

PENTINGNYA PROMOSI KOMUNIKASI PENGELOLA DALAM MENINGKATKAN WISATAWAN DANAU LINOW DI KOTA TOMOHOHON

Michelle Claudia Tutuhatonewa
Norma N. Mewengkang
Stefie H. Harilama
michelle.tutuhatonewa@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini adalah untuk mengetahui promosi komunikasi pengelola Danau Linow dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Danau Linow. Potensi yang dimiliki Danau Linow sangat menarik perhatian wisatawan domestik dan mancanegara sehingga merupakan satu hal yang sangat penting bagi pengelola untuk menyusun strategi dengan tujuan dapat meningkatkan wisatawan Danau Linow.. Apalagi penerbangan internasional sudah secara langsung ke Bandara Sam Ratulangi. Sehingga untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Danau Linow, pengelola harus melakukan berbagai strategi agar kunjungan dapat meningkat dan berkembang. Teori yang digunakan adalah *Teori Komunikasi Bauran Promosi*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan informan berjumlah 4 orang yang merupakan pemilik Danau Linow, pegawai Dinas Pariwisata Kota Tomohon, Aparat Desa Lahendong dan Wisatawan yang berkunjung di Danau Linow. Hasil penelitian menemukan bahwa strategi yang dilakukan oleh pengelola Danau Linow melalui keempat elemen bauran promosi yaitu *Periklanan, Penjualan, Promosi dan Publisitas*. Walaupun masih ada kendala-kendala yang dihadapi namun pengelola Danau Linow sudah mampu meningkatkan kunjungan wisatawan dengan memanfaatkan perkembangan IPTEK dan mampu melihat peluang dan ancaman dari setiap strategi yang direncanakan untuk kemudian dievaluasi. Dari keempat elemen bauran promosi yang dilakukan oleh pengelola Danau Linow yang paling menonjol dalam meningkatkan kunjungan yaitu kegiatan Promosi dalam berbagai even-even yang diselenggarakan dimana sudah bertaraf internasional.

Kata kunci: Strategi, Promosi, Kunjungan Wisatawan

1. PENDAHULUAN

Indonesia begitu luas sehingga banyak terdapat tempat-tempat terpencil yang menyimpan keindahan alam, namun banyak masyarakat yang tidak mengetahui bahwa akses menuju ke tempat wisata tersebut ternyata mudah. Salah satunya Sulawesi Utara yang merupakan salah satu surga bagi wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Sulawesi Utara menyimpan potensi wisata bahari dan pantai yang sangat beragam. Salah satu pantai yang di kenal oleh wisatawan adalah Bunaken. Bunaken memiliki pesona keindahan dalam laut yang sudah di akui oleh wisatawan dalam negeri bahkan luar negeri. Tapi Bunaken hanyalah satu dari sekian destinasi wisata di Sulawesi Utara yang mempesona. Masih banyak tempat wisata lainnya yang belum dikenal oleh wisatawan, wisata Kota Bunga salah satunya. Kota Tomohon atau yang sering di sapa Kota Bunga merupakan salah satu kota yang masuk di wilayah administratif Provinsi Sulawesi Utara, yang menyimpan sejumlah keindahan alam di dalamnya. Keanekaragaman jenis bunga yang tumbuh dan dibudayakan di kota Tomohon sudah sangat terkenal bahkan hingga ke beberapa negara sahabat di mancanegara. Masyarakat Tomohon turut berperan serta dalam mengembangkan keanekaragaman jenis bunga agar menjadi daya tarik bagi wisatawan. Selain itu dengan adanya bunga sebagai ikon, warga kota Tomohon juga turut serta mengembangkan potensi ekonomi kreatif bagi masyarakat setempat. Pemerintah pun memberikan dukungan langsung demi

mengembangkan potensi wisata melalui bunga yang menjadi ikon di kota Tomohon. Sejak tahun 2008 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bekerjasama dengan berbagai pihak menggelar acara bertajuk *Tomohon International Flower Festival (TIFF)*. Awal di selenggarakannya pada tahun 2008 acara ini hanya memenuhi skala nasional saja, selanjutnya pada tahun 2010 acara ini dikembangkan dengan skala yang lebih luas dengan taraf internasional.

