

PERAN MASYARAKAT DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI WISATA PULAU MAITARA KOTA TIDORE KEPULAUAN

Oleh :

Asriyani Udin

Julius L.K. Randang

Edmon R. Kalesaran

Email : asryniudin@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran masyarakat dalam mempromosikan destinasi wisata Pulau Maitara Kota Tidore Kepulauan. Salah satu destinasi yang ada di Kota Tidore Kepulauan adalah Pulau Maitara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan jumlah informan sebanyak 10 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran masyarakat dalam mempromosikan destinasi wisata Pulau Maitara sangat berperan penting seperti fokus penelitian yaitu : 1. *Attention* (perhatian) : untuk menarik perhatian wisatawan biasanya dilakukan promosi melalui festival-festival dan melalui media sosial. 2. *Interest* (ketertarikan) : dari informasi yang didapatkan maka wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Pulau Maitara. 3. *Desire* (keinginan) : wisatawan berkeinginan untuk berkunjung ke Pulau Maitara selain melihat destinasi wisata juga melihat keunggulan serta kebudayaan yang masih terjaga sampai saat ini. 4. *Decision* (keputusan) : dari informasi yang didapatkan menimbulkan rasa penasaran, ingin mengetahui lebih jauh sehingga mereka memutuskan untuk berkunjung ke Pulau Maitara. 5. *Action* (tindakan) : tindakan yang dilakukan adalah berkunjung ke Pulau Maitara walaupun tidak semua destinasi bisa dikunjungi tetapi harapannya agar masyarakat lebih meningkatkan bentuk promosi dan memperhatikan sarana prasarana pendukung pariwisata.

Kata Kunci : Peran, Promosi, Destinasi wisata



Abstract

This research aims to determine the role of the community in promoting the tourist destinations of Maitara Island, Tidore Islands City. One of the destinations in Tidore Islands City is Maitara Island. This study uses qualitative research methods with data collection techniques namely observation, interviews, and documentation with a total of 10 informants. The results of this study indicate that the role of the community in promoting the tourist destination of Maitara Island plays an important role as the focus of the research, namely: 1. Attention : to attract the attention of tourists is usually carried out promotions through festivals and through social media. 2. Interest : from the information obtained, tourists are interested in visiting Maitara Island. 3. Desire : tourists intending to visit Maitara Island in addition to seeing tourist destinations also see the excellence and culture that is still maintained today. 4. Decision : from the information obtained raises curiosity, want to find out more so they decided to visit Maitara Island. 5. Action: the action taken is a visit to Maitara Island, although not all destinations can be visited, it is hoped that the community will increase the form of promotion and pay attention to the supporting infrastructure of tourism.

Keywords: Role, Promotion, Travel Destinations

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata secara umum dapat dikatakan sebagai suatu kegiatan untuk melakukan perjalanan dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan atau kepuasan dan bisa jadi untuk mengetahui sesuatu. Pariwisata disini lain memiliki arti yang luas, yaitu perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha



mencari keseimbangan atau keserasian dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan lain sebagainya.

Pulau Maitara merupakan salah satu pulau yang berada di Kota Tidore Kepulauan Provinsi Maluku Utara. Pulau Maitara terletak diantara Pulau Tidore dan Pulau Ternate yang luas wilayah $\pm 2,821$ km². Pulau ini memiliki pantai yang dikelilingi pasir putih dan keindahan alam bawah lautnya yang bisa dijadikan tempat untuk *diving* maupun *snorkeling*.

Masyarakat sebagai pendukung kegiatan pariwisata dapat membantu pemerintah memperkenalkan atau mempromosikan destinasi wisata Pulau Maitara. Akan tetapi, kurangnya partisipasi dari masyarakat dalam mempromosikan destinasi wisata Pulau Maitara sehingga masih banyak wisatawan, baik wisatawan lokal maupun internasional yang belum mengetahui destinasi wisata yang ada di Pulau Maitara.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana peran masyarakat dalam mempromosikan destinasi wisata Pulau Maitara Kota Tidore Kepulauan?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana peran masyarakat dalam mempromosikan destinasi wisata Pulau Maitara Kota Tidore Kepulauan.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis diharapkan dapat menambah masukan bagi pembaca pada kajian ilmu komunikasi khususnya kerja humas.

