

BAB III

Sajian Dan Analisis Data

A. Sajian Data

Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan merupakan salah satu daerah pemekaran dari Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan yang berdasarkan pada Undang – Undang No 30 tahun 2008. Daerah ini merupakan daerah otonom baru yang masih membutuhkan perhatian khusus demi kemajuan yang signifikan.

Untuk itu pemerintah melalui Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan melakukan segala upaya untuk mengembangkan potensi wisata yang ada di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Namun untuk mencapai hasil yang maksimal dalam mengembangkan industri pariwisata tentunya memerlukan Strategi promosi yang matang. Hal ini karena strategi promosi merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran (*product, price, place, promotion*) yang berfungsi sebagai alat yang menjembatani proses komunikasi (menginformasikan produk) yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan. Dengan maksud untuk memberitahukan (*informing*) mengingatkan (*reminding*), serta mempengaruhi (*persuading*) khalayak banyak dengan harapan ada tindakan respon yang positif.

Untuk itu dalam mencapai tujuan dari promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mempunyai strategi atau cara tertentu. Berikut proses strategi

promosi yang dilakukan Dinas pariwisata Dan Kebudayaan kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.

1. *Pemahaman Target Audience*

Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan memahami tentang siapa yang menjadi sasaran utama promosi yang mereka jalankan. Dalam menjalani proses promosi wisatawan yang menjadi terget dari Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan adalah wisatawan yang memiliki karakter konsumtif hal ini dikarenakan wisatawan dengan karakter konsumtif dapat menunjang ekonomi kreatif didalam objek wisata karena wisatawan yang konsumtif akan membeli souvenir dan menikmati kuliner yang ada diobjek wisata dengan begitu pendapatan dari masyarakat sekitar objek wisata akan meningkat.

Untuk pemilihan karakter wisatawan konsumtif sebagai target *audiens* sendiri tidak dilakukan pembahasan atau perumusan secara spesifik melainkan hanyalah pendapat dari kepala Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Yang beralasan bahwa wisatawan konsumtif dapat mendukung ekonomi kreatif masyarakat.

Secara umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan tidak melakukan pengelompokan atau identifikasi secara spesifik terhadap target *audiens* atau wisatawan yang akan menjadi sasaran promosi karena Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menilai bahwa target promosi adalah seluruh lapisan masyarakat baik lokal maupun internasional. Akan tetapi dari data yang peneliti dapatkan menunjukan promosi yang dilakukan Dinas

Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan mengarah pada masyarakat Bolaang Mongondow Selatan khususnya dan Masyarakat Sulawesi Utara pada umumnya.

Sedangkan untuk memberikan informasi kepada wisatawan ataupun mengetahui apa saja informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan melakukan beberapa cara yaitu dengan cara wawancara langsung dengan wisatawan. Metode wawancara dipilih karena lebih mudah dari segi pelaksanaan dan penerapan kepada khalayak. Untuk mendukung kegiatan promosi yang jalankan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan juga memberikan Pamflet dan Brosur kepada khalayak atau calon wisatwan yang mereka wawancarai. Seperti yang telah disampaikan oleh Bapak Agus P.Mooduto, Kepala Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan (Dalam wawancara tanggal 4 ferbruari 2014):

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Bolaang Mongondow Selatan memilih target wisatawan yang konsumtif karena wisatawan yang konsumtif lebih bisa mendukung ekonomi kreatif yang juga dijalankan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan karena mereka akan lebih banyak membeli sovenir – sovenir yang ada yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. kami tidak melakukan indentifikasi terhadap terget audiens karena kami menargetkan semua lapisan masyarakat dapat menjadi wisatawan di Bol-sel. Sedangkan metode atau cara yang kami lakukan dalam upaya untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan wisatawan. Kami melakukan wawancara langsung dengan wisatawan. Metode wawancara dipilih karena metode ini lebih mudah dijalankan dan mudah untuk dipahami.(notulensi wawancara dengan kepala Dinas Pariwisata yang ditulis kepala seksi promosi ibu Henia tanggal 4

Berikut data kunjungan wisatawan di Bolaang Mongondow Selatan secara menyeluruh dari tahun 2010 – 2013

Tabel 1.8
Kunjungan wisatawan di Bolaang Mongondow Selatan tahun 2010 -2013

NO	TAHUN	WISATAWAN LOKAL	WISATAWAN ASING	Ket.
1.	2010	10.275	6	
2.	2011	15.413	14	
3.	2012	17.747	5	
4.	2013	20.105	18	

(Sumber: data kunjungan Dinas Pariwisata Dan kebudayaan Kabupaten Bolang Mongondow Selatan , arsip Bidang Pemasaran)

Pada data kunjungan antara tahun 2010 – 2013 terjadi peningkatan antara 30-45% disetiap tahunnya. Walaupun masih didominasi oleh wisatawan lokal. Akan tetapi hal ini menunjukkan bahwa potensi pariwisata Bolaang Mongondow Selatan mengalami kemajuan. Dan juga bila potensi pariwisata dikelola dengan lebih baik lagi maka tidak menutup kemungkinan peningkatan wisatawan yang datang akan semakin besar.

2. Penetapan Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai tentunya mempengaruhi keseluruhan strategi yang akan digunakan atau dipilih. Kenyataan bahwa Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan merupakan daerah otonomi baru yang masih membutuhkan perhatian khusus sedikit banyak mempengaruhi tujuan dari strategi promosi yang dijalankan saat ini

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan yang Telah Dirumuskan dalam Rencana Strategi (Renstra) Dinas Pariwisata dan kebudayaan 2010 – 2015 adalah sebagai berikut :

- Membangun budaya organisasi yang pemerintahanya bersih, peduli dan profesional
- Mengoptimalisasikan pemanfaatan sumber daya alam dengan mempertimbangkan daya dukung alam sehingga terwujudnya model pembangunan berkelanjutan.
- Meningkatkan kualitas pelaku serta membangun kembali modal sosial masyarakat.

Dari tujuan diatas maka dirumuakan langkah – langkah kebijakan sebagai berikut:

- Kebijakan pengembangan pemasaran pariwisata
kebijakan ini diambil untuk meningkatkan promosi pariwisata yang optimal guna memperkenalkan pariwisata daerah ke masyarakat luar.
- Kebijakan dalam peningkatkan potensi pariwisata
adanya kebijakan dalam peningkatan potensi pariwisata akan memacu peningkatan objek – objek wisata unggulan.
- Kebijakan dalam kelembagaan/ kemitraan di bidang pariwisata
kebijakan ini sangat membantu majunya kepariwisataan di daerah.
Kerana dengan membentuk lembaga atau institusi yang berkaitan dengan pariwisata daerah akan berkembang pesat

- Kebijakan dalam pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan dibidang pariwisata

Sosialisasi dalam pelatihan di bidang pariwisata sangat bermanfaat dalam membuka wawasan masyarakat untuk memajukan bidang pariwisata di daerah agar tidak kalah bersaing dengan daerah kunjungan wisata lainnya. Sosialisasi dan pelatihan tersebut bertujuan untuk memberikan pengarahan – pengarahan tentang aspek – aspek yang menunjang pariwisata.

- Kebijakan dalam mewujudkan pelestarian benda – benda bersejarah, seni dan budaya.

Adanya pelestarian benda – benda bersejarah, seni dan budaya akan mengangkat nilai budaya daerah sebagai pencerminan dari daerah yang berbudaya dan bermasyarakat.

Sumber data “Rencana Strategi (Renstra) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan tahun 2010 – 2015”

Sedangkan proses perumusan Tujuan dan Kebijakan promosi pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan yang dituangkan dalam RENSTRA 2010 – 2015. Dibuat berdasarkan hasil Rapat Musyawarah Perencanaan Pembangunan (MUSREMBANG) Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan tahun 2010. Hasil dari rapat MUSREMBANG tersebut yang kemudian dituangkan dalam Rencana Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan yang kemudian

dijadikan sebagai acuan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam pembangunan pariwisata yang ada di Bolaang Mongondow Selatan.