Berawal dari *TIFF* yang di selenggarakan oleh Pemerintah Tomohon, tempat-tempat wisata di Kota Tomohon lainnya mulai di kenal dan di kunjungi para wisatawan, salah satunya adalah Danau Linow. Danau Linow terletak di Desa Lahendong, Kecamatan Tomohon Selatan, Kota Tomohon, Sulawesi Utara. Linow berasal dari kata Lilinowan yang artinya tempat berkumpul air. Kata itu di ambil dari bahasa Tombulu atau bahasa dari salah satu etnis di Minahasa. Area danau ini mempunyai luas sekitar 34 Ha dan berkedalaman sekitar 5 meter. Selain panorama keindahan danau, danau ini juga memiliki karakteristik unik yang alami seperti warna danau yang mudah sekali berubah-ubah sehingga di sebut juga danau tiga warna. Dari ketinggian bukit, warna danau bisa berubah dari hijau, toska dan kebiruan. Hal ini di sebabkan oleh salah satu sisi danau terhubung langsung dengan sumber air yang mengandung belerang dan mengalir ke dalam danau. Penyebab lainnya karena pembiasan cahaya dan pantulan dari vegetasi di sekitar danau.

Menurut cerita turun-temurun di wilayah itu, danau ini dulunya kawah

namun setelah proses alam ribuan tahun lalu berubah menjadi danau. Keunikan buatan yang ada yaitu di tepi Danau Linow disediakan coffee cafe dan gazebo untuk tempat makan dan minum bagi para pengunjung sambil menikmati pemandangan danau yang indah. Keunikan buatan lainnya antara lain adalah tersedia pondok, restoran, serta sarana olahraga seperti kayak, kano dan sepeda air. Di lihat dari data kunjungan wisatawan Pemerintah Kota Tomohon pengunjung Danau Linow masih terbilang sedikit di bandingkan dengan pengunjung tempat wisata lain yang berada di sekitar Kota Tomohon, salah satunya adalah Bukit Doa Mahawu. Dari segi wisata Bukit Doa lebih menarik dibandingkan dengan Danau Linow karena selain menjadi tempat wisata, Bukit Doa juga bisa digunakan sebagai tempat rekreasi, wisata rohani, outbond, tempat berolahraga dan lain-lain.

Bukit Doa juga memiliki banyak tempat menarik untuk photo session serta di dukung dengan fasilitas yang memadai. Setiap tempat wisata pasti memiliki keindahan, keunikan dan daya tarik tersendiri di mata para pengunjung. Seperti halnya Danau Linow memiliki keindahan dan keunikan utama yaitu danau tiga warna, serta potensi alam yang di milikinya, menjadikan Danau Linow sebagai salah satu destinasi wisata terbaik di Sulawesi Utara. Akan tetapi, dikarenakan ketidaktahuan masyarakat terhadap potensi alam Danau Linow, menyebabkan pengunjung Danau Linow masih sedikit dibanding dengan tempat wisata lainnya yang berada di wilayah Sulawesi Utara, khususnya di kota Tomohon. Hal ini di karenakan tidak adanya promosi dari pengelola

terhadap tempat wisata ini. Selain itu, sistemnya pun tidak begitu terealisasi dengan baik sehingga menyebabkan kurangnya perhatian terhadap tempat wisata ini. Sejauh ini Danau Linow sudah terdaftar sebagai salah satu tempat wisata terbaik di Sulawesi Utara, hanya saja mekanisme pengelolaannya kurang maksimal sehingga masih terkebelakang dari segi informasi. Berdasarkan uraian di atas dengan melihat fokus permasalahannya, maka penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian dengan judul **“Pentingnya Promosi Komunikasi Pengelola dalam Meningkatkan Wisatawan Danau Linow di Kota Tomohon”**.