2. Secara Praktis

Secara praktis diharapkan penelitian ini menjadi evaluasi atau masukan terhadap masyarakat desa dalam upaya mempromosikan destinasi wisata yang ada di Pulau Maitara tersebut.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Peran

Peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan (Soerjono Soekanto, 2002 : 243)

B. Pengertian Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi (dari bahasa Inggris "communication") secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicates*, dan perkataan ini bersumber pada *communis*. Dalam kata *communis* ini memiliki makna "berbagi" atau "menjadi milik bersama" yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebesamaan atau kesamaan makna.

C. Pengertian Promosi

Promosi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan komunikasi kepada pelanggan, bahkan promosi merupakan ujung tombak keberhasilan kegiatan bisnis. Griffin dan Ebert (2007) (dalam Rismi dan Doni 2014 : 237) menyatakan bahwa promosi merupakan teknik apapun yang dirancang untuk menjual suatu produk. Sementara Lamb Hair McDaniel (2000) (dalam Rismi dan Doni, 2014 : 237) menyatakan bahwa promosi adalah komunikasi yang dilaksanakan oleh pemasar untuk menginformasikan, mengajak, dan mengingatkan pembeli potensial dari suatu produk, yang ditujukan untuk mempengaruhi atau menimbulkan sebuah tanggapan.

D. Promosi Pariwisata

Menurut Sunaryo (2013 : 177) aktivitas promosi kepariwisataan secara prinsip merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi penyelenggara pariwisata (destinasi) yang berusaha mempengaruhi khalayak atau pasar wisatawan yang merupakan tumpuan atau sasaran dari penjualan produk wisatanya.

E. Destinasi Wisata

Menurut Undang-Undang Kepariwisata No. 10. Tahun 2009 (pasal 1 ayat 6) menyatakan bahwa daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau

lebih wilayah administratif fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya pariwisata.

F. Teori AIDDA

- a. *Attention* (perhatian). Tahapan pertama ini bermaksud bahwa komunikasi hendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian. Dalam arti hubungan ini komunikator harus menimbulkan daya tarik.
- b. *Interest* (ketertarikan). Minat yang tercipta setelah adanya kesan yang diciptakan dari promosi, calon wisatawan akan tertarik untuk memilih objek wisata.
- c. *Desire* (keinginan). Setelah adanya ketertarikan pada calon wisatawan, selanjutnya akan terbesit dari pikiran mereka untuk memiliki atau berkeinginan untuk berkunjung ke daerah wisata tersebut atau untuk mengetahui lebih jauh.
- d. *Decision* (keputusan). Pada tahap ini keinginan yang ada pada komunikator bagi komunikator belum berarti apa-apa sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan
- e. *Action* (tindakan). Promosi belum dapat dikatakan berhasil sebelum calon wisatawan mengadakan tindakan untuk datang ke objek wisata atau keputusan untuk mengunjungi wisata tersebut.

III. METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi tempat penelitian adalah Pulau Maitara. Pulau Maitara adalah sebuah pulau yang secara administratif berada di Kecamatan Tidore Utara Kota Tidore Kepulauan Maluku Utara. Penelitian ini diperkirakan membutuhkan waktu kurang lebih 2 bulan dari bulan Januari sampai Februari 2020.

