

**PENTINGNYA *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA INFORMASI  
DESTINASI WISATA DI DINAS KEBUDAYAAN DAN  
PARIWISATA KABUPATEN MINAHASA**

Oleh

**YUNICE ZEVANYA SURENTU**

**Desie M. D. Warouw**

**Meiske Rembang**

Email: [junicezevanyasurentu@gmail.com](mailto:junicezevanyasurentu@gmail.com)

**RINGKASAN**

Komunikasi adalah suatu pertukaran informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan maksud dan tujuan tertentu. *Website* adalah salah satu bentuk komunikasi melalui media massa dengan jaringan internet yang dapat memberikan informasi tertentu serta dapat diakses oleh orang banyak. Peranan *website* dinilai penting dalam pengembangan pembangunan sektor pariwisata terlebih khusus pada objek penelitian di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. Penulis mencoba meneliti bagaimana penggunaan serta perananan *website* sebagai media informasi terhadap peningkatan industri pariwisata di Minahasa melalui pendekatan kualitatif deskriptif yang menggali informasi secara mendalam dan kolektif dari berbagai sumber yang dinilai kompeten memberikan persepsi terkait pentingnya penggunaan *website* ini. Berbagai pertanyaan disusun untuk dapat mencapai tujuan penelitian dengan tepat sasaran melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh selanjutnya direduksi serta diambil setiap pokok pikiran untuk menarik kesimpulan akhir dari penelitian kualitatif ini. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa *wlebsite* sangatlah penting untuk kemajuan pariwisata sebagai media informasi yang menjamin dalam promosi pariwisata di Minahasa. Saat ini

penggunaan *smartphone* telah menjadi bagian dalam perilaku aktifitas sehari-hari masyarakat sehingga setiap orang akan lebih mudah mengakses informasi pariwisata di daerah. Sekalipun begitu penggunaan *website* saat ini dalam objek penelitian dinilai belum maksimal karena masih kurangnya konten didalam *website* yang ada. Diharapkan nanti perlu diadakan pengembangan konten yang lebih banyak dan lebih kreatif untuk menambah fungsi dan manfaatnya dikemudian hari.

**Kata Kunci: Pentingnya Website, Media Informasi, Destinasi Wisata**

***THE IMPORTANCE OF A WEBSITE AS A MEDIA OF INFORMATION ON  
TOURISM DESTINATION IN THE DEPARTMENT OF CULTURE AND TOURISM  
IN MINAHASA DISTRICT***

By:

**YUNICE ZEVANYA SURENTU**

**Desie M. D. Warouw**

**Meiske Rembang**

Email: [junicezevanyasurentu@gmail.com](mailto:junicezevanyasurentu@gmail.com)

**ABSTRACT**

*Communication is an exchange of information made by two or more people with a specific purpose. A website is a form of media communication with a network that provides information and accessible to large audiences. The role of the website is important in the development of the tourism sector especially to research objects in the cultural services and tourism district of minahasa. Writers are trying to examine how the use and application of websites as media information on the increase in the tourist industry in minahasa through descriptive qualitative approaches that delimse deeply and collectively into competent sources provides a perception of the importance of the website's use. Questions are compiled to achieve research objectives accurately through interviews, observation and documentation. The resulting data is reduced and taken from each point of thought to draw the final conclusions of this qualitative study. The results conclude that websites are critical to the progress of tourism asa media guaranteeing the promotion of tourism in minahasa. Today smartphone use has become part of society's daily activity behavior so that everyone will be easy to accessing tourist information in the region. Even if it is the current use of websites in research objects.*

***Keyword: The Importance Of Websites, Information Media, Travel Destinations***

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah suatu pertukaran informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan maksud dan tujuan tertentu. Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang menyampaikan pesan kepada komunikan berjumlah banyak berupa informasi, gagasan dan sikap dengan menggunakan media massa sebagai saluran masal. Media massa merupakan saluran komunikasi massa guna menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak banyak secara luas. Media massa mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, sosial, budaya, ekonomi, politik, dan sebagainya. Yang termasuk media massa adalah surat kabar, majalah, televisi, film, internet. Kini masyarakat telah didominasi oleh media massa. Salah satu jenis media massa yang saat ini sering digunakan adalah internet.

