

STRATEGI HUMAS DINAS PARIWISATA KOTA BANDA ACEH DALAM MEMBANGUN BANDA ACEH SEBAGAI KOTA PARIWISATA (Studi Pada Dinas Pariwisata Banda Aceh)

¹Zakirah Azman, ²Mohd Arif Maulana, ³Rahmat Saleh

¹Universitas Syiah Kuala, ²Universitas Syiah Kuala, ³Universitas Syiah Kuala
¹kirah.azman@gmail.com, ²mhdarf.m@gmail.com, ³rahmat_saleh@unsyiah.ac.id

Abstract

This research was titled "PR Strategy of tourism Office of Banda Aceh in building Banda Aceh as Tourism city". The theory used is theory of planning. This research is qualitative research with descriptive type. There are 5 informant in this study. The data collection methods used are interviews, observations, and documentation. Based on the research that has been done, the results of the strategy that was conducted in the promotion process of Banda Aceh as a tourism city is ranging from the annual program of Chairming Kota Banda ACEH, doing cooperation with City District government in the vicinity of Banda Aceh, doing cooperation with travel-travel both at the Regional, national and international level, as well as promoting through social media Instagram and also the use of the official website To provide information about tourism in the city of Banda Aceh. Constraints such as the lack of understanding of the community around the location of the tourist objects from the positive value of the location of tourist objects, there are still public statmen to the condition of Banda Aceh resulting from the history of conflict In Aceh.

Keyword : Public Relation Strategy, Government Tourism Office, Banda Aceh

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Strategi Humas Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh Dalam Membangun Banda Aceh Sebagai Kota Pariwisata". Teori yang digunakan adalah Teori Perencanaan (*Theory of Planning*). Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Terdapat 5 informan dalam penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa Strategi yang dilakukan dalam proses promosi Kota Banda Aceh sebagai Kota Pariwisata yaitu mulai dari menyusun program tahunan dalam wadah Chairming Kota Banda Aceh, melakukan kerjasama dengan pemerintah Kabupaten Kota di sekitaran Kota Banda Aceh, melakukan kerjasama dengan travel-travel perjalanan baik di tingkat Regional, Nasional dan Internasional, Serta juga melakukan promosi melalui media sosial *Instagram* dan juga penggunaan website resmi untuk memberi informasi seputaran pariwisata yang ada di Kota Banda Aceh. Kendala seperti masih kurangnya pemahaman masyarakat sekitar lokasi objek wisata dari terhadap nilai positif dari adanya lokasi objek wisata, masih ada statmen-statmen yang masih awam terhadap kondisi Banda Aceh yang diakibatkan dari adanya sejarah konflik yang berkepanjangan di Aceh.

Kata Kunci : Strategi Humas, Dinas Parawisata, Banda Aceh

A. Pendahuluan

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, Pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Yoeti A. Oka, 1992). 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 disebut sebagai kepariwisataan. Pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, mempererat persahabatan antar bangsa (Undang-undang Nomor 9 Tahun 2009 tentang Kepariwisata).

Untuk meningkat pertumbuhan ekonomi melalui sektor pariwisata di berbagai negara sudah tidak diragukan lagi. Banyak negara sejak beberapa tahun terakhir menggarap pariwisata dengan serius dan menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan didalam perolehan devisa, penciptaan lapangan pekerjaan, maupun pengentasan kemiskinan (Pitana,dkk, 2009; 2). Menurut Joyosuharto (1995, dalam Febriyanti dkk, 2014) pengembangan pariwisata memiliki tiga fungsi yaitu: menggalakkan ekonomi, memelihara kepribadian bangsa, dan memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa..

Selain sejarah yang gemilang, Aceh juga memiliki banyak potensi wisata yang luar biasa. Alamnya yang indah didukung budayanya yang kaya akan menyambut anda sejak langkah pertama anda masuk ke Aceh. Hanya di Aceh pula dapat sisaksikan sisa-sisa kedahsyatan Tsunami dan mempelajarinya. Dengan begitu,

Dinas Pariwisata berfokus dalam mempromosikan objek wisata yang khususnya berada di Kota Banda Aceh.

Penggunaan strategi komunikasi dapat dilaksanakan dalam berbagai bidang termasuk dalam pemasaran pariwisata. Dalam melaksanakan pemasaran pariwisata agar terlaksana dengan maksimal dan optimal diperlukan strategi komunikasi yang efektif mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi. Dengan dilaksanakannya strategi komunikasi yang tepat dalam melaksanakan promosi dan pemasaran pariwisata diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu daerah.