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumbangan ilmiah bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran serta masukan bagi pemerintah kota sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam upaya peningkatan strategi promosi dan pemasaran tempat wisata.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Istilah komunikasi secara etimologis, menurut Wilbur Schramm berasal dari Bahasa Latin *“communication”* (pemberitahuan, pemberian bagian, pertukaran, ikut ambil bagian, pergaulan, persatuan, peran serta atau kerja sama). Asal katanya sendiri dari kata *“communis”* yang berarti *“common”* (bersifat umum, sama atau bersama-sama, membagi). Sedangkan kata kerjanya *“communicare”* yang berarti berdialog,

berunding atau bermusyawarah. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang di sampaikan oleh komunikator dan di terima oleh komunikan (Rosmawati, 2010:14). Menurut Aristoteles komunikasi adalah alat dimana warga masyarakat dapat berpartisipasi dalam demokrasi (Acosta, 2002:21). Menurut Lasswel dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Cangara, 1998:19), “komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan akibat apa atau hasil apa (*Who Says what, In which channel, To whom, With what effect*)”. Komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang atau beberapa kelompok, organisasi dan masyarakat menciptakan dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu, seperti inilah cara yang di sebut komunikasi dengan bahasa nonverbal.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pengertian metode kualitatif yaitu menekankan quality atau hal terpenting suatu barang atau jasa yang berupa fenomena, kejadian dan gejala sosial (Ghony, 2012:25). Hasil penelitian yang didapatkan lebih

berkenaan dengan interpretasi data yang diperoleh dilapangan. Penelitian ini dilakukan pada obyek wisata Danau Linow yang berlokasi di Kelurahan Lahendong, Kecamatan Tomohon Selatan, Kota Tomohon, Provinsi Sulawesi Utara. Penelitian ini dilakukan selama 3 (tiga) bulan pada bulan Juni hingga bulan September tahun 2018. Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Dalam hal ini yang menjadi informan penelitian adalah Pengelola Danau Linow, Dinas Pariwisata Kota Tomohon, Aparat Desa dan Wisatawan yang berkunjung ke Danau Linow.

4. PEMBAHASAN

Strategi dalam Kegiatan Promosi Wisata Danau Linow

Danau Linow memiliki keunikan dan keistimewaan tersendiri di banding tempat-tempat wisata lainnya. Warna danau yang berubah-ubah serta panorama yang memanjakan mata para pengunjung membuat Danau Linow menjadi salah satu tempat wisata istimewa di Provinsi Sulawesi Utara. Oleh sebab itu, pengelola Danau Linow melakukan berbagai langkah promosi wisata. Sebelum melakukan strategi promosi, mereka melakukan beberapa analisa terlebih dahulu kemudian menyusun rencana strategi dan rencana kerja. Selanjutnya mereka membagi tugas-tugas kepada seluruh karyawan sesuai dengan hasil rapat. Hal ini di lakukan agar proses promosi wisata bisa berlangsung optimal.

Dari informasi di atas di ketahui bahwa pengelola Danau Linow berusaha melakukan perencanaan

promosi wisata dengan sangat seksama dan cermat. Hal ini di buktikan, sebelum melakukan kegiatan promosi, pihaknya melakukan beberapa analisa terlebih dahulu. Tujuannya agar ketika pelaksanaan kegiatan tidak di dapati hal-hal yang keliru yang dapat membuat proses perencanaan terhambat. Lewat analisa tersebut barulah di susun sebuah perencanaan promosi. Pengelola Danau Linow juga berusaha professional dalam membagi tugas-tugas promosi wisata ke para pegawai agar promosi dapat berhasil dengan cepat dan maksimal. Salah satu strategi promosi yang mereka lakukan adalah memanfaatkan media sebagai salah satu strategi promosi wisata kami. Harapannya dengan beragam media tersebut bisa menjangkau semua orang baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Media yang mereka gunakan di antaranya adalah :

Media Cetak

Media cetak digunakan untuk mencetak brosur, booklet, peta wisata serta informasi dari pihak Danau Linow yang di sampaikan melalui surat kabar.

Media Elektronik

Media elektronik yang digunakan adalah telepon, radio dan internet melalui blog yang memuat informasi seputar Danau Linow.

Promosi dan Pameran Wisata

Promosi dan pameran wisata diadakan melalui kegiatan yang di selenggarakan oleh pemerintah seperti pameran, hari ulang tahun Kota Tomohon, bahkan pemerintah Kota Tomohon telah bekerja sama dengan pemerintah Kota Manado dan kabupaten-kabupaten yang ada di Provinsi Sulawesi Utara.

