting bagi organisasi; lembaga dan perusahaan dalam menentukan terjalinnya hubungan yang baik. *Public relation* dalam suatu perusahaan berperan dalam menjalankan fungsi menjalin komunikasi dengan khalayak sebab dengan komunikasi seseorang *Public relation* dapat menyampaikan informasi, opini, ide pengetahuan dan sebagainya kepada orang secara timbal balik, baik sebagai komunikator ataupun komunikan. Keberadaan *public relation* sebagai jembatan penghubung antara lembaga pemerintahan, perusahaan, dan Negara-negara dengan *public* atau masyarakat. *Public relation* membantu lembaga, perusahaan dan Negara untuk menciptakan citra yang positif dimata *public*. Pada lembaga pemerintahan, *public relation* sebagai satu bagian yang mendukung operasional pemerintahan untuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan-kebijakan mereka. Memberi informasi secara teratur tentang kebijakan.

Hubungan masyarakat, atau sering disingkat humas adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu/ organisasi. Menurut IPRA (*International Public Relations Association*) Humas adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik (*public*) untuk

memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini public di antara mereka. Kemudian Ruslan (2008:58) menyatakan Humas adalah “sebuah proses yang terus menerus dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh kemauan baik dan pengertian dari pelanggan, pegawai, dan publik yang lebih luas”. Dalam pekerjaannya, seorang humas membuat analisis ke dalam dan perbaikan diri, serta membuat pernyataan-pernyataan keluar. Hubungan masyarakat adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat. Humas (PR) adalah sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensinya, memberikan pengarahan kepada pimpinan institusi/lembaga dan melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait. Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Anggoro (2008:41), menyatakan tugas Hubungan Masyarakat yaitu melaksanakan analisis dan penyiapan rancangan kebijakan dalam bidang hubungan masyarakat. Untuk menyelenggarakan tugas Kehumasan, maka fungsi Humas adalah: a) pengelolaan informasi, b) pengelolaan dokumentasi dan c) penyelenggaraan publikasi. Tugas Pokok Kehumasan adalah melaksanakan inventarisasi dan mengolah data, menyiapkan bahan penyusunan rancangan kebijakan pengumpulan dan penyajian informasi, dokumentasi kegiatan pemerintah daerah, serta melaksanakan tata usaha Bagian Humas. Tugas Pokok Kehumasan dalam melaksanakan inventarisasi dan mengolah data, menyiapkan bahan penyusunan rancangan kebijakan penyelenggaraan publikasi, seperti:

1. Menghimpun dan mempelajari peraturan perundang-undangan, kebijakan teknis, pedoman dan petunjuk teknis serta bahan-bahan lain yang berhubungan dengan publikasi.
2. Menyusun rencana kerja, anggaran, dan jadwal kegiatan Sub Bagian Publikasi.
3. Mengumpulkan, menganalisa, menyajikan data dan informasi yang berhubungan dengan publikasi
4. Menginventarisasi permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan publikasi dan menyiapkan bahan petunjuk pemecahan masalah.
5. Menyiapkan dan mengedit naskah-naskah publikasi
6. Menyelenggarakan penyiaran informasi/ promosi kebijakan, pelaksanaan dan hasil kegiatan pembangunan melalui berbagai macam media massa.
7. Mendampingi dan meliput kegiatan pimpinan.
8. Mendistribusikan produk-produk untuk publikasi.
9. Mengevaluasi program publikasi.
10. Mengklipping dan mengevaluasi berita.
11. Tugas Pokok: Melaksanakan kegiatan keprotokolan daerah.  
Uraian Tugas :
12. Menghimpun dan mempelajari peraturan perundang-undangan, kebijakan teknis, pedoman dan petunjuk teknis serta bahan-bahan lain yang berhubungan dengan keprotokolan.
13. Menyusun rencana kerja, anggaran dan jadwal kegiatan Sub Bagian Protokol.

14. Mengumpulkan, menganalisa, menyajikan data dan informasi yang berhubungan dengan keprotokolan.
15. Menginventarisasi permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan keprotokolan dan menyiapkan petunjuk pemecahan masalah.
16. Bersama-sama dengan Sub Bagian Tata Usaha dan Keuangan Bagian Umum, menyusun dan mengatur jadwal acara-acara pimpinan
17. Melaksanakan koordinasi penerimaan kunjungan kerja dari pemerintah dan menyiapkan bahan rancangan, penyusunan jawaban kuesioner kunjungan kerja tersebut.
18. Mempersiapkan dan menyelenggarakan administrasi pelayanan tamu.
19. Menyiapkan dan mengatur VIP Room di bandara, pengawalan dan pengamanan acara perjalanan tamu.
20. Menyiapkan cinderamata/ tanda kenang-kenangan yang diperlukan.
21. Mengatur dan mengurus hubungan antar korps diplomatik dan konsuler dengan Bupati/ Wakil Bupati.
22. Menyenggarakan pengaturan dan persiapan akomodasi dan transportasi/ tiket tamu.
23. Melaksanakan koordinasi dengan instansi/ pihak lain yang terkait dalam penyelenggaraan kegiatan protokoler/ upacara resmi yang dihadiri pejabat terkait.
24. Mengatur tata ruang, tata tempat dan tata urutan penyelenggaraan upacara.
25. Mempersiapkan naskah-naskah penyelenggaraan upacara pelantikan/ pengukuhan serta serah terima jabatan/ pelantikan pejabat.
26. Mempersiapkan dan mengatur pelaksanaan upacara baik tingkat daerah maupun nasional.
27. Menyenggarakan informasi internal
28. Mendampingi kegiatan pimpinan.
29. Melaksanakan evaluasi dan menyusun laporan pelaksanaan kegiatan Sub Bagian Protokol.