Tahun 2018 Dinas Pariwisata Aceh dengan semaraknya mempromosikan destinasi wisata di Aceh, mulai dari visit Gayo hingga visit Banda Aceh dengan slogan Wisata Halalnya. Khususnya Banda Aceh sendiri telah memiliki citra sebagai Kota Serambi Mekkah, hal tersebut telah melekat pada masyarakat luas, khususnya pada masyarakat luar Aceh mereka telah memiliki pandangan sendiri terhadap budaya dan keistimewaan Syariah Islam dalam hal ini Kota Banda Aceh sebagai Kota Serambi Mekkah. Pandangan masyarakat luar beserta isu-isu yang tersebar membuat masyarakat luar terpengaruh untuk mengunjungi Aceh akan Syariah Islamnya dengan julukan Serambi Mekkah dan juga Banda Aceh dengan sejarah Tsunami, hal tersebut dapat berdampak pada naik turunnya wisatawan yang akan datang ke Kota Banda Aceh. Sesuai berita yang telah dilansir oleh Antaranews, Semester pertama 2017 wisatawan dari berbagai belahan dunia mencapai 8.415. Jika dibandingkan dengan kumulatif Januari hingga Juni 2016, jumlah wisatawan menurun hingga 11,93 persen.

B. Konseptual

Teori perencanaan dikemukakan oleh Charles Berger untuk menjelaskan proses yang dilalui dalam merencanakan perilaku komunikasi guna untuk mencapai tujuan. Berger menulis bahwa rencana-rencana dari perilaku komunikasi adalah “representasi kognitif hierarki dari rangkaian tindakan mencapai tujuan”.

Rencana-rencana tersebut merupakan gambaran dari langkah-langkah yang akan diambil seseorang untuk memenuhi sebuah tujuan.

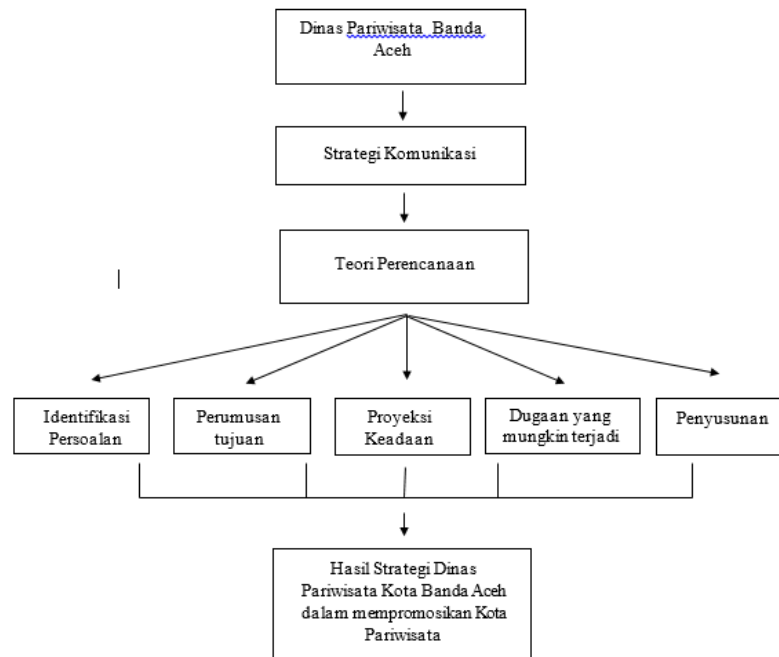
Teori rencana pada umumnya dapat mengubah suatu keadaan untuk mencapai maksud yang dituju dan diperlukan adanya analisis, kebijakan, dan rancangan atau hipotesa. Dan ciri khusus dari teori perencanaan ini diadakan dengan tujuan untuk memecahkan persoalan-persoalan di waktu yang akan datang melalui tahapan-tahapan tertentu. Tahapan-tahapan itu di antaranya :

1. Identifikasi Persoalan.
2. Perumusan Tujuan Umum dan Khusus.
3. Proyeksi Keadaan di Waktu Mendatang.
4. Pencarian Hipotesa yang Kemungkinan Terjadi.
5. Penyusunan.

Ahmad S.Adnanputra (dalam Ruslan, 1998:107) Strategi adalah bagian terpadu dalam suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan, yang pada akhirnya perencanaan adalah satu fungsi dasar dari proses manajemen.

Dr. Rex Harlow dalam Ruslan (2010:16) Public Relations adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Secara etimologi kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri atas dua suku kata yaitu “pari” yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, dan keliling. Sedangkan kata “wisata” yang berarti perjalanan atau bepergian. Dengan demikian pengertian dari kata pariwisata berarti suatu perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ketempat lain.