B. Metode Kualitatif

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrument kunci, teknik pengumpulan data

dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2016 : 9)

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan teori yang digunakan, maka yang menjadi fokus penelitian sesuai dengan kajian peran masyarakat dalam mempromosikan destinasi wisata pulau maitara yaitu penjabaran dari Teori AIDDA sebagai berikut :

1. *Attention* (perhatian)
2. *Interest* (ketertarikan)
3. *Desire* (keinginan)
4. *Decision* (keputusan)
5. *Action* (tindakan)

D. Informan Penelitian

Yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah 10 orang yaitu Camat Tidore Utara, Kepala Desa Maitara, Kepala Desa Maitara Utara, Kepala Desa Maitara Tengah, Kepala Desa Maitara Selatan, masyarakat Pulau Maitara, dan wisatawan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Dokumentasi

F. Teknik Analisis Data

- a. Reduksi data (*data reduction*)
- b. Penyajian data (*data display*)
- c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pulau Maitara Kota Tidore Kepulauan

1. Sejarah Singkat Pulau Maitara

Maitara pada awalnya merupakan anak dusun dari Desa Rum, melalui gerakan perjuangan yang dimotori oleh Salahudin Bin Jalal yang didukung oleh Tokoh Agama, Tokoh Adat, Tokoh Masyarakat, dan Tokoh Pemuda saat itu untuk memperjuangkan Maitara menjadi desa yang berdiri sendiri lepas dari Desa Rum (sekarang sudah menjadi Kelurahan Rum). Alasan pemisahan dari Desa Rum adalah untuk memperkecil rentang kendali mengingat jarak antara Desa Rum dan Pulau Maitara secara geografis tidak dalam satu daratan karena di pisahkan oleh lautan sehingga dalam segala urusan yang terkait dengan pemerintahan, pembangunan, kemasyarakatan, dan keagamaan merupakan masalah besar bagi warga Pulau Maitara pada saat itu. Secara administratif 4 desa di Pulau Maitara termasuk dalam wilayah Kecamatan Tidore Utara Kota Tidore Kepulauan. Terdapat batas wilayah Pulau Maitara sebagai berikut :

- Sebelah Timur berbatasan dengan Pulau Tidore
- Sebelah Utara berbatasan dengan Pulau Ternate
- Sebelah Utara berbatasan dengan Laut Maluku
- Sebelah Barat Berbatasan dengan Laut Maluku

2. Kearifan Lokal Masyarakat Pulau Maitara

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tidore Kepulauan mengidentifikasi berbagai kearifan lokal yang ada pada masyarakat Pulau Maitara yang berpotensi menjadi daya tarik pariwisata. Kearifan lokal tersebut meliputi : kegiatan mengolah tanaman tahunan cengkeh, pala, dan kelapa, kegiatan nelayan menangkap ikan, pembuatan perahu kapal, pengasapan ikan cakalang, pembuatan keripik sukun, tarian soya-soya, tarian cakalele,

tarekat badabus. Pulau Maitara terdapat tradisi dan kebudayaan yang merupakan kearifan lokal masyarakat Pulau Maitara yaitu *Ito Oti Se Hadola Oti* (melepaskan perahu dan menjemput perahu) dan *Salai Jin* (upacara dan ritual ada sukuran dan tolak bala).

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. *Attention* (perhatian).

Proses tahapan pertama ini bermaksud bahwa komunikasi hendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian dalam arti hubungan dengan komunikator harus menimbulkan daya tarik. Dengan adanya ketertarikan calon wisatawan, maka akan tercipta suatu kesan (*image*). Dalam penelitian ini yaitu adanya ketertarikan atau perhatian dari para wisatawan yang akan mengunjungi destinasi wisata. Menimbulkan perhatian pelanggan berarti sebuah pesan harus dapat menimbulkan perhatian baik dalam bentuk media maupun disampaikan secara langsung. Perhatian itu bertujuan kepada calon konsumen yang dijadikan target sasaran. Hal tersebut dapat dikemukakan lewat tulisan dan gambar, serta perkataan yang menarik atau mudah diingat, dan mempunyai karakteristik tersendiri. Pesan yang menarik perhatian merupakan suatu langkah awal yang baik dimana pesan tersebut akan dikenal dan diketahui oleh konsumen atau calon wisatawan. Proses tersebut bisa dikatakan sebagai proses *awareness* / kesadaran akan adanya produk yang disampaikan ke konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, bentuk promosi yang biasanya dilakukan untuk menarik perhatian calon wisatawan adalah melalui festival, media social *facebook, instagram, whatsapp, youtube*, media cetak seperti *Malutpost* dan *Nusantara Timur* serta disampaikan dari mulut ke mulut atau secara langsung tentang destinasi wisata serta keunggulan-keunggulan dan kebudayaan yang ada di Pulau Maitara.