Komunikasi berperan penting dalam seluruh aspek kehidupan manusia. Karena hubungan antar manusia dapat terjadi dimana saja dan kapan saja, tidak terkecuali dalam kehidupan organisasi. Dalam kehidupan berorganisasi, komunikasi berperan penting dalam setiap kegiatan dan dalam memperlancar tercapainya tujuan organisasi tersebut. Dalam usaha untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau perusahaan tersebut amat berkaitan dengan pihak karyawan (Internal) maupun masyarakat (eksternal). Agar antara perusahaan/organisasi dan kedua pihak publik ini terjalin hubungan yang harmonis maka dibutuhkanlah fungsi humas. Humas merupakan suatu bagian dalam organisasi/perusahaan yang berperan sebagai sarana komunikasi internal maupun eksternal perusahaan. Mereka berupaya untuk memberikan informasi tentang segala kegiatan, kebijakan, dan prosedur dan sekaligus untuk membangun/ mempertahankan citra positif organisasi/perusahaan.

Widjaja. (2010:66), menyatakan media komunikasi sangatlah banyak bentuknya, namun pada umumnya setiap organisasi hanya menggunakan sebagian kecil dari sekian banyak media yang ada. Berikut ini beberapa variasi media komunikasi yang dipergunakan oleh seorang humas:

- a) Media pers (*press*), Media ini terdiri dari berbagai macam koran yang beredar di masyarakat secara umum, baik yang berskala regional maupun nasional atau bahkan internasional, koran-koran gratis, majalah-majalah, yang diterbitkan

secara umum maupun hanya dalam jumlah terbatas untuk kalangan tertentu; buku-buku petunjuk khusus; buku-buku tahunan dan laporan-laporan tahunan dari berbagai lembaga yang sengaja dipublikasikan untuk umum.

- b) Audio-visual , Media ini terdiri dari slide dan kaset video, film-film dokumenter.
- c) Radio , Kategori ini meliputi semua jenis radio, mulai dari yang berskala lokal, nasional hingga internasional baik yang dipancarkan secara luas maupun yang dikemas secara khusus.
- d) Televisi , Televisi sebagai media PR tidak hanya televisi nasional atau regional tapi juga televisi internasional, termasuk pula sistem-sistem *teletex*.
- e) Pameran (*exhibition*)
- f) Bahan-bahan cetakan (*printed material*) , Yakni berbagai macam bahan cetakan yang bersifat mendidik, informatif, dan menghibur yang disebar dalam berbagai bentuk guna mencapai tujuan humas tertentu.
- g) Penerbitan buku khusus (*sponsored books*) , Isi buku ini bisa bermacam-macam, misalnya saja mengenai seluk-beluk organisasi, petunjuk lengkap mengenai cara penggunaan produk-produknya atau bisa juga mengenai keterangan tentang berbagai aspek yang berkenaan dengan produk atau organisasi itu sendiri.
- h) Surat langsung (*direct mail*) , Surat PR seperti ini tidak saja ditujukan kepada tokoh atau pribadi-pribadi tertentu saja, tetapi juga kepada berbagai macam lembaga yang sekiranya relevan, atau untuk dipajang di tempat-tempat umum.
- i) Pesan-pesan lisan (*spoken words*), Penyampaian pesan PR juga bisa dilakukan melalui komunikasi langsung atau tatap muka.
- j) Pemberian sponsor (*sponsorship*), Suatu organisasi atau perusahaan bisa pula menjalankan kegiatan PRnya melalui penyediaan dana atau dukungan tertentu atas penyelenggaraan suatu acara seni, olahraga, ekspedisi, beasiswa universitas, sumbangan amal, dan sebagainya. Kegiatan penyediaan sponsor ini juga sering dilakukan dalam rangka melancarkan suatu iklan atau mendukung usaha-usaha pemasaran.
- k) Jurnal organisasi (*house journals*), Suatu bentuk terbitan dari sebuah perusahaan atau organisasi yang sengaja dibuat dalam rangka mengadakan komunikasi dengan khalayaknya.
- l) Ciri khas (*house style*) dan identitas perusahaan (*corporate identity*), Bentuknya bisa bermacam-macam, tergantung pada bentuk dan karakter organisasinya. Ciri khas organisasi atau identitas perusahaan ini sengaja diciptakan untuk mengingatkan khalayak atas keberadaan dari organisasi yang bersangkutan.
- m) Bentuk-bentuk media humas lainnya, Misalnya banyak perusahaan sengaja menyisipkan pesan-pesan sosial pada kemasan produknya agar khalayak mengetahui bahwa mereka bukanlah binatang ekonomi yang semata-mata mengejar keuntungan.