Gambar Kerangka Pemikiran

C. Metode Penelitian

Tempat atau lokasi penelitian ini adalah Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh Jl. Iskandar Muda No. 4, Ulee Lheue, Kec. Meuraxa. Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang lebih menekankan pada proses kualitas kinerja yang dilakukan oleh pihak Dinas Pariwisata Banda Aceh. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Kriyantono (2006:58) mengatakan Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya.

Adapun tipe penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang kinerja informan yaitu pihak Dinas Pariwisata Banda Aceh dalam membangun Kota Banda Aceh sebagai Kota Pariwisata.

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah bagian promosi wisata dari pihak Dinas Pariwisata Banda Aceh. Pihak-pihak dimaksud adalah:

1. Seksi Destinasi wisata

2. Bidang Promosi Pemasaran dan Pengembangan Sumberdaya Pariwisata
3. Kasie Pelayanan Informasi dan Pengembangan Sumber Daya Pariwisata
4. Wisatawan yang berkunjung ke Banda Aceh

D. Hasil Dan Pembahasan

Strategi atau upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh dalam mempromosikan bidang pariwisata serta kebudayaan yang ada di Kota Banda Aceh. Sesuai dengan tugas pokok dan fungsi yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh sebagai bidang yang bertanggung jawab untuk melaksanakan proses promosi tersebut.

Dinas Pariwisata dalam mempromosikan Kota Banda Aceh sebagai Kota Pariwisata menciptakan pariwisata yang khas atau ikonik, hal ini didasari atas sejarah Aceh yang memiliki berbagai peninggalan di Kota Banda Aceh. Sehingga ada hal yang menjadi daya tarik tersendiri dari Kota Banda Aceh jika dibandingkan dengan daerah-daerah lainnya.

Secara pemerintahan Kota Banda Aceh merupakan Ibukota dari Provinsi Aceh dimana pusat pemerintahan Provinsi Aceh juga berada di Kota Banda Aceh. Disisi lain Kota Banda Aceh merupakan Kota Madya yang dalam pelaksanaan daerahnya juga di kelola oleh pemerintah daerah dibawah pimpinan Walikota. Sehingga Banda Aceh merupakan daerah sentral dan pusat transit bagi wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Aceh.

Dalam program tersebut terdapat berbagai event-event yang akan diakukan oleh pemerintah Kota Banda Aceh mengenai pariwisata dan kebudayaan yang akan digelar di Kota Banda Aceh dalam satu tahun pemerintahan.

Selain strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh dalam menggelar event tahunan, yang dibentuk dalam program chairming Banda Aceh untuk menjadikan Kota Banda Aceh sebagai Kota Pariwisata. Pihak Dinas Pariwisata juga menggelar event-event promosi yang dilakukan di luar negeri seperti mempromosikan adat budaya, kuliner serta pesona Kota Banda Aceh, hal ini merupakan langkah ataupun upaya yang dilakukan oleh Dispar dalam mempromosikan Kota Banda Aceh sebagai Kota Pariwisata.

Selain membentuk rancangan event tahunan pihak dinas pariwisata Kota Banda Aceh juga melakukan upaya promosi melalui media resminya yaitu media instagram @dinaspariwisatabandaaceh, melalui website serta melalui baliho hingga papan reklame. Hal ini dilakukan karena melihat saat ini sudah memasuki era digital tentu, untuk melakukan berbagai upaya sangat mudah melalui media sosial. Sehingga dinas pariwisata melihat perkembangan teknologi ini menjadi sebuah keuntungan untuk mempromosi pariwisata yang ada di Kota Banda Aceh.

Dalam pelaksanaan promosi Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh juga melaksanakan upaya pemberdayaan masyarakat yang secara langsung memberi kesadaran kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang berada di area objek wisata yang ada di Kota Banda Aceh untuk dapat menunjang pariwisata yang terdapat di wilayah tersebut.

Melihat dari definisi diatas tentu hal ini sangat sejalan dengan Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh yang merupakan suatu organisasi atau instansi yang mempunyai lingkup kerja mengenai kepariwisataan serta yang mempunyai wewenang dari proses sebuah manajemen. Sehingga tujuan secara fungsi dari Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh yaitu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Kota Banda Aceh. hal ini dikarenakan Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh merupakan salah satu satuan kerja pemerintah daerah (SKPD) Kota Banda Aceh. Tentu dengan adanya tujuan tersebut pihak Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh melakukan berbagai upaya ataupun langkah-langkah dalam tujuan tersebut salah satunya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata yaitu melakukan promosi pariwisata yang ada di Kota Banda Aceh.