Dengan internet, kita bisa terhubung dengan semua orang dari berbagai belahan dunia dan juga memberikan kemudahan dalam mengakses informasi dan juga mendukung kemudahan orang untuk melakukan perjalanan maka terdapat peluang yang sangat besar bagi pertumbuhan industri pariwisata. Inilah yang menyebabkan industri pariwisata tetap dapat menjadi sektor yang menjanjikan di masa yang akan datang, meskipun industri pariwisata rentan terhadap berbagai isu. Selain itu, industri pariwisata dapat menghasilkan pendapatan yang sangat besar, baik bagi Pemerintah (Pusat dan

Daerah) maupun penduduk setempat. Pengembangan dan pembangunan sektor pariwisata merupakan salah satu sektor atau program andalan bagi pemerintah daerah karena sektor ini memiliki prospek dan peranan yang sangat strategis dalam rangka menunjang keberhasilan pembangunan di daerah yang merupakan ujung tombak pelaksanaan pembangunan nasional. Pariwisata merupakan salah satu cara untuk mengenalkan kabupaten Minahasa kepada masyarakat umum baik nasional maupun internasional. Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Kemudahan dalam pencarian informasi pariwisata suatu negara merupakan faktor yang dominan dalam menentukan jumlah wisatawan yang berkunjung ke negara tersebut. Internet merupakan salah satu media yang saat ini banyak digunakan dalam penyampaian informasi disuatu negara, kota, kantor, daerah maupun sarana pribadi dalam bentuk aplikasi yang kita kenal juga dengan nama *website*.

*Website* adalah salah satu media promosi terpopuler saat ini. *Website* memiliki jangkauan waktu dan ruang yang tak terbatas. Untuk memperoleh *website* sebagai media efektif dalam menyampaikan informasi, diperlukan penerapan strategi tertentu sehingga kegiatan promosi *website* yang dilakukan mencapai hasil yang maksimal. Pemanfaatan koneksi internet sebagai salah satu media informasi yang dapat menjangkau khalayak lebih banyak. Sebagaimana telah diketahui bahwa perkembangan internet sebagai media promosi dan informasi terus berkembang pesat. Hal ini menuntut proses adaptasi yang cepat dalam bidang strategi promosi di internet

melalui *website*, *website* yang baik adalah *website* yang dapat beradaptasi dan siap dengan segala perkembangan internet dimasa mendatang.

Setiap instansi pemerintahan daerah atau kabupaten telah memiliki suatu media penyampaian informasi secara luas. Sejalan dengan itu, peran dan fungsi pemerintah dalam rangka mensosialisasikan kebijakan dan informasi yang cepat sangat mutlak diperlukan, salah satu langkah yang diperlukan adalah dengan membuat suatu portal *website*.

Kehadiran *website* juga di manfaatkan oleh pemerintah kabupaten Minahasa dalam menyampaikan informasi kepada berbagai instansi pemerintahannya melalui situs *websitenya* yaitu [www.minahasa.go.id](http://www.minahasa.go.id). Dalam hal ini khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Minahasa juga menggunakan *website* [www.minahasa.go.id](http://www.minahasa.go.id) sebagai media penyampaian informasi destinasi wisata dan kegiatan kepariwisataan.

Dari pengamatan awal peneliti dalam *website* pemerintah [www.minahasa.go.id](http://www.minahasa.go.id), bahwa informasi tentang destinasi wisata dan kegiatan kepariwisataan tidak *up to date* dan masih banyak objek wisata yang ada di minahasa yang belum di publikasikan, sehingga proses penyampaian informasi menjadi tidak maksimal dan tidak efektif dalam menyajikan kebutuhan akan informasi oleh calon wisatawan yang akan berkunjung di daerah tersebut. Yang jelas proses

keingintahuan terhadap informasi daerah tersebut menjadi tidak maksimal sehingga belum mampu mendorong pelaku bisnis, masyarakat, ataupun calon wisatawan untuk mengetahui lebih jauh hal-hal yang menjadi kepentingan mereka, misalnya mendorong pelaku bisnis untuk berinvestasi di daerah tersebut. Dugaan awal muncul karena ketidaksiapan pihak-pihak dibalik layar yang seharusnya bertanggung jawab terhadap perbaikan, penambahan informasi-informasi tentang destinasi wisata yang ada di daerah tersebut. Padahal apabila disesuaikan dengan salah satu tugas dan fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yaitu mempromosikan pariwisata dan kebudayaan daerah. Kajian selanjutnya bisa diperdalam pada tahapan ilmiah.

Untuk itulah saya sebagai peneliti ingin sekali mendalami tentang bagaimana penggunaan *website* sebagai media penyampaian informasi destinasi wisata bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Minahasa, dan apa pentingnya peran *website* sebagai media informasi terhadap peningkatan pariwisata?