Pariwisata sebagai salah satu industri ketiga (*tertiary industry*) peranannya cukup penting dalam menetapkan kebijaksanaan tentang kesempatan kerja. Hal ini berdasarkan pemikiran bahwa penciptaan kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat yang permanen merupakan suatu faktor yang perlu dipertahankan, karena permintaan perjalanan wisata selalu akan meningkat dalam jangka waktu yang lama maka kunjungan wisatawan akan terus bertambah dan pendapatan daerah tujuan wisata dapat meningkat. Pariwisata memang penting dan menarik bagi semua orang, karena itu perlu dikembangkan secara terencana seperti sektor-sektor lainnya, apapun alasannya keberhasilan pariwisata itu harus diukur dari keberhasilannya meningkatkan

kesejahteraan dan kemakmuran rakyat banyak. Lebih lanjut Wahab (2006:67) mengemukakan bahwa “pariwisata adalah salah satu industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor-sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan”. Sementara itu secara lebih khusus Yoeti, (2006:27), menyatakan proses pengembangan pariwisata perlu memperhatikan aspek-aspek berikut ini:

- a. Analisis Situasi (lingkungan dan sumber-sumber);
- b. Perumusan sasaran regional (visi, misi, sasaran dan tujuan daerah);
- c. Perumusan Strategi Regional;
- d. Strategi Target Pemasaran;
- e. Strategi Positioning Daerah,
- f. Strategi Bauran Pemasaran Daerah;
- g. Rencana Organisasi Pariwisata Daerah;
- h. Manajemen Sistem pendukung Pariwisata Daerah.

Pelaksanaan pariwisata merupakan suatu proses di mana terdapat beberapa kegiatan yang perlu dilakukan secara berurutan, sistematis, dan terkoordinasi, maka menurut Dharma (2005:94) program perlu diselenggarakan dengan pengendalian manajemen yang memadai, sejak dari tahap identifikasi tujuan dan masalah, sampai pada penyusunan rencana. Unsur pengendalian manajemen yang lain selalu berperan sehingga jelas bagaimana proses perencanaan diorganisasikan, unit mana saja yang perlu dilibatkan, kebijakan apa saja yang perlu diperhatikan, prosedur mana saja yang perlu ditempuh, siapa personil yang perlu terlibat, dan bagaimana semestinya data dan bahan program dicatat, didokumentasikan dan dilaporkan. Kemudian menurut Mill (2006:205), bahwa pengembangan pariwisata tidak terlepas dari faktor-faktor, seperti :

1. Proses pengembangan yang terdiri dari 4 tahap yaitu
  - a. Analisa Pasar
  - b. Analisa Teknik dan Perencanaan
  - c. Analisa Sosioekonomi
  - d. Analisa Bisnis dan Hukum
2. Sistesis Data Dasar
3. Pemilihan Kawasan Pengembangan
4. Persiapan Rencana Induk Kawasan
5. Kelayakan Secara Ekonomi
6. Kelayakan Seluruh Faktor keuangan.

Pentingnya pengembangan pariwisata, adalah dapat memberikan keuntungan, baik bagi wisatawan maupun komunitas daerah, karena melalui pariwisata dapat menaikkan taraf hidup masyarakat dan pemerintah. Banyak pembangunan pariwisata terjadi tanpa rencana yang komprehensif, sehingga banyak menimbulkan akibat negatif terhadap tempat tujuan wisata dalam bidang ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan. Untuk itu, dalam rangka perencanaan pengembangan objek pariwisata, maka tidak terlepas keterlibatan sektor publik, dengan alasan karena ada kesenjangan antara jumlah investasi yang dibutuhkan dan hasil yang diharapkan serta karena potensi pariwisata sebagai pencipta pendapatan, investasi oleh sektor publik, sehingga dapat bertindak sebagai pendorong keterlibatan sektor swasta.

Menurut Rangkuti (2004: 21), bahwa pengembangan potensi objek pariwisata berkaitan dengan hal-hal sebagai berikut: Segmentasi Pasar, Target Pasar, Strategi Posisi Daerah (*Regional Positioning Strategy*, Langkah-langkah Pengembangan Strategi

Posotioning Daerah.” Berdasarkan tahap pengembangan yang dikemukakan oleh Rangkuti, menunjukkan bahwa tahap pengumpulan data merupakan kegiatan pengklasifikasian dan pra analisis dengan menggunakan model faktor internal, eksternal dan kompetitif. Sedangkan tahap analisis merupakan tahap dalam memanfaatkan semua informasi dalam model-model kuantitatif perumusan program. Pengembangan pariwisata yang dilakukan adalah melalui analisis situasi lingkungan yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis pengembangan pariwisata. Menurut Rangkuti (2004:31) bahwa “pengembangan lingkungan dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.”

Pembangunan pariwisata menurut Undang-Undang Nomor. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang dikutip oleh Musanef, (2006:44) pada Bab III Pasal 6 poin (a) disebutkan sebagai berikut: Pembangunan objek dan daya tarik wisata dilakukan dengan memperhatikan (a) kemampuan untuk mendorong peningkatan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya; (b) nilai-nilai agama, adat istiadat serta pandangan dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat; (c) kelestarian mutu lingkungan hidup; (d) Kelangsungan usaha pariwisata itu sendiri. Untuk menjelaskan mengenai pengembangan pariwisata, Wahab (2002:133) menyatakan: “Pengembangan pariwisata harus merupakan pengembangan yang berencana secara menyeluruh, sehingga dapat diperoleh manfaat yang optimal bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi, sosial dan cultural”. Perencanaan tersebut harus mengintegrasikan pengembangan pariwisata kedalam suatu program pembangunan ekonomi, fisik, dan sosial dari suatu negara. Disamping itu, rencana tersebut harus mampu memberikan kerangka kerja kebijaksanaan pemerintah, untuk mendorong dan mengendalikan pengembangan pariwisata. Sementara Gunn (dalam Yoeti, 2002:52) menetapkan sasaran pengembangan pariwisata pada suatu Daerah Tujuan Wisata sebagai berikut:

1. Mempersiapkan aksesibilitas, fasilitas dan daya tarik pariwisata sedemikian rupa sehingga bila wisatawan berkunjung ke DTW tersebut merasa puas, senang, dan sesuai dengan harapannya, mengapa ia melakukan perjalanan wisata.
2. Supaya perusahaan-perusahaan yang termasuk kelompok industri pariwisata memperoleh hasil keuntungan yang berimbang atau proporsional dengan volume kunjungan wisatawan ke daerah itu, apalagi bagi pengusaha yang telah menginvestasikan modalnya dalam sektor pariwisata yang pengembaliannya relatif cukup lama.
3. Pengembangan yang dilakukan hendaknya sekaligus dapat memberikan perlindungan terhadap kerusakan lingkungan, pencemaran seni dan budaya, kerusakan moral dan kepribadian bangsa, kehancuran kehidupan beragama dan terhindar dari perdagangan narkoba internasional. Ia menekankan pada ekonomi, namun sasaran akhirnya ia menginginkan agar sasaran ketiga dianggapnya lebih penting diperhatikan.

Mac Intosch dan Goeldner (dalam Yoeti, 2002:162), mengatakan sasaran pengembangan pariwisata sebagai berikut:

- a. Menyediakan kerangka untuk meningkatkan standar kehidupan penduduk yang lebih baik melalui manfaat ekonomi dari sektor pariwisata.
- b. Membangun infrastruktur dan menyediakan fasilitas rekreasi dan hiburan, baik bagi wisatawan maupun masyarakat setempat.

- c. Menjamin dilakukannya berbagai macam pembangunan di kawasan dan resor wisata yang banyak dikunjungi wisatawan.

## **G. Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah *deskriptif*, berlokasi di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Kalimantan Barat. Subyek penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Kalimantan Barat
- b. Kepala Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata
- c. 5 orang petugas/pegawai humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Kalimantan Barat
- d. Wisatawan mancanegara yang diambil secara acak sebanyak 5 orang

Data diperoleh melalui wawancara, observasi maupun dokumenter yang dianalisis menggunakan analisis kualitatif. Proses pengolahan data dengan menggunakan analisis tema dapat diurutkan sebagai berikut:

- a. Telaah seluruh data/informasi yang dikumpulkan dari wawancara mendalam, mereduksi data/informasi dengan merangkum dan menyimpulkan sesuai dengan masalah yang diteliti;
- b. Menganalisis data berdasarkan pandangan informan dan interpretasi peneliti terhadap data di lapangan;
- c. Menganalisis data dengan menghubungkan dan disesuaikan dengan teori yang digunakan sehingga dapat dihasilkan kesimpulan dan rekomendasi penelitian.

## **D. HASIL PENELITIAN**

### **1. Pengelolaan Informasi**

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh keterangan bahwa, sampai saat ini objek wisata baru berkembang dengan skala kegiatan yang masih terbatas pada wisatawan lokal, sehingga visi dan misi yang tertuang dalam Rencana Strategis Dinas belum sepenuhnya terlaksana sesuai dengan tujuan dan sasaran. Hal ini tidak lepas dari kondisi geografis wilayahnya yang relatif jauh dari gerbang pariwisata nasional (Jakarta dan Bali). Namun demikian tekad pemerintah daerah Provinsi Kalimantan Barat untuk mengembangkan sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian daerah terus dikembangkan. Adanya kebijakan pemerintah daerah mengenai objek wisata di Provinsi Kalimantan Barat sangat membantu masyarakat dalam pengembangan pariwisata pada suatu lokasi sumber daya wisata Provinsi Kalimantan Barat, sehingga dapat memberikan dampak positif dan negatif terhadap lingkungan sekitarnya. Informasi mengenai pengembangan objek wisata yang ada di Provinsi Kalimantan Barat belum dapat mendukung pengembangan wilayah secara umum, karena informasi mengenai potensi objek belum terlaksana sesuai dengan harapan, sehingga masyarakat selama ini belum mengetahui pola objek wisata yang ada di Provinsi Kalimantan Barat, seperti belum sepenuhnya melibatkan masyarakat dengan mengarah kepada sasaran pemberdayaan masyarakat dalam kaitannya dengan pengembangan pariwisata. Kegiatan yang dilakukan dalam rangka pelaksanaan kebijakan pengelolaan informasi mengenai objek wisata di Provinsi Kalimantan Barat dengan para wisatawan adalah melakukan promosi yang menunjang kebijaksanaan dengan pemerintah dengan melibatkan petugas kehumasan di daerah Provinsi Kalimantan Barat serta pihak perusahaan dalam rangka Perbaikan sarana dan

prasarana transportasi menuju pusat pelayanan masing-masing wilayah pelayanan wisata, diarahkan untuk dapat memberikan kemudahan pergerakan dan distribusi orang dan barang dari wilayah yang bersangkutan ke pusat kota atau ke luar Provinsi Kalimantan Barat. Sebagian besar masyarakat belum mengetahui adanya kebijakan pemerintah dalam rangka pelaksanaan kebijakan pengelolaan pengembangan objek wisata di Provinsi Kalimantan Barat. Keadaan yang dirasakan adalah pengembangan wisata alternatif lainnya dapat dijadikan produk andalan untuk pengembangan selanjutnya.

Hasil wawancara dari berbagai sumber dapat ditelaah bahwa, pengelolaan informasi mengenai objek wisata di Provinsi Kalimantan Barat belum menunjukkan hasil yang memuaskan, hal ini dapat dimaklumi bahwa pada hakekatnya pembangunan di bidang informasi, komunikasi, pariwisata, merupakan kegiatan untuk menginformasikan dan mempromosikan seluruh aspek-aspek pembangunan yang ada di daerah Provinsi Kalimantan Barat belum terlaksana. Selain itu juga sebagai salah satu aspek untuk menarik wisatawan yang tentunya dengan jalan menyediakan sarana dan prasarana yang sesuai dengan minat wisatawan.