Melihat dari teori perencanaan yang dikemukakan oleh Charles Berger yang menyatakan bahwa suatu perencanaan merupakan suatu proses yang dilalui dalam mencapai suatu tujuan, dimana teori rencana pada umumnya dapat mengubah suatu keadaan untuk mencapai maksud yang dituju dan diperlukan adanya analisis, kebijakan, dan rancangan.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan maka dapat disimpulkan Bahwa:

1. Strategi Humas Dinas Pariwisata dalam Mempromosikan Kota Banda Aceh sebagai Kota Pariwisata sudah berjalan dengan sangat baik, serta berbagai strategi yang dilakukan sangat sejalan dengan perkembangan zaman dan teknologi. Berbagai strategi yang digunakan dalam proses promosi Kota Banda Aceh sebagai Kota Pariwisata yaitu mulai dari menyusun program tahunan dalam wadah Chairming Kota Banda Aceh, melakukan kerjasama dengan pemerintah Kabupaten Kota di sekitaran Kota Banda Aceh yang melahirkan kerjasama antara Banda Aceh, Sabang, dan Janthoe (BASAJAN), melakukan kerjasama dengan travel-travel perjalanan baik di tingkat Regional, Nasional dan Internasional, Serta juga melakukan promosi melalui media sosial *Instagram* @Dinaspariwisatabandaaceh, @bandaacehtourism dan juga penggunaan website resmi untuk memberi informasi seputaran pariwisata yang ada di Kota Banda Aceh.
2. Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh dalam mempromosikan Kota Banda Aceh sebagai Kota Pariwisata juga memiliki kendala ataupun hambatan dalam proses pengimplementasian strategi-strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh terhadap promosi Kota Banda Aceh sebagai Kota Pariwisata. Adapun hambatan yang masih dijumpai dalam strategi promosi Kota Banda Aceh sebagai Kota pariwisata yaitu, masih kurangnya pemahaman masyarakat sekitar lokasi objek wisata dari terhadap nilai positif dari adanya lokasi objek wisata, masih ada statmen-statmen yang masih awam terhadap kondisi Banda Aceh yang diakibatkan dari adanya sejarah konflik yang berkepanjangan di Aceh, serta masih adanya statmen yang mengatakan bahwasanya dengan adanya penerapan hukum syariat islam dapat mengekang pengunjung dan juga masih adanya kendala dari internal Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh yaitu mengenai sarana dan prasarana promosi. Namun dengan demikian hal tersebut tidak begitu

signifikan untuk jalannya strategi Dinas Pariwisata dalam mempromosikan Kota Banda Aceh sebagai Kota Pariwisata yang sejauh ini sudah berjalan dengan baik.

SARAN

Adapun saran-saran yang diajukan peneliti berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh dapat menjadi sebuah instansi yang terus memberikan pelayanan kepada para wisatawan agar dapat terus meningkatkan jumlah kunjungan ke Kota Banda Aceh dan juga dapat memberikan kontribusi bagi Kota Banda Aceh khususnya dari hal Pendapatan Asli Daerah (PAD).
2. Diharapkan kepada Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh untuk terus mempromosikan Kota Banda Aceh baik di tingkat Regional, Nasional, maupun Internasional, serta mempertahankan event-event tahunan agar dari event-event tahunan yang sudah dilakukan dapat dikembangkan lagi dan bisa mengikuti sesuai perkembangan dunia dengan tidak menghilangkan nilai kearifan lokal dan terus menjunjung syariat yang ada di Kota Banda Aceh.
3. Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh diharapkan dapat menjadi contoh baik bagi instansi pemerintahan lain yang ada di lingkup pemerintah Kota Banda Aceh. Dan hendaknya menjadikan hal tersebut sebagai motivasi untuk kedepannya agar menjadi lebih maju dan sukses. Serta selalu menunjukkan hasil kerja nyata untuk masyarakat Kota Banda Aceh.

DAFTAR PUSTAKA

- Febriyanti Dwi Cahya Nurhadi, Mardiyono, Stefanus Pani Rengu. (2014). Strategi Pengembangan Pariwisata oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*. Vol. 2. No. 2
- Kriyantono, Rachmat.2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Marlanny Rumimpunu, Desi Warouw, Stefi Harilama. (2014). Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Di Ranotana. *Journal Volume III No. 1*.
- Pitana, IGde dan Gayatri Putu G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta:ANDI
- Rosady Ruslan, 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta: RajawaliPers.
- Yoeti, A. Oka (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Offset Angkasa.
- .