Berdasarkan masalah tersebut, penulis merumuskan judul penelitian ini dengan “Pentingnya *website* sebagai media informasi destinasi wisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di Kabupaten Minahasa”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penggunaan *website* sebagai media informasi destinasi wisata di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa?
2. Apa pentingnya peran *website* sebagai media informasi terhadap peningkatan pariwisata?

## 1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana penggunaan *website* sebagai media informasi destinasi wisata di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa.
2. Untuk mengetahui pentingnya peran *website* sebagai media informasi terhadap peningkatan pariwisata.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, referensi, dan literatur serta dapat memperkaya konsep dan teori tentang pengembangan dalam bidang ilmu komunikasi khususnya mengenai komunikasi media massa, dan mengenai *website* sebagai media informasi,

selain itu, penelitian ini diharapkan juga dapat menambah referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Minahasa agar kedepannya lebih baik lagi dalam memanfaatkan *website* sebagai media informasi dan promosi pariwisata daerah.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

**2.1 Konsep Dasar Komunikasi** Istilah komunikasi berpangkal pada istilah latin, yakni *comunis* yang artinya membuat kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari istilah akar bahasa latinyaitu *communico* yaitumembagi. Kamus Bahasa Indonesia (KBI) adalah sebuah pengiriman dan penerimaan pesan yang dilakukan oleh dua atau lebih orang sehingga pesan itu dapat dipahami. William Goerden (Mulyana,2014;76) menjelaskan bahwa komunikasi dapat didefinisikan sebagai transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan, dan menurut Donald Byker & Loren J. Anderson bahwa komunikasi (manusia) adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih.

### 2.1.1 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi menurut Wiliam I. Gorden yang dikutip dari buku Ilmu Komunikasi

karya Deddy Mulyana. Ada empat fungsi komunikasi, yakni komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental. Fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*) tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi yang dominan.

### 2.1.2 Prinsip-prinsip Komunikasi

Deddy Mulyana mengungkapkan dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Terdapat 12 prinsip komunikasi yakni:

- a. Komunikasi adalah Proses Simbolik.
- b. Setiap Perilaku Mempunyai Potensi Komunikasi.
- c. Komunikasi Punya Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan.
- d. Komunikasi Berlangsung dalam Berbagai Tingkat Kesenjangan.
- e. Komunikasi Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu.
- f. Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi.
- g. Komunikasi Bersifat Sistemik.
- h. Semakin Mirip Latar Belakang Sosial-budaya Semakin Efektiflah Komunikasi.
- i. Komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para peserta komunikasi.
- j. Komunikasi Bersifat Nonkonsekuensial.
- k. Komunikasi Bersifat Prosensual, dinamis, dan Transaksional.

- l. Komunikasi Bersifat *Irreversible*.
- m. Komunikasi Bukan Panacea untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah.

## 2.2 Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bitter (Ardianto, dkk. 2007:3), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large member of people*”.

### 2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Komunikasi massa mempunyai ciri-ciri yang juga dijelaskan oleh Ardianto dkk, dalam buku Komunikasi Massa: Suatu Pengantar yaitu:

1. Komunikator terlembaga.
2. Pesan bersifat umum.
3. Komunikannya anonim dan heterogen.
4. Komunikasi mengutamakan isi ketimbangan hubungan
5. Komunikasi bersifat satu arah.
6. Stimulus alat indra terbatas.
7. Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*).

Komunikasi massa mempunyai ciri – ciri yang juga dijelaskan dalam karya Cangara, yaitu :

1. Sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanis.
2. Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baiknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas.
3. Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas, ia mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan.

### 2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut (Elvinaro, 2007:14-17). Fungsi media massa bisa dibagi menjadi berikut:

1. Pengawasan (*Surveillance*)
2. Penafsiran (*Interpretation*)
3. Pertalian (*Linkage*)
4. Penyebaran Nilai-Nilai (*Transmission of Values*)
5. Hiburan (*Entertainment*)

## 23 Media Massa

Menurut Leksikon Komunikasi, media massa adalah "sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar". Menurut Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film,

radio dan televisi (Cangara, 2010:123,126). Media adalah bentuk jamak dari medium yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu *mass* yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain. Media massa adalah sarana komunikasi massa dimana proses penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (publik) secara serentak. Sebuah media bisa disebut media massa jika memiliki karakteristik tertentu.