Selanjutnya diperoleh keterangan bahwa, pelaksanaan pengelolaan informasi mengenai pengembangan objek wisata yang ada di Provinsi Kalimantan Barat belum dapat diinformasikan secara menyeluruh kepada masyarakat Provinsi Kalimantan Barat, terutama mengenai pengembangan wisata alam, maritim, dan sejarah. Keberhasilan dalam mempublikasikan program kebijakan pengelolaan pengembangan objek wisata di Provinsi Kalimantan Barat tidak terlepas dari keberadaan media sebagai sarana pendukung dalam menginformasikan kegiatan kepada masyarakat. Oleh karena saluran atau media merupakan alat atau wahana yang digunakan sebagai sumber untuk menyampaikan pesannya kepada masyarakat. Pengelolaan informasi mengenai objek wisata di Provinsi Kalimantan Barat tersebut melalui penyampaian informasi kepada masyarakat dengan berbagai media digunakan pelaksanaan pengelolaan informasi mengenai kebijakan pengelolaan pengembangan objek wisata di Provinsi Kalimantan Barat sebagai media informasi yang digunakan adalah melalui media elektronik seperti; Radio, media cetak lokal. Sedangkan kegiatan yang terjun langsung kemasyarakat media yang digunakan, berupa penyebaran pamphlet atau brosur serta melakukan penyuluhan. Permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan informasi tidak semua masyarakat mendengarkan radio dan menonton televisi pada saat acara tersebut ditayangkan. Di samping itu, banyak masyarakat juga yang tidak tertarik dengan acara tersebut, sehingga kegiatan yang dilakukan melalui media itu menjadi mubazir. Dengan demikian, pengelolaan informasi yang dilakukan oleh Disparekraf Provinsi Kalimantan Barat tersebut melalui penyampaian informasi kepada masyarakat dengan menggunakan media cetak dan elektronik dapat dinilai belum mencapai sasaran secara maksimal walaupun upaya-upaya yang dilakukan sudah cukup intensif. Ketersediaan waktu yang dimiliki oleh Disparekraf Provinsi Kalimantan Barat dalam mengelola informasi kebijakan pengelolaan pengembangan objek wisata di Provinsi Kalimantan Barat kepada masyarakat begitu sempit karena acara sebelumnya belum dikordinasikan, dan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

Realitas tersebut diatas menunjukkan bahwa, kegiatan pelaksanaan program pengelolaan informasi kebijakan pengelolaan pengembangan objek wisata di Provinsi Kalimantan Barat merupakan kesepakatan dari kedua belah pihak. Hal ini, berarti koordinasi yang dilakukan dalam mendukung kegiatan tersebut benar-benar sangat matang. Akan tetapi, pelaksanaan program ini dilakukan terkesan sifatnya hanya

musiman atau tidak konsisten, karena banyak masyarakat yang tidak bisa hadir, begitu pula kegiatan pemerataan penerapan program tidak menyentuh semua masyarakat kelurahan yang ada di Provinsi Kalimantan Barat, terutama bagi yang berda di sekitar obyek wisata.

Pengelolaan informasi yang dilakukan petugas Humas Disparekraf Provinsi Kalimantan Barat dalam mempromosikan potensi pariwisata Provinsi Kalimantan Barat adalah :

1. Melaksanakan peningkatan dan pengembang jaringan transformasi informasi pembangunan masyarakat
2. Melaksanakan pelayanan informasi secara komunikatif
3. Pelestarian dan pengembangan potensi budaya dan kepariwisataan bagi masyarakat
4. Mengembangkan produk wisata yang variatif dengan tingkat pelayanan tinggi sehingga mampu menarik dan menahan wisatawan yang datang berkunjung.
5. Mampu berperan dalam pengembangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia.
6. Membentuk suatu kesadaran dari *stakeholders*, pengusaha di bidang pariwisata, dan masyarakat untuk mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*), dan pariwisata yang ramah lingkungan baik fisik maupun non fisik sehingga pengembangan pariwisata dapat diterima secara sosial (*Sociocultural Acceptable*) dan ekologis (*Ecologically Sustainable*).

Upaya untuk lebih mengoptimalkan manfaat dari potensi sumber daya yang ada, maka sampai saat ini pemerintah daerah bekerjasama dengan berbagai *stakeholders* lain (termasuk masyarakat dan pihak swasta serta LSM) terus berupaya untuk mengembangkannya melalui berbagai sektor yang ada. Salah satu sektor yang diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memanfaatkan potensi tersebut adalah sektor pariwisata melalui pengelolaan informasi.