Berdasarkan informasi di atas dapat di ketahui bahwa Pengelola Danau Linow telah melakukan promosi wisata secara modern. Pihak pengelola telah memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam mendukung tugas dan fungsinya. Hal tersebut tentu lebih efektif dan efisien dilakukan di era globalisasi seperti sekarang ini. Dalam melaksanakan promosi wisata mereka melibatkan semua pihak baik pemerintah, masyarakat, serta kelompok atau organisasi yang ada di Kota Tomohon. Agar dalam bekerja lebih mudah dan maksimal. Mereka tidak bekerja sendiri dalam proses promosi karena keterbatasan yang ada. Dari informasi di atas diketahui bahwa Pengelola Danau Linow tidak bekerja sendiri dalam mempromosikan potensi wisata Danau Linow. Mereka saling bekerja sama dengan berbagai pihak baik organisasi, instansi, lembaga pemerintah maupun swasta.

Peluang dalam Kegiatan Promosi Wisata Danau Linow

Menurut informasi dari hasil wawancara, dalam kegiatan promosi wisata, mereka tidak bekerja sendiri. mereka mendapat dukungan dalam bentuk adanya kerja sama yang baik antara Pemerintah Kota Tomohon, Dinas Pariwisata, organisasi, tour and travel dan masyarakat yang ada di Provinsi Sulawesi Utara lewat kegiatan-kegiatan yang di selenggarakan yang bersangkutan dengan kegiatan pariwisata. Apalagi dengan pengaruh sosial media membuat mereka tidak kesulitan dalam proses promosi. Berdasarkan informasi di atas dukungan yang di dapat pihak pengelola adalah adanya kerjasama satu sama lain. Kerja sama ini dalam

berbagai hal, bisa dalam bentuk pengadaan acara atau kegiatan kota Tomohon atau kota Manado, lewat paket tour perjalanan atau saling mempromosikan potensi wisata yang ada di daerah yang di maksud dengan di dukung oleh kemajuan teknologi dalam bidang media sosial.

Penghambat dalam Kegiatan Promosi Wisata Danau Linow

Meskipun banyak dukungan dalam proses promosi yang mereka adakan, mereka tak luput juga dari yang namanya hambatan. Dalam melaksanakan kegiatan promosi wisata, mereka menemui beberapa hambatan di antaranya adalah belum dapat memaksimalkan promosi wisata secara besar-besaran, di karenakan terbatasnya dana yang dianggarkan. Hal ini yang membuat acara promosi yang dilakukan tidak berlangsung secara meriah. Hal tersebut membuat proses promosi wisata kurang menarik perhatian para wisatawan.

Selain itu, jalan menuju objek wisata belum ditata dan dikelola dengan baik, termasuk belum terpenuhinya sarana dan fasilitas pendukung bagi wisatawan. Hal ini yang kadang membuat para wisatawan domestik maupun mancanegara enggan mengunjungi objek wisata di Danau Linow Tomohon. Apabila sudah mengunjungi mereka enggan berlama-lama karena minimnya sarana dan prasarana. Melalui informasi tersebut diketahui bahwa sarana pendukung pengembangan wisata di Danau Linow Kota Tomohon masih minim. Hal ini bisa dilihat dari sarana infrastruktur jalan menuju objek wisata masih belum semuanya sempurna. Sering di jumpai kerusakan jalan, jalan yang sempit dan mendaki dan jalan

yang tertutup rumput tinggi. Hal ini tentu akan mengurangi kenyamanan para wisatawan selama perjalanan.

Strategi Pengelola dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Jika di lihat dari analisa yang ada, juga lewat hambatan-hambatan yang ditemui, pengelola mengambil kesimpulan bahwa hambatan tersebut dapat mengurangi kenyamanan wisatawan yang datang di Danau Linow. Untuk itu, pengelola membuat strategi yang nantinya akan di realisasi secepat mungkin untuk menghindari hal-hal yang tidak di inginkan lewat berbagai cara di antaranya adalah :

a. Menjaga dan melestarikan lingkungan sekitar dengan melakukan penghijauan bersama masyarakat, pemerintah dan pihak swasta. Strategi ini terkait dengan pemandangan alam yang indah dan sejuk yang ada di sekitar objek wisata Danau Linow, sehingga perlu di kembangkan terus melalui penghijauan dan reboisasi sesuai dengan kaidah konservasi yang ada agar lingkungan fisik sekitar tetap hijau yang menghasilkan udara sejuk serta pemandangan alam yang indah dan asri.