3. **Pemahaman *Product***

Bolaang Mongondow Selatan Merupakan daerah otonomi baru yang hampir seluruh wilayahnya berada dipesisir pantai dan berada di kawasan Segitiga Terumbu Karang Dunia atau *Heart Of Coral Triangle*. Keberadaan *Heart Of Coral Triangle* sudah disepakati pada *World Ocean Conference (WOC)* dan *Coral Triangle Initiatives (CTI)* summit pada bulan Mei tahun 2009 di Manado Sulawesi Utara. Dengan wilayah yang strategis Bolaang Mongondow Selatan memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah.

Adapun sumber daya alam yang menjadi unggulan di Bolaang Mongondow Selatan meliputi Wisata Air terjun, Wisata Pantai, dan Wisata Taman laut selain itu juga Dinas pariwisata Mengembangkan *product* wisata jasa seperti sarana bermain di objek wisata seperti ketersediaan *Banana Boat* disalah satu objek wisata.

Untuk mengetahui potensi – potensi sumber daya alam dan budaya yang dimiliki Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Melakukan observasi Lapangan. Sesuai dengan petunjuk dari Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Utara dalam proses penggalian potensi di daerah. Proses observasi lapangan sendiri dilakukan dengan melakukan Musyawarah Desa. Untuk menggali potensi yang dimiliki oleh setiap desa.

Musyawarah desa sendiri dilakukan dengan melibatkan Dinas Pariwisata

Masyarakat, Perangkat desa dan pihak – pihak terkait lainnya. Hasil dari Musyawarah desa ini yang kemudian akan di bahas bersama DPRD Dalam Musyawarah Rencana Pembangunan Desa (MUSREMBANG) untuk langkah – langkah apa yang akan dilakukan pemerintah untuk pengembangan potensi – potensi yang ada di setiap desa tersebut.

Untuk proses pengelolaan Pariwisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan memberikan sebagian kewenangan pengelolaan objek wisata kepada pihak ketiga (3) dan sebagian lagi dikelola Langsung Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan hal itu dilakukan karena kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang mengharuskan pengelolaan sebagian tempat wisata diberikan kepada pihak ketiga. Akan tetapi sejauh ini proses pengelolaan sumberdaya alam sudah berjalan baik karena koordinasi yang terjalin baik antara Dinas Pariwisata dan Pihak Ketiga.

Adapun masalah yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam pengelolaan objek wisata yang ada ialah persoalan Dana. Yang dinilai kurang untuk pembangunan dan pengelolaan Objek wisata yang ada. Kemudian masalah sumber daya manusia walaupun jumlah sumberdaya manusia cukup memadai untuk menjalankan fungsi – fungsi kepariwisataan di kantor Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan

... ..

Jumlah tenaga pegawai lulusan jenjang Sarjana S1 Strata 1 sebanyak 10 orang, Jenjang S2 Sarjana Strata 2 sebanyak 1 orang, jenjang D3 Diploma 111 sebanyak 4 orang, dan jenjang SMA/SMK berjumlah 2 orang. Walaupun sudah banyak pegawai yang berpendidikan Sarjana akan tetapi dirasakan masih kekurangan Sumberdaya Manusia dikarenakan pengalaman secara individu belum begitu banyak. (Berikut pemaparan dari Kepala Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan Bapak Agus P. Mooduto hasil wawancara tanggal 4 februari 2014)

Bolang Mongondow Selatan merupakan daerah otonom baru yang seluruh wilayahnya masuk dalam Segitiga Terumbu Karang Dunia wilayahnya yang strategis Bolaang Mongondow Selatan memiliki pesona sumber daya alam yang sangat menarik diantaranya seperti Taman laut, Pantai dan Air terjun. Di BOL-SEL juga memiliki wahana barmain di salah satu objek wisata seperti Banana Boat. Dalam pengelolaan sebagian diserahkan kepada pihak ke 3 dan untuk pendataan objek wisata dilakukan observasi lapangan. Masalah dalam pengelolaan objek wisata ialah masalah Dana. Dan juga kurangnya sumberdaya manusia walau dalam segi fungsi terpenuhi, tetapi dari pengalaman pelaksanaan promosi masih kekurangan.(notulensi wawancara dengan kepala dinas ditulis oleh kepala seksi promosi ibu Hania tanggal 4 februari 2014)

4. Pemahaman Pesaing

Dalam proses mempromosikan daerah tentunya Bolaang Mongondow Selatan Memiliki pesaing yaitu daerah yang sama – sama berada di dalam kawasan dan sama – sama memiliki sumber daya alam yang dapat dijual. Dalam hal ini pesaing utama Bolaang Mongondow Selatan adalah provinsi tetangga yaitu Gorontalo sedang pesaing dalam

wilayah provinsi Sulawesi Utara Sendiri Adalah Bunaken dimana Bunaken seperti telah menjadi *Ikon* dari provinsi Sulawesi Utara.

Untuk mengetahui tentang siapa pesaing dan apa potensi yang dimiliki para pesaing, diketahui dari kunjungan kerja ke daerah - daerah tersebut. Kemudian juga saat mengikuti pameran – pameran pariwisata dan budaya yang memperlihatkan tentang potensi – potensi dari daerah – daerah tersebut, yang juga dimiliki oleh Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan dan juga dari beberapa iklan – iklan yang mempromosikan daerah – daerah tersebut. Hal ini yang kemudian Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menjadikan daerah – daerah ini sebagai pesaing. Karena sama – sama memiliki potensi – potensi sumberdaya alam dan budaya.

Akan tetapi jika diklasifikasikan antara kelebihan dan kekurangan antara Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan dan pesaing – pesaingnya antara lain sebagai berikut.

A) Kekuatan/Kelebihan

1. Posisi geografis Bolaang Mongondow Selatan yang berada dalam kawasan Segitiga Terumbu Karang Dunia atau *Heart Of Coral Triangle*. Keberadaan *Heart Of Coral Triangle* sudah disepakati pada *World Ocean Conference (WOC)* dan *Coral Triangle Initiatives (CTI)* Summit pada bulan Mei tahun 2009 di Manado Sulawesi Utara. Dengan kondisi geografis ini membuat posisi Bolaang Mongondow Selatan sangat diuntungkan.

2. Potensi sumberdaya alam Bolaang Mongondow Selatan memiliki keindahan laut yang luar biasa kerana seluruh wilayahnya masuk dalam kawasan Teluk Tomini dan Berada dalam Kawasan Segitiga Terumbu Karang Dunia. Bolaang Mongondow Selatan memiliki begitu banyak potensi alam yang menawarkan keanekaragaman daya tarik wisata(bahari, air terjun, flora dan fauna) bagi wisatawan yang menyukai kegiatan wisata alam bawah laut dan *diving*. Bolaang Mongondow Selatan menawarkan pesona Taman Laut Putri Bangsawan sebagai Surga bagi para penggemar *Diving*. Selain itu di Bolaang Mongondow Selatan juga terdapat pantai – pantai terindah yang tidak kalah dengan daerah lain, seperti Pantai Modisi, Pandai Dami, Pantai Salongo timur, Pantai Biniha Timur, Pantai Pulau Lampu dan Pantai Taman Hiu yang merupakan contoh betapa indahnya Pantai di Bolaang Mongondow Selatan.

B) Kekurangan/Kelemahan

1. Promosi Pariwisata belum optimal hingga saat ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan cukup menyadari bahwa kegiatan promosi yang dijalankan masih belum begitu optimal. Ini dikarenakan keterbatasan dana untuk menyelenggarakan kegiatan promosi.