## **B. Pengelolaan Dokumentasi**

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa, pengelolaan dokumentasi mengenai objek wisata di Kalimantan Barat, ada beberapa tindakan yang diambil untuk mendukung strategi tersebut diantaranya pembuatan film dokumentasi mengenai objek wisata, mendokumentasikan sumber daya wisata yang ada, menciptakan berbagai alternatif paket jenis kegiatan wisata. Sementara program pengembangan yang sudah dilaksanakan namun belum optimal mengembangkan objek wisata seperti melakukan atraksi wisata budaya melalui event-event wisata yang menggunakan akar budaya tradisional buru, pengembangan *Spiritual Tourism*, merencanakan dan menyusun rute wisata, meningkatkan jaringan komunikasi dengan masyarakat dalam penggalian dan pengembangan potensi budaya dan kawasan tujuan wisata Sedangkan strategi pengelolaan dokumentasi melalui intensifikasi dan revitalisasi objek-objek wisata merupakan strategi pemanfaatan produk yang telah ada dalam arti lebih terfokus kepada pemanfaatan kapasitas yang telah dimiliki untuk melayani wisatawan. Dengan demikian diperlukan upaya-upaya untuk pengembangan objek yang telah ada tersebut. Upaya pengembangan tersebut dimaksudkan untuk dapat lebih meningkatkan kualitas objek, meningkatkan daya tarik serta mampu menciptakan variasi bagi wisatawan yang melakukan kunjungan ulang. Pengelolaan dokumentasi sampai saat ini belum dilaksanakan secara optimal, karena tindakan yang dilakukan untuk mendukung strategi pengelolaan dokumentasi objek wisata di Kalimantan Barat, sebagaimana dikatakan

bahwa pemerintah daerah belum pernah melakukan penelitian untuk mengevaluasi kondisi objek yang ada untuk menentukan tindakan yang perlu diambil, melakukan revitalisasi objek wisata yang ada berdasarkan penelitian tersebut, perbaikan sarana dan prasarana yang rusak di objek yang bersangkutan, menyusun *site plan* dan mengembangkan rencana pengelolaan, penyempurnaan sistem *ticketing* yang handal dan berkeadilan, Menjadwalkan kembali event-event pariwisata yang telah ada dan optimalisasi kualitas pelayanan.

Pengelolaan dokumentasi objek wisata di Kalimantan Barat belum menunjukkan hasil yang memuaskan, hal ini dapat dimaklumi bahwa pada hakekatnya pembangunan di bidang informasi, komunikasi, budaya, pariwisata dan pengolahan data elektronik, merupakan kegiatan untuk menginformasikan dan mempromosikan seluruh aspek-aspek pembangunan yang ada di daerah Provinsi Kalimantan Barat belum dilaksanakan secara profesional. Selain itu juga sebagai salah satu aspek untuk menarik wisatawan yang tentunya dengan jalan menyediakan sarana dan prasarana yang sesuai dengan minat wisatawan. Pembangunan di segala bidang tersebut diharapkan dapat ditempuh dengan jalan mengembangkan dan menerapkan system pertanggung jawaban yang tepat, jelas dan nyata sehingga penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan dapat berlangsung secara efektif, bersih dan bertanggungjawab serta bebas dari korupsi, kolusi dan nepotisme.

Pemerintah Provinsi Kalimantan Barat melalui Disparekraf tidak tinggal diam dalam menyikapi hal ini, terbukti dengan berbagai upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah daerah dalam memacu perkembangan sektor pariwisata selama kurun waktu tersebut. Hal ini terbukti dengan alokasi dana untuk sektor tersebut cukup memadai. Walaupun kondisi eksisting kunjungan wisatawan yang datang ke objek wisata alam di Kalimantan Barat, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara, menunjukkan angka yang sangat rendah, bahkan hampir tidak ada. namun yang terjadi baru pergerakan wisatawan lokal, terutama dari ke beberapa objek wisata yang relatif mulai akan di berkembang, baik objek wisata alam, sejarah maupun maritim. Itupun dilihat dari jumlahnya masih sangat kecil. Namun demikian, kondisi ini tidak menyurutkan semangat pemerintah Provinsi Kalimantan Barat untuk menghidupkan sektor pariwisata di daerahnya melalui pengelolaan dokumentasi. Hasil kerja keras dari pemerintah daerah Provinsi Kalimantan Barat dalam pengembangan potensi pariwisata melalui pengelolaan dokumentasi dengan dikembangkannya objek wisata yaitu ala, sejarah dan maritim, yang merupakan prioritas.

Kendala yang dihadapi oleh Humas Disparekraf Provinsi Kalimantan Barat, antara lain: tidak adanya pegawai yang berlatar belakang pendidikan kepariwisataan, sarana dan prasarana belum memadai, masih minim (belum optimal) yang bergerak maupun tidak bergerak, kondisi perkantoran yang masih kurang mendukung, infra struktur maupun supra struktur kepariwisataan belum memadai, Dalam pelaksanaan pekerjaan hanya menunggu perintah atasan, kurangnya gagasan atau ide segar dalam rangka pengembangan pariwisata dan etos kerja sangat rendah. Keberhasilan ataupun kegagalan fungsi Humas Disparekraf Provinsi Kalimantan Barat dalam pengelolaan dokumentasi terhadap pengembangan pariwisata tidak akan terlepas dari kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pemerintah tersebut yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi tercapainya tujuan pengembangan pariwisata. Kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pemerintah tersebut harus berdampak terhadap upaya peningkatan penerimaan negara. Karena pariwisata merupakan produk, maka perlu dilakukan suatu upaya dalam rangka memasarkan produk tersebut.