2. *Interest* (ketertarikan)

Minat yang tercipta setelah adanya kesan yang diciptakan melalui promosi, calon wisatawan akan tertarik untuk memilih destinasi wisata yang mereka inginkan. Tertarik berarti pesan yang disampaikan menimbulkan perasaan ingin tahu, ingin mengamati, ingin mendengar, dan ingin melihat lebih saksama. Hal tersebut terjadi karena adanya minat yang menarik perhatian calon wisatawan akan pesan yang ditunjukkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, menciptakan komunikasi yang baik, membangun citra karena membangun citra yang baik akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan wisatawan tertarik dengan isi pesan yang disampaikan tentang destinasi wisata yang ada di Pulau Maitara melalui media social, media cetak, maupun secara langsung. Pesan yang disampaikan selain destinasi wisata yang ada di Pulau Maitara terdapat juga keunggulan serta kebudayaannya.

3. *Desire* (keinginan)

Setelah adanya ketertarikan dalam benak calon wisatawan, selanjutnya akan terbesit dari pikiran mereka untuk memiliki atau berkeinginan untuk berkunjung ke daerah wisata tersebut untuk mengetahui lebih jauh. Dalam hal ini keinginan untuk berkunjung ke Pulau Maitara berdasarkan ketertarikan dari bentuk promosi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, kesadaran dari masyarakat pentingnya melakukan promosi sehingga destinasi wisata Pulau Maitara dapat dikenal lebih jauh. Selain itu perlu memperhatikan fasilitas pendukung kegiatan pariwisata yang nantinya dapat meningkatkan jumlah wisatawan. Setelah mendapatkan informasi tentang destinasi wisata Pulau Maitara tidak hanya sebatas tertarik tetapi wisatawan juga berkeinginan untuk mengunjungi Pulau Maitara untuk melihat dan mengetahui apa saja yang mereka dapatkan melalui media social, media cetak, maupun dari mulut ke mulut.

4. *Decision* (keputusan)

Tahap keempat ini keinginan yang ada pada komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan. Keputusan yang diambil oleh komunikan setelah melihat ataupun mendapatkan informasi yang dipromosikan oleh masyarakat Pulau Maitara. Keputusan yang diambil oleh komunikan setelah melihat ataupun mendapatkan informasi yang ada dalam promosi akan menimbulkan pengaruh terhadap pengembangan pariwisata.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, meningkatkan kerjasama antara masyarakat dan pemerintah setempat, memperhatikan fasilitas pendukung kegiatan pariwisata, dan juga memperhatikan faktor lingkungan karena hal tersebut dapat berpengaruh terhadap perkembangan destinasi wisata. Dan juga perlu memperhatikan akses untuk menjangkau berbagai destinasi yang ada di Pulau Maitara sehingga dapat mempermudah wisatawan untuk berkunjung. Keputusan yang mereka ambil setelah mendapatkan informasi tentang destinasi wisata Pulau Maitara adalah mencari waktu yang tepat untuk berkunjung ke Pulau Maitara melihat berbagai destinasi, keunggulan, serta kebudayaan yang mereka dapatkan melalui media social, media cetak maupun dari mulut ke mulut.