2. Masih kurangnya aksesibilitas serta sarana dan prasarana pendukung. Tidak dapat diungkiri Bolaang Mongondow

Selatan merupakan daerah baru yang berada di wilayah timur Indonesia masih merupakan salah satu kendala bagi para wisatawan, ditambah lagi dengan harga tiket dan kurangnya akses ke Bolaang Mongondow Selatan selain dengan menggunakan jalur darat dari Ibukota Manado sehingga wisatawan cenderung berpikir dua kali untuk berwisata ke Bolaang Mongondow Selatan. Mengingat banyaknya biaya yang dikeluarkan.

3. Masih kurangnya sarana teknologi informasi pada daerah – daerah pariwisata (media elektronik dan media cetak). Terbatasnya media elektronik dan media cetak serta kurangnya akses jaringan internet menjadi masalah tersendiri bagi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan dalam menjalankan programnya serta bagi para wisatawan yang mungkin membutuhkan selama berada di Bolaang Mongondow Selatan. Jumlah televisi dan radio lokal termasuk sangat sedikit padahal wisatawan lokal (masyarakat sulawesi utara) yang tinggal dan menetap di Sulawesi Utara menjadi salah satu target dari pelaksanaan program promosi. kurangnya sarana teknologi informasi di taraf lokal ini sedikit menyulitkan pihak Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan terutama dalam mensosialisasikan program kepada masyarakat khususnya masyarakat lokal

5. Pemilihan Bauran Promosi

Dalam media berkomunikasi dengan target audiensnya, media yang sering digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yaitu Periklanan, *Public Relations*, dan *Exhibition*. Bauran promosi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan dimulai dengan menggunakan media Periklanan yang kemudian di klasifikasikan menjadi iklan *Below the line* yaitu pembuatan , *leaflet*, baliho. Kemudian dilanjutkan dengan iklan *Above the line* yang biasanya dilakukan hanya ketika akan diadakan *event* besar di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan atau jika terdapat informasi – informasi publik yang ingin di sampaikan. Alasan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan memilih menggunakan media periklanan sebagai alat promosi utama karena mudah dalam proses pengerjaan dan lebih mudah dipahami oleh masyarakat.

Berikut kegiatan promosi melalui media periklanan ditindaklanjuti dengan menggunakan media *Public Relations* untuk lebih mempromosikan Bolaang Mongondow Selatan. Media *public relations* sendiri ditindaklanjuti dengan mengadakan *event* di Bolaang Mongondow Selatan seperti *event* bertajuk Festival Teluk Tomini, dan Festival Budaya Bahari yang dari rutin di gelar setiap tahunnya. Selain itu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Juga aktif mengikuti kegiatan – kegiatan pameran yang baik diselenggarakan oleh Pemerintah Pusat

Adapun hal yang mempengaruhi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan dalam memilih beberapa media tersebut selain karena lebih mudah dalam pengerjaan juga melihat dari daerah – daerah lain yang juga menggunakan media – media tersebut dalam mempromosikan daerahnya. Dan juga petunjuk dari Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Utara yang merekomendasikan media – media tersebut untuk promosi pariwisata saat rapat koordinasi bersama di Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Utara. Dalam wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan menjelaskan kecenderungan memilih bauran promosi diatas:

Media promosi yang utama dilakukan adalah dengan iklan seperti brosur, *leaflet* dan baliho. karena menurut kami media iklan itu mudah dipahami dan pengerjaan juga lebih mudah. Selain itu kami juga membuat *event* seperti festival Teluk Tomini yang diselenggarakan setiap tahun. Kami juga mengikuti pameran – pameran pariwisata atau budaya yang diselenggarakan oleh daerah lain maupun oleh pemerintah pusat. dengan adanya pameran seperti itu kami dapat memperkenalkan potensi yang ada di Bol-Sel. Secara lebih dekat. Alasan memilih media – media tersebut karena melihat daerah lain juga menggunakan media – media seperti itu dan juga petunjuk dari provinsi yang merekomendasikan media – media tersebut saat rapat koordinasi. (notulensi wawancara dengan kepala dinas ditulis oleh Ibu Hania Kepala Seksi Promosi tanggal 4 februari 2014)

Adapun media – media promosi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam mempromosikan pariwisatanya sebagai berikut :

5.1. Periklanan (*advertising*)

Iklan sebagai salah satu cara yang efektif dalam membangun *brand*

dan Kebudayaan untuk menggunakan bauran komunikasi ini sebagai pilihan paling utama. Sebagai daerah baru yang sedang membangun paska resmi menjadi daerah otonom baru Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan berupaya mempromosikan tentang potensi yang dimiliki.

Iklan dibuat seefektif mungkin agar target sasaran dapat mengerti dengan mudah pesan yang disampaikan. Untuk itu penyampaian pesan di kategorikan atas :

5.1.1 Iklan *Above The Line*

a. Iklan koran

Koran dipilih oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bolaang Mongondow Selatan dikarenakan media ini masih sering digunakan. Khalayak yang ingin dicapai melalui pengiklanan lewat media ini hanya wisatawan lokal (dalam wilayah Provinsi Sulawesi Utara) Karena media cetak yang digunakan hanya media cetak lokal seperti Manado Post dan Tribun Totabuan.

Penggunaan koran lebih kepada penyampaian informasi kegiatan apa yang akan diadakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Pesan yang disampaikan hanya berupa jadwal kegiatan dan anjuran atau ajakan untuk ikut meramaikan *event* tersebut. Iklan melalui koran lokal ini juga dipilih untuk menjangkau wisatawan lokal yang berdomisili di wilayah selatan kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.

menjadikan koran lokal sebagai sarana informasi. Frekuensi penggunaan koran lokal sebagai media komunikasi disesuaikan dengan *event* atau program yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.

b. Iklan Radio

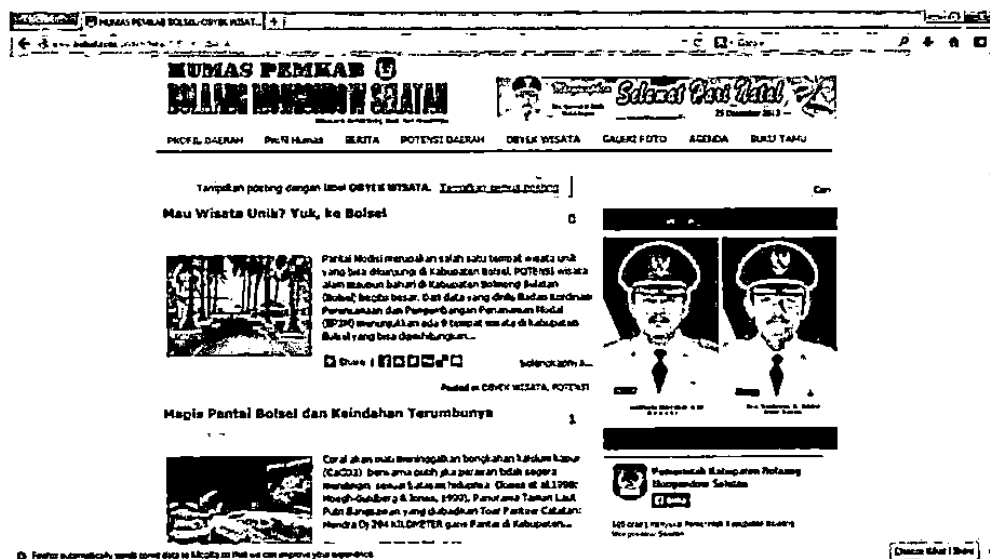
Meskipun jarang menggunakan iklan ini tetapi radio juga digunakan sebagai salah satu media promosi khususnya menjelang *event* tertentu atau penyampaian informasi umum mengenai kegiatan kepariwisataan kepada masyarakat. Menurut Bapak Agus P. Mooduto, pihaknya menggunakan radio hanya sekitar 1-2 kali mengudara untuk menyampaikan informasi umum kegiatan yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Untuk penggunaan radio sendiri menggunakan radio lokal yaitu DCfm, yang meliputi seluruh wilayah Bolaang Mongondow Raya. Iklan biasanya dimasukkan dalam rubrik Kabar BMR yang mengudara sekitar pukul 19.00 – 20.00. (wawancara tanggal 4 februari 2014)