Dalam konteks pengembangan potensi pariwisata di Kalimantan Barat dewasa ini belum memiliki perangkat pengembangan pariwisata daerah. Hal ini mengakibatkan pelaksanaan pembangunan pariwisata di daerah dan di kawasan wisata yang akan dikembangkan belum memiliki dasar acuan terutama dalam penyusunan program dan strategi pengembangan pariwisata. Dari data yang didapat penulis bahwa objek wisata yang telah direncanakan untuk dikembangkan oleh pemerintah daerah Provinsi Kalimantan Barat, baik objek wisata alam, sejarah maupun maritim. Pengelolaan dokumentasi yang dilakukan petugas Humas Disparekraf Provinsi Kalimantan Barat didasarkan atas pertimbangan/ pemilihan skala prioritas pengembangan potensi pariwisata, hal ini seperti yang disampaikan oleh Kepala Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Provinsi Kalimantan Barat bahwa, pengelolaan dokumentasi mengenai potensi pariwisatanya sangat besar sekali dan ini apabila dikelola semuanya secara optimal, maka akan mendatangkan penerimaan bagi daerah yang sangat luar biasa. Tetapi terkait dengan pertimbangan dan pemilihan skala prioritas dalam rangka pengembangan potensi pariwisata, maka dalam pengembangan potensi objek wisata alam, sejarah dan maritim.

Pemahaman terhadap pengelolaan dokumentasi kepariwisataan, yaitu sebagian pegawai yang tahu dan paham akan pengelolaan dokumentasi kepariwisataan, disamping itu setiap tugas yang diberikan oleh Kepala Disparekraf Provinsi Kalimantan Barat sebenarnya belum begitu dipahami, oleh karena itu dalam pelaksanaannya sering menemui kesulitan, dan jarang sekali pimpinan memberikan solusi pemecahannya, yang dilakukan untuk menyelesaikan pekerjaan adalah melakukan konsultasi dengan atasan dan kepala Sub Bagian lain serta berkomunikasi dengan rekan sekerja. Hal inilah yang sering mengakibatkan keterlambatan dalam penyampaian informasi mengenai kepariwisataan. Pemahaman pegawai terhadap tugas-tugas yang berkaitan dengan pengelolaan dokumentasi kepariwisataan, walaupun dalam pelaksanaannya telah diberikan arahan dan penjelasan, namun selalu saja beberapa pegawai mendapatkan kesulitan, sehingga tugas-tugas yang dikerjakan seringkali mengalami keterlambatan. Berdasarkan keterangan ini dapat dikatakan bahwa, apa yang menjadi beban tugasnya belum sepenuhnya dipahami dengan baik. Kekurang-pahaman pegawai terhadap tujuan serta tugas organisasi jelas akan mempengaruhi kinerja pegawai. Untuk mencapai kinerja pegawai minimal harus dimulai dengan mengetahui *raison de' etre* organisasi, kekurang-pahaman pegawai terhadap tujuan organisasi bisa mengakibatkan kesalahan dalam melakukan pekerjaan. Kondisi tersebut secara tidak langsung akan mengakibatkan terganggunya pelaksanaan tugas sehingga mengakibatkan organisasi menjadi lamban. Tingkat pemahaman terhadap tujuan dari keberadaan Bagian Hubungan Masyarakat bagi aparat yang ada didalamnya belum sesuai dengan harapan. Hal tersebut erat kaitannya dengan rasionalitas teknis, nilai, misi, tujuan organisasi serta fungsi Humas Disparekraf Provinsi Kalimantan Barat sebagai unsur pelaksana yang membantu Kepala Dinas dalam menyelenggarakan tugas-tugas pemerintahan, administrasi, organisasi, dan tata laksana serta memberikan pelayanan kehumasan di bidang kepariwisataan.

### **C. Penyelenggaraan Publikasi**

Diperoleh keterangan bahwa, substansi dari isi pokok kemas publikasi berbentuk rangkaian informasi yang sistematis dan terarah dengan kekuatan objek yaitu bagian atau komponen-komponen dari objek wisata yang dianggap paling menarik bagi pengunjung atau detail spesifik yang mengandung keunikan, sehingga jika

diinformasikan secara khusus dapat mengundang rasa ingin tahu. Substansi dan kekuatan objek diramu sedemikian rupa dalam sebuah kemasan publikasi sehingga potensi-potensi unggulan dapat benar-benar menjadi daya tarik bagi wisatawan. Di sisi lain, penggarapan substansi yang cerdas dapat mengangkat komponen lain yang dianggap “biasa-biasa saja” dalam kesatuan publikasi sehingga secara utuh menjadi bagian integral dari publikasi objek wisata untuk pariwisata. Penyelenggaraan publikasi mengenai objek wisata yang ada di Kalimantan Barat yang dilakukan oleh pegawai Humas dengan meningkatkan kemampuan secara ilmu pengetahuan, peningkatan fisik, keterampilan maupun penguasaan terhadap sumber-sumber data yang ada, mengembangkan kemampuan melalui upaya peningkatan produktifitas dengan cara perluasan kesempatan kerja serta peningkatan produksi melalui penggunaan berbagai macam teknologi yang telah berkembang sangat pesat, khususnya teknologi informasi dan komunikasi yang berkaitan erat dengan publikasi pengembangan pariwisata. Kemampuan pegawai Humas dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi di bidang kehumasan, khususnya bidang publikasi masih terbatas, karena pelaksanaan program peningkatan kualitas pelayanan informasi publik belum mencapai sasaran seperti melakukan peliputan dan dokumentasi, penyebarluasan informasi, penerbitan buletin objek wisata. Hal tersebut disebabkan rendahnya kemampuan pegawai dalam membaca kepentingan masyarakat di bidang kehumasan, seperti pelaksanaan dialog interaktif melalui televisi dan radio, penyebaran informasi melalui media cetak pemerataan distribusi informasi khusus untuk kalangan birokrat saja. Banyak pandangan negatif menyangkut kinerja pegawai Humas muncul karena ketidakpuasan masyarakat terhadap layanan yang diterima dari organisasi publik. Dengan demikian kepuasan masyarakat terhadap layanan dapat dijadikan sebagai salah satu indikator kinerja pegawai Humas. Keuntungan utama melaksanakan program pelayanan informasi kepada masyarakat sebagai indikator kinerja adalah publikasi pemberitaan melalui media cetak dan elektronik, dialog interaktif melalui media elektronik, seperti televisi dan radio.