b. Meningkatkan fasilitas pendukung dengan pihak pemerintah dan swasta. Strategi ini terkait dengan paket wisata dan fasilitas pendukung yang ada di objek wisata Danau Linow Tomohon dan strategi pengembangan yang harus dilakukan yaitu membangun tempat penginapan dan beberapa paket wisata yang dibutuhkan oleh wisatawan. Pengembangan fasilitas pendukung yang dimaksud yaitu bekerja sama dengan pihak pemerintah dan swasta yang berkepentingan di objek wisata Danau Linow.

c. Meningkatkan informasi tentang jangkauan dan jarak tempuh melalui teknologi yang ada dan melalui pembicaraan positif dari wisatawan ke orang lain. Strategi ini terkait dengan jarak tempuh yang mudah dijangkau dari pusat Kota Manado sebagai Ibu Kota Provinsi Sulawesi Utara maupun dari Kota Tomohon serta kota-kota lainnya yang ada di Kabupaten Minahasa. Hal ini tentunya memberikan kemudahan untuk lebih banyak wisatawan yang berkunjung di objek wisata Danau Linow, sehingga perlu meningkatkan informasi melalui teknologi yang ada dan melalui informasi positif yang diberikan wisatawan kepada orang lain yang ingin dan akan berkunjung ke objek wisata Danau Linow Tomohon.

d. Mengembangkan atraksi wisata di sektor pariwisata dan melakukan promosi yang berkesinambungan melalui teknologi yang ada. Kurangnya atraksi wisata dan promosi yang belum maksimal mengakibatkan menurunnya jumlah pengunjung yang berwisata di objek wisata Danau Linow Tomohon. Untuk itu diperlukan cara untuk meningkatkan daya tarik melalui atraksi wisata dan melakukan promosi yang berkesinambungan melalui teknologi informasi ke berbagai daerah bahkan sampai keluar negeri untuk meningkatkan jumlah kunjungan yang datang.

e. Memaksimalkan toko souvenir melalui masyarakat sekitar untuk meningkatkan pendapatan. Toko souvenir di objek wisata Danau Linow belum ada sehingga perlu mengadakan toko souvenir melalui hasil kerajinan tangan atau keterampilan dari warga lokal untuk meningkatkan pendapatan

masyarakat, namun juga memberikan kesan tersendiri terhadap wisatawan yang datang berkunjung agar hal tersebut menjadi bagian dari daya tarik wisata bagi wisatawan selanjutnya.

f. Melakukan pelebaran jalan oleh pihak pengelola. Kondisi jalan masuk yang sempit

yaitu mulai dari jalan utama menuju ke objek wisata sehingga perlu melakukan pelebaran jalan dan pengaspalan kembali jalan agar mempermudah arus masuk dan keluar bagi wisatawan yang berkunjung. Kondisi jalan yang baik tentunya memberikan nilai positif bagi masyarakat sekitar maupun wisatawan yang datang sehingga diperlukan kerjasama antara pemerintah dan pengelola dalam hal ini pengusaha industri pariwisata yang ada di objek wisata Danau Linow.

g. Mengurangi harga wisata untuk meningkatkan kunjungan wisata. Strategi ini

dilakukan untuk menekan harga wisata yang relative mahal yaitu sekitar Rp. 25.000 dan retribusi dari pemerintah Kota Tomohon sebesar Rp. 5.000, sehingga jumlah keseluruhan adalah Rp. 30.000/orang. Harga wisata yang mahal tersebut bisa menimbulkan jumlah pengunjung yang mau berwisata di Danau Linow berkurang karena faktor biaya yang relative mahal sehingga perlu melakukan evaluasi dari pihak pengelola objek wisata Danau Linow.

h. Berusaha memelihara dan melestarikan keragaman alam. Strategi ini terkait dengan

fenomena alam yang bisa terjadi di objek wisata sehingga terus bertahan dan berusaha memelihara dan melestarikan lingkungan sekitar

dengan melakukan penghijauan yang berkelanjutan agar tidak mengakibatkan terjadinya pendangkalan danau.

i. Meningkatkan promosi dan fasilitas pendukung. Strategi ini harus dilakukan melalui promosi yang maksimal kepada para wisatawan maupun masyarakat secara umum baik di tingkat regional maupun mancanegara agar tetap menjadi salah satu alternative kunjungan wisata di Sulawesi Utara sehingga perlu mengembangkan fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh para wisatawan.