c. *Website*

Pembuatan *website* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan ditujukan untuk memudahkan proses penyampaian pesan atau iklan kepada masyarakat dalam skala yang lebih luas. Dalam *website* tersebut juga pengunjung dapat melihat

foto objek wisata dan juga deskripsi dari objek wisata yang ada di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Akan tetapi *website* tersebut masih dikelola oleh kepala Bagian Kehumasan Pemerintah Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan secara spesifik Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan belum memiliki *website* sendiri yang hanya memberikan informasi tentang kepariwisataan.

Gambar 1.2



Website Pemkab Bolaang Mongondow Selatan

Tampilan *website* Pemerintah Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan ini masih dirangkaikan dengan informasi – informasi dari instansi – instansi yang ada di Bolaang Mongondow Selatan termasuk Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan karena secara spesifik Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Belum memiliki *Website* sendiri. Akan tetapi dengan situs ini pengunjung akan dengan mudah

... informasi objek wisata yang ada di Bolaang Mongondow

Selatan, sekaligus potensi – potensi yang terdapat di Bolaang Mongondow Selatan

Secara umum *website* ini juga memiliki buku tamu dimana pengunjung bisa mengisi buku tamu dan bisa mendapatkan informasi atau meminta informasi yang dibutuhkan

5.1.2 Iklan *Below the line*

a. *Leaflet*

Pembuatan *leaflet* untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai Bolaang Mongondow Selatan secara singkat mencakup objek wisata, lokasi sarana – sarana umum serta nomor telepon penting yang bisa dihubungi wisatawan selama berada di Bolaang Mongondow Selatan *Leaflet* ini dicetak dalam jumlah kurang lebih 1000 eksemplar dan disebarakan kepada calon wisatawan lewat kegiatan pameran yang diikuti oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bolaang Mongondow Selatan

Gambar 1.3



Leflet objek wisata di Bolaang Mongondow Selatan

b. Baliho

Pembuatan Baleho bertujuan untuk memberikan informasi tentang kegiatan maupun lokasi dari promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Baleho dinilai cukup efektif untuk mempromosikan atau menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada target *audiens* karena pesan yang disampaikan dapat bertahan lama dan mudah diingat oleh calon wisatawan tinggal tergantung pada penempatan baliho tersebut. Sedangkan untuk penempatan baliho

tetangga, dan di daerah – daerah yang terdapat banyak aktifitas dari masyarakat.

Gambar 1.4



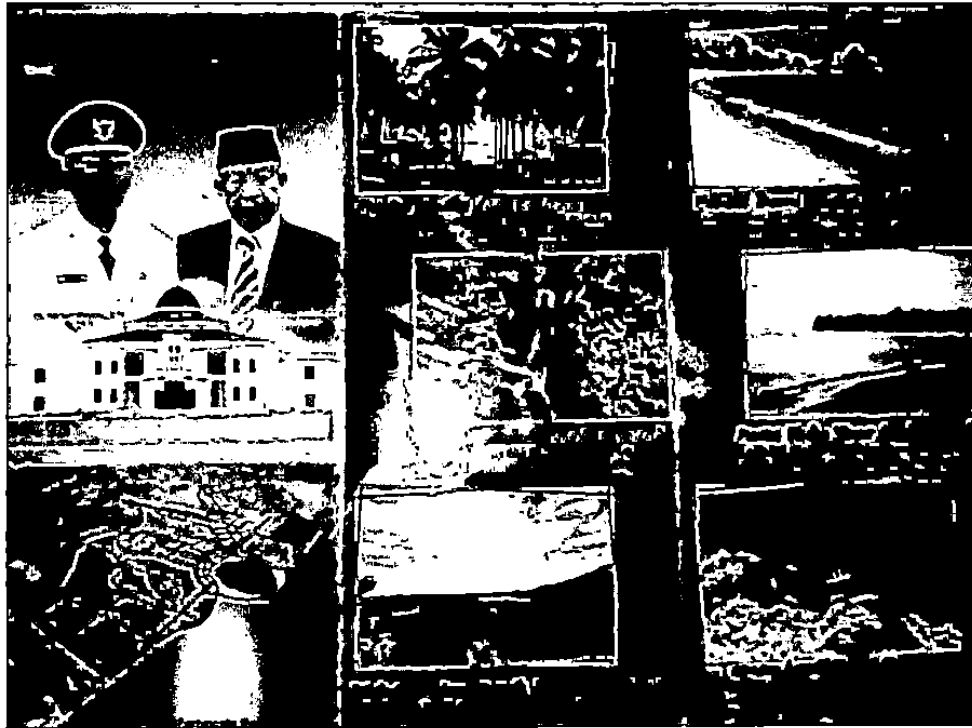
Baleho Wisata Bahari di Bolaang Mongondow Selatan

c. Pembuatan Buku Wisata

Pembuatan buku wisata bertujuan untuk memudahkan wisatawan dalam mengetahui tentang Bolaang Mongondow Selatan khususnya hal – hal detail seperti lokasi tempat wisata, waktu perjalanan dari pusat kota, dan sarana pendukung lainnya

Buku ini dicetak dan dibagikan kepada setiap tamu yang berkunjung ke Bolaang Mongondow Selatan, atau dibawah pada saat berkunjung di daerah lain. Pesan yang disampaikan dalam buku ini lebih spesifik tentang informasi wisata alam, budaya dan

Gambar 1.5



Cover Buku panduan wisata Bolaang Mongondow Selatan

5.2. Public Relations

Public Relations merupakan salah satu hal penting dalam yang di sadari oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Bolaang Mongondow Selatan dalam melaksanakan Kegiatan promosinya. Tanpa menggunakan media *Public Relations* akan menjadi cukup sulit bagi suatu daerah untuk dilirik oleh target marketnya yang berada diluar daerah. Hal ini dilakukan meskipun Dinas Pariwisata dan kebudayaan tidak memiliki divisi khusus *public relation*.

Kegiatan ini dilaksanakan dengan membuat event festival Wisata Bahari dan festifal Teluk Tomini dan mengundang suluruh masyarakat

"Dinas Pariwisata Selatan untuk turut merencanakan event tersebut

Beberapa media lokal juga turut diundang untuk meliput acara seperti Koran Tribun totabuan sekaligus mempromosikan acara tersebut.

5.3. Exhibitions

Kegiatan ini adalah kegiatan keikutsertaan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow selatan dalam sejumlah pameran yang diadakan oleh pemerintah pusat ataupun yang diadakan oleh daerah lain. Kegiatan ini dipilih karena kekuatannya untuk menghubungkan pihak Dinas Pariwisata Dan kebudayaan dengan target market yang berada diluar daerah seperti keikutsertaan dalam pameran pariwisata dan industri terkait dalam Indonesia Tourism dan Creative Economy Fair (ITCEF) di Jakarta Convention Center pada 2013.