Berdasarkan keterangan ini dapat ditelaah bahwa dalam rangka penyelenggaraan publikasi pegawai Humas Disparekraf Provinsi Kalimantan Barat belum menyikapi strategi-strategi dalam melakukan publikasi pengembangan potensi pariwisata, hal ini dapat terlihat dengan belum adanya pengusaha di bidang pariwisata yang melakukan investasi di daerah tersebut, begitupun dengan agen-agen perjalanan wisata yang sampai dengan saat ini belum ada satupun yang beroperasi di Provinsi Kalimantan Barat.

## **E. PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

- a. Proses pengelolaan informasi yang dilakukan Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Kalimantan Barat dalam mempromosikan objek wisata belum berjalan dengan efektif dalam artian belum dilakukannya secara optimal, karena petugas Humas belum memposisikan dirinya sebagai wartawan di instansinya sendiri. Hal ini, terjadi karena; sarana atau media yang digunakan dalam penyampaian informasi juga tidak efektif, seperti melakukan peliputan berita untuk dijadikan press release bagi media massa, membuat jadwal agenda kepariwisataan untuk kepentingan pers, mempublikasi beberapa informasi mengenai seni, budaya, dan pariwisata Provinsi Kalimantan Barat kepada publik.
- b. Proses pengelolaan dokumentasi yang digunakan dalam mempromosikan objek wisata di Kalimantan Barat, belum dapat mengakomodasi kebutuhan akan strategi

dan program pengembangan kawasan objek wisata, dengan mengemas dokumentasi objek kepariwisataan secara komprehensif. Hal tersebut terlihat bentuk proses pengelolaan belum dilakukan secara online dalam menghimpun, mengolah, dan mempublikasikan data, sehingga produk potensi wisata tersebut belum dapat dijadikan dasar acuan dalam rangka mengoptimalkan kontribusi pariwisata.

- c. Proses penyelenggaraan publikasi yang dilakukan petugas Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Kalimantan Barat dalam mempromosikan objek wisata di Kalimantan Barat, belum berjalan sesuai dengan harapan, karena publikasi penyampaian informasi melalui website, seperti internet secara online belum dilakukan, sehingga informasi mengenai objek wisata yang ada di Kalimantan Barat belum menyebar di daerah-daerah di Indonesia. Berkaitan dengan hal tersebut,

## **B. Saran-Saran**

- a. Agar pengelolaan informasi dapat berjalan secara efektif dan efisien maka bagian Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kalimantan Barat perlu melakukan portal eksternal melalui *website* yang dapat diakses oleh siapa saja, Dengan melakukan kegiatan tersebut maka Humas sedikit memiliki fungsi sebagai teknisi Komunikasi dalam memberikan informasi melalui *website*.
- b. Agar pengelolaan dokumentasi yang dilakukan pegawai Humas bertindak sebagai penghimpun data dan informasi dalam pengelolaan *website* dibantu oleh Tim pengelola *website*. Humas melakukan proses pengolahan dokumentasi dengan cara melakukan penyimpanan berita, pembuatan press release yang diunduh ke dalam *website*, sehingga Humas juga bisa disebut wartawan untuk instansinya sendiri. Melalui monitoring oleh tim pengelola *website* dan updating berita secara berkala dalam mengelola *website*.
- c. Fungsi Humas sebagai penyelenggara publikasi yang selama ini belum berjalan sesuai dengan harapan, maka teknik peublikasinya perlud dilakukan melalui *website*. Karena Humas menjadi fasilitator Komunikasi dengan memberikan informasi kepada publik secara mudah, menimbulkan timbal balik secara positif dan hubungan baik dengan publik melalui terpenuhinya kebutuhan publik akan informasi di bidang seni, budaya, dan pariwisata.

## DAFTAR REFERENSI

- Anggoro, M. Linggar. 2005. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: PT Bumi aksara
- Dharma, Agus, 2005. *Manajemen Prestasi Kerja*. Jakarta: CV. Raja Wali.
- Kasali, Rhenald. 2000. *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.,
- Mill, Robert, 2006, *Tourism The International Business (Edisi Bahasa Indonesia)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexi, J., 2004, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Zulkarimein. 2006. *Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Rachmadi, F. 2002. *Public Relations Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy, 2004, *Analisis SWOT Teknik Membedah kasus Bisnis*. Jakarta: Gremedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, 2008, *Memahami Penelitian Kualitati*. Bandung: Alfabeta.
- Soekamto, Soerjono. 2004. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Wahab, Abdul, Solihin, 2006, *Analisa Kebijakanaksanaan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Widjaja. 2010. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Yoeti, Oka., 2002, *Perencanaan Strategis Pemasaran*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

### Dokumen Pemerintah:

- Undang-Undang RI, Nomor 10 Tahun 2009, Tentang *Kepariwisataaan*.
- Undang-Undang RI, Nomor 32 Tahun 2004, tentang *Pemerintah Daerah*. Jakarta.
- Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2008, tentang *Pembentukan dan Susunan Organisasi Perangkat Daerah Kalimantan Barat*.
- Peraturan Bupati Pontianak Nomor 40 Tahun 2008, *tentang Tugas dan Fungsi Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Pontianak*.