Hasil uraian di atas menunjukkan bahwa objek wisata Danau Linow Tomohon berada pada posisi yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah progresif, artinya objek wisata Danau Linow Tomohon dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat memungkinkan untuk terus melakukan perluasan, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Objek wisata Danau Linow secara internal memiliki kekuatan untuk menarik kunjungan wisatawan baik lokal maupun domestik. Kekuatan tersebut dapat dilihat pada keindahan objek wisata yang dapat dinikmati oleh pengunjung, kesejukan alami yang dimiliki, keramahan yang diberikan oleh pelayan dan masyarakat sekitar, kebersihan dan kerapian di area objek wisata dan kenyamanan yang dirasakan dalam mengakses lokasi wisata. Meskipun secara internal objek wisata Danau Linow memiliki kekuatan yang dapat menarik kunjungan wisatawan, namun masih terdapat pula kelemahan yang perlu di benahi di antaranya : Masih kurangnya atraksi wisata yang diberikan bagi

pengunjung, minimnya pemasaran objek wisata yang dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi, kurangnya ketersediaan penjualan merchandise, kurang nampaknya petugas keamanan di lokasi area objek wisata, kuliner yang monoton atau kurang variatif bagi pengunjung serta prasarana jalan yang sempit untuk masuk keluar kendaraan ke lokasi objek wisata.

Objek wisata Danau Linow memiliki peluang dalam hal pengembangan dan pengelolaan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Dengan adanya kebijakan pemerintah daerah dan pusat yang berkomitmen untuk mengembangkan objek-objek wisata di setiap daerah yang ada merupakan sebuah peluang bagi pengelola dalam meningkatkan wisatawan yang datang berkunjung serta meningkatkan pendapatan penghasilannya. Apalagi minat masyarakat terhadap dunia pariwisata sedang tinggi. Semakin majunya sebuah objek wisata setidaknya membuka peluang lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Meskipun demikian, terdapat beberapa hal yang perlu diantisipasi oleh pengelola objek wisata maupun pemerintah daerah terhadap ancaman yang dapat mengganggu wisatawan dalam mengunjungi objek wisata Danau Linow. Ancaman tersebut dapat berupa efek bau belerang yang berasal dari danau, yang apabila tidak diberikan batasan bagi pengunjung dapat memberikan ancaman keselamatan bagi pengunjung.

Objek wisata Danau Linow yang berada dekat dengan gunung merapi yang sewaktu-waktu dapat erupsi tentunya mengganggu siklus

kenjungan. Ancaman lainnya ialah berdekatnya objek wisata Danau Linow dengan objek wisata yang ada di daerah sekitar menjadi ancaman keberlangsungan objek wisata dalam hal persaingan jumlah pengunjung. Terdapat empat objek wisata yang bisa kita kunjungi di Danau Linow yaitu D'Linow Café, dengan biaya karcis masuk Rp. 25.000,-/orang, Liberty dengan biaya masuk Rp. 10.000,-/orang, Green Lake dengan biaya masuk Rp. 10.000,-/orang. Dengan semakin banyaknya objek-objek wisata yang ada di sekitar Danau Linow maka jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara semakin bertambah. Semakin baik pengembangan dan pengelolaan objek wisata Danau Linow yang ada, maka semakin banyak pula jumlah wisatawan yang datang mengunjungi objek wisata tersebut. Dengan demikian, semakin banyak jumlah wisatawan yang datang mengunjungi Danau Linow maka semakin meningkat pula pendapatan pihak Danau Linow lewat retribusi masuk.

Pihak pengelola Danau Linow selain melakukan analisa, pengelola juga merumuskan langkah-langkah yang akan ditempuh untuk mengelola potensi yang ada. Promosi merupakan satu paket kesatuan dengan produk, harga dan tempat dalam bauran promosi. Sehingga lewat strategi promosi wisata, pengelola Danau Linow bisa mewujudkan strategi promosi jangka panjang dan jangka pendek lewat apa yang telah di rumuskan. Pengelolaan Danau Linow di kelola oleh individu dan pemerintah. Pihak individu di fokuskan untuk pembentukan image yang baik tentang Danau Linow Tomohon sedangkan

pihak pemerintah sebagai promosi objek wisata. Sebab terbatasnya gerak individu menyebabkan perlu adanya upaya pengembangan wisata dari pihak pemerintah dengan memanfaatkan kekuatan potensi Danau Linow itu sendiri.