Dalam kunjungan ke pameran – pameran di luar daerah pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan turut serta membawa beragam cinderamata khas Bolaang Mongondow Selatan seperti pakayan adat, makanan khas, dan brosur untuk dibagikan kepada pengunjung. Untuk lebih mengenalkan tentang potensi wisata yang ada di Bolaang Mongondow selatan

6. Merancang pesan

Tema besar seluruh kegiatan promosi kabupaten Bolaang Mongondow Selatan sebagai daerah pemekaran baru adalah “ Visit Bolsel dan Ayo Ke *Bolsel* daerah yang religius dan berbudaya” pemilihan *tagline* tersebut didasarkan pada Visi pembangunan daerah Bolaang Mongondow Selatan yaitu “ Terwujudnya Kabupaten Bolaang

Mongondow Selatan yang religius, berbudaya dan Sejahtera. Yang dibahas dan dirumuskan dalam Rapat Bidang Pemasaran yang membahas tentang promosi yang akan dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan rapat tersebut dipimpin langsung oleh kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.

Selain Sebagai pusat Wisata Bahari Bolaang Mongondow Selatan juga merupakan pusat Wisata Budaya dimana Bolaang Mongondow Selatan Memiliki Gabungan budaya warisan gabungan dari tiga (3) suku yaitu Suku “Mongondow”, suku “Gorontalo” dan suku “Bolango” hal ini yang menjadikan Bolaang Mongondow Selatan Sedikit berbeda dalam hal Budaya dengan daerah – daerah di sekitar Bolaang Mongondow Selatan sendiri. Hal ini ditegaskan juga oleh kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bapak Agus P. Mooduto dalam (wawancara tanggal 4 ferbruary 2014)

Bolaang Mongondow Selatan merupakan daerah gabungan tiga suku yaitu suku Mongondow, Gorontalo dan Bolango. Hal ini membuat Bolaang Mongondow Selatan bukan hanya memiliki wisata bahari tetapi juga memiliki wisata budaya.

7. Struktur Organisasi dan Penetapan Anggaran

Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan berpengaruh besar kepada penetapan anggaran yang dirancang. Seksi Promosi yang berada dibawah bidang

ini adalah yang dalam penetapan anggaran membuat

rancangan kegiatan untuk kemudian diserahkan kepada kepala bidang pemasaran yang kemudian diteruskan kepada kepala dinas. Nantinya rancangan kegiatan tersebut akan dibahas bersama Badan Anggaran DPRD kabupaten yang nantinya akan ditetapkan melalui sidang paripurna DPRD.

Sumber dana berasal dari APBD Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan yang ditetapkan dalam Sidang Paripurna DPRD Kabupaten untuk tahun 2010 – 2013 total jumlah yang dianggarkan untuk program pengembangan dan pemasaran Pariwisata Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan berjumlah Rp.1.000.000.000. hasil (wawancara tanggal 4 februari 2014 dengan Bapak Agus P. Mooduto Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bolaang Mongondow Selatan).

8. Pelaksanaan Promosi Dinas Pariwisata Dan kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan

Salah satu aspek penting yang disadari oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan dalam mempromosikan Pariwisata yang ada paska menjadi daerah otonomi baru adalah promosi langsung kepada target sasaran baik yang ada didalam maupun yang ada di luar negeri.

Pendekatan yang dilakukan selain melakukan promosi di sejumlah daerah di indonesia, pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan juga mengundang sejumlah pihak seperti masyarakat sekitar

umumnya yang menjadi target sasaran untuk datang dan mengunjungi Bolaang Mongondow Selatan melihat sendiri secara langsung potensi sumber daya alam maupun budaya yang ada di Bolaang Mongondow Selatan.

Menurut kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan ada beberapa kunjungan dari pihak – pihak peneliti maupun pemerhati wisata bawah laut yang datang ke Bolaang Mongondow Selatan Untuk melihat sekaligus menikmati langsung pesona sumber daya alam yang ada di Bolaang Mongondow Selatan.(wawancara tanggal 4 februari 2014)

Selain itu dalam sejumlah *event* yang diikuti oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan selain mempromosikan secara lisan tentang pariwisata Bolaang Mongondow Selatan juga memberikan sejumlah brosur dan *leaflet* yang berisi informasi mengenai sumber daya alam dan sumber daya budaya yang ada di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan yang diberikan kepada pengunjung yang berkunjung di *stand* Bolaang Mongondow Selatan.

Adapun sejumlah *event* yang diadakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan dalam rangka mempromosikan pariwisata yang ada, beberapa *event* tersebut antara lain:

a. Festival Teluk Tomini

Festival Teluk Tomini adalah festival perdana yang diselenggarakan

oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang

Mongondow Selatan festival ini menampilkan atraksi khas Bolaang Mongondow Selatan seperti Tari –Tarian, Parade Kapal Nelayan Lomba permainan tradisional festival ini dilakukan bertujuan untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke Bolaang Mongondow Selatan, festival ini diadakan pada bulan April 2013 bertempat di Boulevard Sondana, Bolaang Mongondow Selatan

Gambar 1.6
Festival Teluk Tomini



(Dokumentasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan)

b. Pemilihan *Bagi – Boba*

Pemilihan *Bagi – Boba* adalah salah satu *event* yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang

Mongondow Selatan untuk mempromosikan pariwisata Bolaang

Mongondow Selatan. *Bagi – Boba* sendiri adalah duta pariwisata Bolaang Mongondow Selatan yang nantinya mewakili Bolaang Mongondow Selatan di *event – event* tertentu. Selain itu tugas utama dari *Bagi – Boba* adalah untuk mempromosikan Pariwisata yang ada di Bolaang Mongondow selatan

Gambar 1.7
Pemilihan *Bagi - Boba*



(Dokumentasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan)

c. Pengiriman *Bagi – Boba* dalam pemilihan *Nyong – Noni* Sulawesi Utara

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Bolaang Mongondow Selatan Bertanggung jawab penuh terhadap keikutsertaan Bolaang

Utara. Kegiatan ini untuk turut mempromosikan potensi wisata dan budaya yang ada di Bolaang Mongondow Selatan.

Selama mengikuti ajang tersebut walaupun tidak terpilih menjadi juara tetapi wakil Bolaang Mongondow Selatan ini berhasil meraih penghargaan sebagai *Nyong Persahabatan Sulawesi Utara* dan *Noni Berbakat Sulawesi Utara* masing – masing oleh Renaldy Pulumuduyo dan Clara Mokodompit.

Gambar 1.8
Pemilihan *Nyong – Noni* Sulawesi Utara perwakilan Bolaang
Mongondow Selata



(Dokumentasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan)

9. Tahap Evaluasi

Proses evaluasi merupakan proses yang sangat penting dimana pada tahap ini bisa dilihat tingkat keberhasilan program yang dibuat dan hal – hal apa yang perlu diperbaiki pada proses promosi ditahun – tahun

program yang telah dijalankan dalam proses mempromosikan pariwisata maka Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan memiliki dua tahap yaitu secara external dan internal.

- a. Secara internal adalah sistem pelaporan yang akan dilakukan adalah sistem penjenjangan yaitu kepala Seksi akan melaporkan kegiatan setiap triwulan kepada kepala Bidang, dan Kepala Bidang akan melaporkan kepada Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.
- b. Secara external Dinas Pariwisata dan Kebudayaan akan membuat laporan pelaksanaan kegiatan sesuai permintaan dari pemerintah daerah berupa laporan bulanan, triwulan, semester, tahunan Lakip dan Laporan pertanggung jawaban Bupati bidang Pariwisata dan Kebudayaan (LPJ Bupati)

Menurut Kepala Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Bapak Agus P. Mooduto (wawancara tanggal 4 februari 2014) program promosi yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan dievaluasi cukup berhasil dengan indikator ~~persentase wisatawan sebesar kurang lebih 50% dalam kurun waktu~~

10. Faktor Pendukung Dan Penghambat Pelaksanaan Promosi Pariwisata Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.

10.1. Faktor Pendukung Promosi Pariwisata

Dalam pelaksanaan promosi pariwisata yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan terdapat sejumlah faktor baik internal maupun eksternal yang mendukung keberhasilan promosi pariwisata yang telah dijalankan oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.