5. *Action* (tindakan)

Promosi belum dapat dikatakan berhasil sebelum calon wisatawan melakukan tindakan untuk berkunjung ke destinasi wisata atau keputusan untuk mengunjungi wisata tersebut. Dalam hal ini komunikator berharap

komunikasikan dapat mengunjungi destinasi wisata Pulau Maitara. Tindakan terjadi dengan adanya keinginan kuat konsumen sehingga terjadi pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, tindakan yang wisatawan lakukan setelah mendapatkan informasi tentang destinasi wisata Pulau Maitara adalah berkunjung ke Pulau Maitara melihat berbagai destinasi wisata yang ada, keunggulan-keunggulan dan kebudayaan, walaupun tidak semua destinasi wisata bisa dikunjungi. Bentuk promosi dari masyarakat setempat lebih ditingkatkan lagi dan perlu diperhatikan sarana dan prasarana pendukung pariwisata. Jadi kami mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam mempromosikan destinasi wisata yang ada di Pulau Maitara dan juga sama-sama menjaga fasilitas pendukung kegiatan pariwisata sehingga meningkatnya jumlah wisatawan maka dapat meningkatkan pendapatan daerah maupun masyarakat setempat.

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Peran Masyarakat Dalam Mempromosikan Destinasi Wisata Pulau Maitara Kota Tidore Kepulauan” maka dapat disimpulkan :

1. Untuk menarik perhatian calon wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata Pulau Maitara ada dilakukan promosi. Promosi yang dilakukan melalui festival dan melalui media sosial maupun media cetak.
2. Menciptakan komunikasi yang baik, membangun citra karena membangun citra yang baik akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Pulau Maitara selain melihat destinasi wisata yang tersebar di Pulau Maitara juga melihat keunggulan dan kebudayaan-kebudayaan yang ditampilkan.
3. Kesadaran dari masyarakat pentingnya melakukan promosi sehingga destinasi wisata Pulau Maitara agar dapat dikenal lebih jauh. Selain itu perlu

memperhatikan fasilitas pendukung kegiatan pariwisata yang nantinya dapat meningkatkan jumlah wisatawan.

4. Dari informasi yang di dapatkan menimbulkan rasa penasaran dan ingin mengetahui lebih jauh sehingga para wisatawan akan berkunjung ke Pulau Maitara.
5. Tindakan yang dilakukan wisatawan adalah berkunjung ke Pulau Maitara melihat destinasi wisata yang didominasi oleh pantai yang masih bersih dan terjaga walaupun tidak semua destinasi bisa dikunjungi tetapi harapan mereka agar masyarakat setempat lebih meningkatkan bentuk promosi dan memperhatikan fasilitas pendukung pariwisata.

B. Saran

Hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka mendapatkan beberapa saran sebagai berikut :

1. Diharapkan agar masyarakat setempat lebih menyadari pentingnya promosi destinasi wisata yang dimiliki.
2. Diharapkan Pemerintah daerah terus mendukung masyarakat dalam mempromosikan destinasi wisata Pulau Maitara agar dapat mencapai target yang diinginkan dan diharapkan.
3. Diharapkan kegiatan promosi dapat dilakukan secara terus menerus, memperhatikan isi pesan dan bentuk promosi sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan.
4. Diharapkan pemerintah maupun masyarakat setempat lebih memperhatikan sarana dan prasarana agar dapat mendukung keamanan, kenyamanan, dan kebersihan agar dapat memberikan kesan yang positif bagi wisatawan yang datang berkunjung.
5. Diharapkan masyarakat maupun pemerintah setempat membuat kegiatan diluar festival maupun hari-hari besar agar jumlah kunjungan wisatawan bisa meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Kader. 2019. *Mengembangkan Kearifan Lokal Masyarakat Maitara Sebagai Objek Wisata Unggulan Kota Tidore Kepulauan*. FISPOL Universitas Muhammadiyah Maluku Utara
- Anonim. 2016. *Pembuatan Masterplan Kawasan Maitara Kota Tidore Kepulauan*. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication) : Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Daryanto, Rahardjo, Muljo. 2016. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Gava Media
- Ghony M. Djunaidi, dan Faujan Almanshur. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Hanidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang
- Moleong, L. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Jakarta: Remaja Rosdakarya
- Ngalimun. 2017. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Nyoman, Budiarta. 2011. *Ekonomi Transportasi Model Penentuan Lokasi Pelabuhan Berbasis Sektor Pariwisata*. Udayana University Press
- Soekanto, Soerjono. 2002. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta : Gava Media