Sasaran promosi wisata Danau Linow adalah semua orang, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Tidak hanya itu, sasaran promosi wisata juga ditujukan untuk Pemerintah Kota Tomohon beserta jajarannya. Karena mempunyai peran penting dalam mendukung proses kegiatan promosi wisata Danau Linow sehingga perlu terbangun hubungan komunikasi yang positif. Pentingnya mengetahui pihak-pihak yang menjadi sasaran promosi wisata ini adalah untuk menentukan sikap organisasi dan mempertimbangkan keputusan atau kebijakan yang perlu di ambil agar pencapaian tujuan tidak menemui hambatan yang berarti dan menghasilkan opini publik yang positif tanpa ada pihak yang merasa dirugikan. Untuk dapat memberikan pelayanan dan pengalaman yang baik bagi wisatawan, pihak pengelola Danau Dinow melakukan pembinaan kepada masyarakat, khususnya masyarakat di sekitar objek wisata. Dengan semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung ke objek wisata akan semakin mendorong perekonomian dengan membuka lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar objek wisata. Selain memberikan pembinaan terhadap masyarakat, pihak pengelola juga melakukan kegiatan promosi wisata melalui media promosi.

Media yang digunakan dalam mempromosikan objek wisata adalah

dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan media promosi dan pameran wisata bersama. Dalam menjalankan promosi wisata, pihak pengelola mengalami beberapa kendala yaitu objek wisata belum di tata dan dikelola dengan baik, termasuk belum terpenuhinya sarana dan fasilitas bagi wisatawan seperti belum adanya atransportasi umum ke sejumlah objek wisata dan belum adanya penjaga keamanan di beberapa objek wisata. Kendala lain yang dihadapi adalah belum adanya bagian khusus yang menangani masalah promosi wisata yang khusus menangani masalah anggaran sehingga belum dapat memaksimalkan promosi wisata secara besar-besaran. Oleh karena itu, sebuah organisasi harus membuat perencanaan dengan matang terkait dengan pelaksanaan fungsi sesuai di lingkup bidang kerjanya. Misalnya, dalam hal mempertimbangkan kondisi keuangan maka program kehiatan yang dibuat oleh pengelola harus jelas dan sistematis serta pelaksanaannya di dasarkan pada prioritas kegiatan, termasuk juga dalam program pengembangan pemasarannya. Sehingga dana yang ada dapat teralokasikan secara efisien dan efektif.

Upaya untuk mengatasi hambatan tersebut adalah dengan menjalin kerjasama dengan pemerintah setempat dan swasta. Sedangkan faktor yang mendukung kegiatan promosi wisata adalah dengan adanya kerjasama yang baik antara individu dan kelompok yang termasuk dalam pengelolaan. Oleh karena itu, hal-hal yang mendukung pelaksanaan strategi promosi wisata di harapkan dapat menjadi penentu keberhasilan

pengelola dalam menumbuh dan mengembangkan hubungan baik dengan publiknya.

5. PENUTUP

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Djamarah, Bahri Syaiful. 2004. Pola Komunikasi Orang Tua & Anak dalam Keluarga. Jakarta : PT. Reneka Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2001. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. Human Relations & Public Relations. Bandung : Mandar Maju.
- Ghony, Djunaedi. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jogjakarta : Ar-Ruzz Media.
- Irawan, Koko. 2010. Potensi Obyek Wisata sebagai Daya Tarik Wisata. Yogyakarta : Kertas Karya.
- Kotler dan Armstrong. 2012. Principles Of Marketing. Global Edition. 14 Edition, Pearson Education.
- Mulyana, Deddy. 2010. Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. 2010. Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rosmawati, H.P. 2010. Mengenai Ilmu Komunikasi. Bandung : Widya Padjajaran.
- Rusady, Ruslan. 2004. Public Relation, Edisi Revisi ke-2. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Saladin, Djaslim. 2012. Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Pengendalian dan Unsur-unsur Pemasaran. Bandung : CV. Linda Karya.

Sinaga, Supriono. 2010. Potensi dan Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah. Kerta Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas

Sumatera Utara. Akses 26 November 2013.

Stanton, William. 2003. Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Sadu Sundaru. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

www.wikipedia.com