- a. Dukungan Pemerintah Pusat dan Pemerintah daerah atas segala kegiatan pengembangan pariwisata. Dukungan pemerintah berupa anggaran dan kebijakan yang menguntungkan proses pembangunan Pariwisata paska menjadi daerah otonomi baru.
- b. Kerjasama yang baik antara Dinas Pariwisata Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan dan Pihak ketiga dalam hal ini pihak yang mengelolah sejumlah objek wisata yang ada di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Juga kerjasama yang terjalin antara Dinas Pariwisata dan Dinas Terkait Seperti Dinas Kelautan dan Kehutan yang saling bersinegri dalam membangun sumber daya alam yang baik.
- c. Dukungan masyarakat Bolaang Mongondow Selatan sendiri yang begitu antusias terhadap program promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk mempromosikan dan

mengembangkan potensi pariwisata yang ada. Dukungan ini ditunjukkan dengan ikut meramaikan serta berpartisipasi secara langsung dalam sejumlah *event* yang diadakan oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan.

10.2. Faktor Penghambat promosi Pariwisata

Berbagai faktor pendukung di atas tentu saja sangat membantu pelaksanaan promosi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Akan tetapi terdapat juga faktor penghambat pelaksanaan promosi yang skalanya dari yang kecil hingga besar dan cukup mengganggu proses promosi dan pengembangan pariwisata yang ada di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Berdasarkan wawancara dengan kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan Bapak Agus P. Mooduto, pada tanggal 4 februari 2014, faktor – faktor penghambat tersebut diantaranya :

- a. Terbatasnya Kualitas staf dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Walaupun secara pendidikan sudah banyak yang memiliki pendidikan sarjana akan tetapi belum memiliki pengalaman yang bagus dalam hal promosi pariwisata. dan juga disiplin ilmu yang tidak berkaitan dengan tugas – tugas dibidang promosi sehingga sedikit menyulitkan.
- b. Kurangnya anggaran yang dari pemerintah daerah khususnya agak sedikit menyulitkan promosi pariwisata seperti yang dituturkan

kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow dalam wawancara tanggal 4 februari 2014 dimana kurangnya dana dari pemerintah daerah untuk promosi pariwisata. akan tetapi hal ini sedikit bisa dipahami dikarenakan Bolaang Mongondow Selatan merupakan daerah pemekaran baru.

- c. Faktor penghambat lain adalah Kabupaten Bolaang Mongondow Sendiri yang merupakan daerah baru yang belum dikenal. Hal ini cukup menyulitkan dalam proses mempromosikan potensi daerah yang ada. sehingga sembari mempromosikan pariwisata juga pemerintah berusaha terus membangun sarana dan prasarana pendukung untuk menyempurnakan pelayanan kepada wisatawan yang datang ke Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan

B. Analisis Data

1. Pemahaman Targer *Audiens*

Menurut peneliti, keputusan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan terhadap pemilihan target *audiens* yang tidak diklasifikasikan atau dipisahkan untuk jenis promosi, secara tidak langsung sedikit menyulitkan dalam pelaksanaan promosi. Menurut peneliti akan lebih maksimal proses promosi jika dilakukan pengelompokan terhadap target *audiens* yang akan menjadi sasaran dari promosi.

Hal ini seperti yang dikatakan oleh Drs. H. Indriyo Gitosudarmo dalam bukunya “Menajemen Pemasaran” edisi kedua (2008:61), Menulis bahwa fungsi atau tujuan dari mengidentifikasi pasar atau target antara lain:

- a. Menentukan pasar apa yang sedang atau akan dilayani, hal ini dapat diidentifikasi lewat penentuan tentang kebutuhan (*need*) atau apa yang dilayani, yang akan menyangkut pula tentang siapa atau orang atau organisasi mana yang akan dilayaninya.
- b. Menentukan dimana lokasi tempat tinggal dari orang/organisasi yang membutuhkan produk yang dipasarkan. Misalnya di Sulawesi, Sumatera, Kalimantan.dsb
- c. Mengetahui seberapa luas jumlah potensi pasar serta estimasi pasar

- d. Menentukan sifat – sifat dan karakteristik dari pasar tersebut menyangkut analisis selera, kesenangan, kebiasaan, sikap, perilaku, gaya hidup maupun kebudayaan yang dimiliki.

Dari teori diatas terlihat Bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan tidak mengikuti cara atau langka – langka penentuan target *audiens* atau target promosi seperti yang disebutkan diatas. Data target *audiens* yang digunakan lebih kepada hasil dari data kunjungan wisatawan. Dari hasil wawancara dan pengamatan, peneliti tidak menemukan proses dalam mempelajari karakteristik dari target audiens.

Target *audiens* dalam promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sebagai mana yang telah dijelaskan bahwa target audies adalah masyarakat secara menyeluruh tanpa ada pengelompokan. Yang patut menjadi catatan bahwa setiap wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing masing – masing memiliki karakteristik yang berbeda – beda. Dari data kunjungan wisatawan yang datang ke Bolaang Mongondow Selatan selama tahun 2010 – 2013 kunjungan wisatawan asing sangat kurang. Kemungkinan salah satu indikator penyebab adalah tidak adanya pengelompokan terhadap target *audiens* yang menyebabkan kurangnya kujungan wasatawan asing. Oleh karena itu akan lebih baik jika dilakukan pengelompokan terhadap target audiens agar nantinya masing – masing kelompok bisa dilakukan pendekatan secara berbeda – beda sesuai karakternya masing – masing.

Untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal

2. Penetapan Tujuan

Pada dasarnya menurut peneliti penetapan tujuan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sudah bagus karena penetapan tujuan yang dilakukan didukung oleh kebijakan langsung dibuat dan telah di atur dalam ‘Rencana Strategi’ Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Yang dijadikan sebagai acuan kerja selama lima tahun. Yang harus lebih diperhatikan adalah pelaksanaan kebijakan tersebut menurut peneliti jangan sampai tujuan dan kebijakan yang telah dirumuskan menjadi tidak maksimal karena pelaksanaan yang kurang baik. Hal ini didasarkan pada data yang diperoleh dimana Dinas Pariwisata dan kebudayaan memiliki kekurangan kualitas dari sumberdaya manusia dalam mengelolah potensi – potensi yang ada di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Untuk lebih meminimalisir kemungkinan masalah – masalah yang muncul akibat pelaksanaan yang kurang maksimal akan lebih baik jika pihak Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan banyak mengikuti pelatihan – pelatihan tentang pelaksanaan promosi pariwisata untuk lebih meningkatkan pengalaman dan pengetahuan para pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam hal promosi dan pelaksanaanya..

3. Pemahaman *Product*

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menyadari bahwa Bolaang Mongondow Selatan merupakan daerah baru yang memiliki sumber daya alam yang melimpah seperti Air Terjun, Pantai, dan Taman Laut oleh

karena itu dalam pengelolaan dan promosi harus benar – benar dipersiapkan dengan baik.

Dari hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terlihat bahwa secara garis besar Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sudah menyadari mengenai potensi yang dimiliki. Akan tetapi dalam segi pengelolaan terlihat jelas bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mengalami kesulitan dalam pengelolaan. Kurangnya kualitas dan pengalaman dari pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menjadi sebab pengelolaan pariwisata menjadi kurang maksimal. Seharusnya potensi yang melimpah harusnya didukung oleh pengelolaan yang baik agar menjadi maksimal. Untuk itu menurut peneliti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan harus lebih meningkatkan kualitas dari pegawainya bagaimapun caranya agar dapat mengelolah potensi pariwisata yang ada dengan baik. Karena hal ini dapat berpengaruh besar terhadap wisatawan yang akan berkunjung ke Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.

4. Pemahaman Pesaing

Dalam proses pemasaran atau promosi barang maupun jasa tentunya memiliki pesaing begitu Juga dengan Bolaang Mongondow Selatan yang juga memiliki pesaing dalam promosi pariwisata. Jika diklasifikasikan antara kekuatan dan kelemahan dengan pesaing maka dapat diumumkan sebagai berikut:

a. Kekuatan/Kelebihan

Kekuatan utama yang dimiliki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan adalah kekayaan akan sumber daya alam dan sumber daya budaya yang merupakan hal paling penting dari kegiatan kepariwisataan sebuah daerah. Bolaang Mongondow memiliki banyak sekali hal untuk dipromosikan dan dijual untuk menarik minat wisatawan datang ke Bolaang Mongondow Selatan. Wisata bawah laut, wisata pantai, dan sejumlah *event* budaya yang melibatkan seluruh komponen masyarakat Bolaang Mongondow Selatan. Jika hal ini dapat dikelola dengan baik maka tidak menutup kemungkinan Bolaang Mongondow Selatan dapat menjadi daerah tujuan wisata utama di Indonesia khususnya Sulawesi Utara. Untuk itu sumberdaya manusia yang mengelolah harus benar – benar diperhatikan untuk menunjang potensi luar biasa yang dimiliki agar nantinya potensi luarbiasa tersebut dapat menjadi maksimal sebagai kekuatan dari Bolaang Mongondow Selatan sendiri.

b. Kelemahan/Kekurangan

Adapun kelemahan atau kekurangan dari Bolaang Mongondow Selatan yaitu kurang dan mahalnya transportasi menuju Bolaang Mongondow Selatan untuk perjalanan wisata paling praktis hanya bisa ditempuh dengan menggunakan pesawat dan kapal laut, namun kapal laut kemudian menjadi masalah bagi wisatawan yang memiliki waktu libur singkat. Jarak tempuh menuju Bolaang Mongondow Selatan dari

sejumlah daerah di Indonesia memakan waktu cukup lama. Hal ini menjadi kelemahan tersendiri dalam perjalanan wisatawan menuju ke Bolaang Mongondow Selatan.

Berikutnya adalah kualitas dari sumberdaya manusia. Walaupun jumlah pegawai kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bolaang Mongondow Selatan cukup memadai, hal ini tidak cukup kurangnya pengalaman dari pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam hal promosi pariwisata membuat pelaksanaan promosi menjadi kurang maksimal. Dan hal ini belum ada penanganan serius dari pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mengenai terbatasnya pengalaman dari sumber daya manusia agar bisa diatasi.

Untuk meminimalisir kekurangan dari Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan Pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan harus benar – benar memperhatikan tentang kualitas karena terlihat jelas bahwa masalah kualitas dari pegawai menjadi salah satu penyebab terhambatnya pengembangan potensi yang ada di Bolaang Mongondow Selatan. Hal ini terlihat dari kurangnya wawasan dalam hal promosi di mana dalam promosi belum dapat menciptakan trobosan promosi yang baru kebanyakan yang dilakukan hanya melihat apa yang dilakukan oleh daerah lain dan kemudian mengikuti hal tersebut. Kemudian dari pengamatan dan data yang peneliti dapatkan belum ada penanganan yang serius dari pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata

dan Kebudayaan mengenai masalah Kualitas dari pegawai dalam pengelolaan pariwisata.

5. Pemilihan Bauran Promosi

a. Periklanan

Pilihan bauran promosi yang utama digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan adalah Iklan. Iklan *below the line* adalah yang paling sering ditemui dalam strategi promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan pembuatan brosur, *leaflet*, *guide book* adalah yang paling sering diproduksi. Menurut kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan penggunaan media iklan seperti ini dirasa lebih efektif karena lebih mudah untuk dipahami oleh masyarakat dan dalam pelaksanaan cenderung lebih mudah.

Sayangnya menurut pengamatan peneliti dari segi penampilan iklan *below the line* yang dipilih oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan belum memberikan efek untuk langsung tertarik pada brosur atau *leaflet* yang diberikan. Mulai dari desain warna yang cenderung gelap, tulisan yang terlalu rapat cenderung membuat orang tidak tertarik untuk membaca atau malas. Hal ini menjadi salah satu faktor terhambatnya proses promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupten Bolaang Mongondow Selatan.

Harapnya desain dari iklan *below the line* dibuat lebih menarik agar

dapat menarik minat orang untuk membaca setelah melihat desain dari iklan *below the line* tersebut.

Sedang iklan di media cetak dan media elektronik memang hanya sesekali dilakukan karena mahal dari segi biaya dan pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan merasa belum perlu untuk melakukan kegiatan promosi menggunakan media Televisi atau Media cetak Nasional. Padahal jika menggunakan media Televisi dan Media cetak Nasional maka kemungkinan bertambahnya wisatawan akan cukup besar.

Sedangkan mengenai penggunaan *website* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan pada dasarnya sudah cukup baik karena dapat menjangkau wisatawan secara lebih luas. Akan tetapi *website* tersebut masih digunakan bersama dengan Dinas – Dinas atau instansi pemerintah lainnya. Harusnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mempunyai *website* sendiri yang khusus hanya memberikan informasi dan sarana promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Agar dapat lebih memaksimalkan promosi yang dilakukan. Juga dalam penempatan gambar objek wisata agar dapat lebih di perhatikan foto mana yang memberikan daya tarik terhadap orang yang melihat. Dan juga dapat menambahkan informasi – informasi yang kiranya dibutuhkan oleh wisatawan agar nanti dapat mempermudah para

wisatawan jika nanti berkunjung ke Bolaang Mongondow Selatan

b. *Public Relations*

Pemanfaatan *Public Relations* baik untuk menindak lanjuti promosi yang telah dilakukan melalui media iklan. Ditambah lagi dengan dukung dari masyarakat Bolaang Mongondow Selatan sendiri yang sangat antusias dalam *event – event* yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Meskipun *event* yang diselenggarakan belum bertaraf internasional akan tetapi sebagai daerah otonomi baru sudah sangat baik. Kedepan pemanfaatan *event* harus lebih dimaksimalkan untuk memaksimalkan promosi yang dilakukan. Pemanfaatan pihak swasta dalam media ini kemungkinan dapat memberikan efek yang lebih baik.

c. *Exhibition*

Bentuk kegiatan *exhibition* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan dengan mengikuti pameran yang diadakan oleh pemerintah pusat maupun oleh daerah – daerah lain. Sangat baik karena adanya interaksi langsung dari penjual dan calon pembeli disinilah keunggulan dari *exhibition* kegiatan dapat dilakukan dengan efektif, karena memiliki sifat luwes karena penjual langsung mengetahui reaksi dari calon konsumen atau calon wisatawan sehingga dapat menjadi salah satu tolak ukur dalam mempromosikan produk. Juga penjual dapat menyesuaikan antara keinginan penjual dan calon konsumen

6. Merancang Pesan

Dalam perumusan pesan yang termuat dalam iklan di *leaflet*, brosur, baliho yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Pada dasarnya tema yang ingin disampaikan sudah termuat dengan baik seperti latar belakang alam dari setiap iklan yang dikeluarkan. Akan tetapi dari segi *packaging* pesan menurut peneliti masih kurang terutama jika target yang ingin dicapai adalah wisatawan luar Bolaang Mongondow Selatan.

Philip Kolter dan Gary Armstrong (1997:80-81) menulis bahwa dalam menyatukan pesan, komunikator harus menyelesaikan tiga masalah, yaitu :

Isi pesan

Isi pesan harus mengandung tiga aspek berikut:

- a. Daya tarik rasional yang berkaitan dengan minat pribadi sararannya.

Daya tarik ini menunjukkan bahwa produk akan menghasilkan manfaat yang diinginkan.

- b. Daya tarik emosional yang berkaitan dengan emosi sasaran dengan cara berusaha mengendalikan emosi negatif atau positif yang dapat memotivasi pembelian.

- c. Daya tarik moral yang ditunjukkan pada sasaran mengenai apa yang 'benar' dan pada 'tempatny'. Daya tarik ini seringkali digunakan

untuk mendorong orang mendukung aksi sosial

Ketiga hal diatas belum benar – benar ditemukan peneliti dari pesan yang disampaikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam strategi promosi yang mereka jalankan. Pesan dan tema besar untuk mempromosikan pariwisata dan memperkenalkan Bolaang Mongondow Selatan sebagai daerah baru dengan potensi alam yang melimpah belum begitu terlihat. Dalam setiap proses promosi yang dilakukan terkadang ada penekanan terhadap tema yang diangkat dalam pembangunan pariwisata setelah menjadi daerah otonomi baru. Tetapi sering juga pesan ini tidak termuat, seberapa sering ‘ Visit Bolsel dan Ayo Ke Bolsel daerah yang religius dan berbudaya” dimunculkan dalam setiap media komunikasi yang digunakan. Sepintas terlihat bahwa setiap promosi yang dilakukan seperti memiliki tema masing – masing.

Hal ini belum benar – benar terlihat pada proses penyampaian pesan dan visualisasi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Pada salah satu *leaflet* yang dibuat oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan misalnya, media ini tidak dimanfaatkan dengan maksimal oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk memberi *awareness* kepada masyarakat dan target *audiens* dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan pada salah satu *leaflet* tersebut terlihat bahwa tema besar promosi pariwisata Bolaang Mongondow Selatan terlihat “*Hidden Paradise of south Bolaang Mongondow Selatan*” hal ini akan baik sebenarnya jika dibarengi dengan tema yang diusung oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yaitu “*visit*

bolsel dan ayo ke bolsel. Daerah yang religius dan berbudaya”agar orang dapat dengan mudah mengerti bahwa Bolaang Mongondow Selatan Memiliki pesona alam luar biasa. Tetapi sering kali terlihat tema yang harusnya diusung menjadi sering terlewat untuk disampaikan. Hal ini yang menyebabkan promosi yang direncanakan menjadi kurang maksimal seharusnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan harus lebih memperhatikan hal – hal seperti ini untuk memaksimalkan promosi yang dilakukan.

7. Struktur Organisasi dan Penentuan Anggaran

Struktur Organisasi sangat berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan didalam sebuah organisasi atau instansi. Semakin dekat posisi bidang – bidang tertentu dengan pimpinan tentu akan semakin baik dalam proses pengambilan keputusan dan kebijakan(Wasesa,Sili A.2006: 117)

Pada struktur organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, Posisi Kepala Bidang Pemasaran berada langsung dibawah Kepala Dinas. Sehingga sejumlah proses penentuan program dan kegiatan promosi dapat langsung ditangani dan diambil. Akan tetapi hal ini tidak berpengaruh cukup besar dalam penetapan anggaran khusus untuk anggaran promosi.

Dalam wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan Bapak Agus P. Mooduto, mengatakan bahwa dana dari pemerintah untuk pengembangan

tanggal 4 februari 2014) hal ini dirasa masih kurang oleh pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan ini diakui juga oleh Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bolaang Mongondow Selatan bahwa masalah yang sering dihadapi juga adalah masalah kurangnya dana dari pemerintah.

Akan tetapi dari pengamatan yang dilakukan oleh peneliti anggaran sebesar Rp. 1.000.000.000 bukan hanya digunakan untuk promosi pariwisata saja akan tetapi juga digunakan untuk pembiayaan pembangunan tempat wisata atau objek wisata. Hal itu yang kemudian dirasakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang mengelukan kurangnya dana dari Pemerintah daerah. Harusnya dana untuk pembangunan objek wisata tidak digabungkan dengan dana untuk promosi. Untuk dana promosi harus disendirikan karena sebagai daerah baru tentunya Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan membutuhkan dana yang lebih besar dalam mempromosikan potensi wisata yang ada.

8. Pelaksanaan Promosi Dinas Pariwisata Dan kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan

Sepanjang tahun 2010 – 2013 ada beberapa *event* promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. *Event – event* tersebut antara lain adalah festival teluk tomini, festival ini adalah *event* pertama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, sayangnya dalam *event* ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan terlihat seperti kurang maksimal dalam mempromosikan *event* ini. Promosi yang dilakukan hanya sebatas pembuatan halibo dan beberapa iklan di media cetak dan elektronik Hal

ini yang membuat peneliti merasa kurang maksimal promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Harusnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan lebih memaksimalkan *event* tersebut agar dapat memberikan *effect* yang bagus. Seperti dengan mengundang stasiun TV nasional untuk meliput *event* tersebut agar dapat dilihat oleh masyarakat secara lebih luas. Karena jika *event* seperti itu hanya dipromosikan melalui media lokal tidak akan memberikan *effect* yang besar karena ruang lingkup dari media lokal hanya berskala kecil tidak seperti media nasional yang berskala lebih besar. Hal ini harus menjadi perhatian Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di masa mendatang untuk memaksimalkan promosi yang dijalankan.

Hal lain yang menjadi perhatian dalam strategi promosi yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, yaitu kurangnya keterlibatan pihak swasta dalam promosi yang dilakukan. Sehingga dalam membantu proses promosi paksa menjadi daerah otonomi baru, menjadi semakin berat. Jika dalam promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dapat mengoptimalkan pihak swasta maka dapat mempermudah tugas berat dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Dan kemungkinan promosi yang dijalankan dapat menjadi lebih maksimal karena pihak swasta biasanya lebih teliti dan maksimal dalam menjalankan suatu kegiatan kerjasama kerja dan juga lebih profesional

9. Tahap Evaluasi

Kegiatan evaluasi program dilaksanakan dalam dua tahap yaitu :

- a. Secara internal sistem pelaporan yang akan dilakukan adalah sistem penjenjangan yaitu kepala seksi akan melaporkan kegiatan setiap triwulan kepada Kepala Bidang Pemasaran dan Kepala Bidang Pemasaran akan melaporkan kegiatannya Kepada Kepala Dinas Setiap Semesternya.
- b. Secara external Dinas Pariwisata dan Kebudayaan akan membuat laporan pelaksanaan kegiatan sesuai dengan permintaan dari pemerintah daerah berupa laporan bulanan, triwulan, semesteran, tahunan, Lakip dan Laporan pertanggungjawaban Bupati bidang Pariwisata dan Kebudayaan. (LPJ BUPATI)

Kegiatan evaluasi dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Sebenarnya sudah cukup baik. Setiap berakhir satu kegiatan Kelapa seksi melaporkan kepada bidang dalam bentuk laporan singkat kegiatan yang nantinya laporan – laporan dari setiap seksi akan disatukan dan dilaporkan kepada Dinas untuk kemudian diteruskan pada Bupati Bolaang Mongondow Selatan. Akan tetapi dari pengamatan peneliti hal ini belum maksimal harusnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan melakukan evaluasi program promosi yang dilakukan terhadap target audiens agar dapat diketahui program apa yang paling berhasil dilakukan sebagai acuan pada promosi yang dilakukan berikutnya. Tahap evaluasi

pelaksana tapi juga dilakukan pada target audiens yang dituju agar nanti promosi yang berikutnya dapat berjalan lebih maksimal.