## 24 Internet

Internet merupakan singkatan dari *Interconnected Network*. Jika di terjemahkan secara langsung berarti jaringan yang saling terhubung. Internet adalah kumpulan dari komputer yang saling terhubung satu dengan yang lain dalam satu jaringan. Disebut jaringan yang saling terhubung karena internet menghubungkan komputer dan jaringan jaringan komputer di seluruh dunia menjadi jaringan global. Internet ialah sistem komputer umum, yang terhubung secara global dan menggunakan TCP/IP sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*).

Atau dengan kata lain, definisi internet adalah jaringan besar yang saling berhubungan dari jaringan-jaringan komputer yang menghubungkan orang-orang dan komputer-komputer diseluruh dunia, melalui telepon,

satelit dan sistem-sistem komunikasi yang lain. Internet dibentuk oleh jutaan komputer yang terhubung bersama dari seluruh dunia, memberi jalan bagi informasi (mulai dari text, gambar, audio, video, dan lainnya ) untuk dapat dikirim dan dinikmati bersama. Untuk dapat bertukar informasi, digunakan protocol standar yaitu *Transmission Control Protocol* dan internet Protocol yang lebih dikenal sebagai TCP/IP.

## 25 Website

*Website* berasal dari kata *World Wide Web*, yakni layanan yang didapati oleh pemakai komputer yang terhubung dengan jaringan internet. *Website* merupakan aplikasi tertentu yang berjalan di atas *platform* atau *operation system browser*. Dengan demikian *website* yang dimaksud dalam penelitian ini berarti sebuah halaman informasi yang tersedia secara online dan dapat diakses di seluruh dunia selama tersambung dengan jaringan internet. *Website* pada umumnya terdiri dari format teks, gambar, table, grafik, kutipan, video, musik, dan format visual lainnya yang menarik bagi pengunjung *website* tersebut.

Sebuah *website* mempunyai fungsi sebagai berikut:

1. Media Promosi
2. Media Pemasaran
3. Media Pendidikan
4. Media Komunikasi

## 26 Media Informasi

Media merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari komunikator menuju komunikan (Criticos, 1996). Sedangkan pengertian dari informasi secara umum informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang (Gordon B. Davis 1990; 11).

## 27 Destinasi Wisata

Di dalam kamus besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa destinasi merupakan kata benda yang berarti lokasi / tempat tujuan pengiriman. Istilah ini digunakan untuk menyebutkan suatu tempat signifikan yang akan dituju ketika seseorang dalam perjalanan. Pengertian wisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan manusia baik perorangan maupun kelompok untuk mengunjungi destinasi tertentu dengan tujuan rekreasi, mempelajari keunikan daerah wisata, pengembangan diri dan sebagainya dalam waktu yang singkat atau sementara waktu. (UU RI no 10 tahun 2009)

Pengertian Destinasi wisata menurut Daryanto (1997:167) dalam kamus Bahasa Indonesia lengkap destinasi diartikan sebagai "tempat tujuan atau daerah tujuan wisata" sedangkan menurut Hadinoto (1996:15) destinasi wisata merupakan suatu kawasan spesifik yang

dipilih oleh seseorang pengunjung, ia dapat tinggal dalam waktu tertentu.

## **28 Peran dan Fungsi Website Pemerintah**

Kehadiran situs pemerintah daerah dapat menjembatani jarak antara masyarakat maupun calon turis terhadap penyebaran informasi yang ada pada daerah tersebut, dan dapat digunakan untuk menjawab banyak pertanyaan tanpa harus dijelaskan secara langsung oleh pemerintah daerah. Hal ini seiring dengan kesibukan masyarakat yang menuntut segala sesuatu hadir atau tersedia secepat mungkin. Kehadiran situs pemerintah daerahpun dapat digunakan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintahnya bahwa ada kegiatan-kegiatan yang relevan dengan masyarakat dan sesuai kepentingan masyarakat.

Fungsi dan tujuan dari *website* pemerintah adalah antara lain yaitu untuk meningkatkan suatu mutu layanan publik, dengan melalui pemanfaatan sebuah teknologi informasi dan juga sebuah komunikasi dalam suatu proses penyelenggaraan pemerintah daerah supaya dapat terbentuk pemerintahan yang bersih, transparan, dan juga supaya dapat menjawab tuntutan perubahan secara efektif dan efisien.

## **29 Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagaimana mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan dibidang kebudayaan dan dibidang pariwisata

yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang diberikan kepada kabupaten;

- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam melaksanakan tugas sebagaimana menyelenggarakan fungsi:

1. Perumusan kebijakan teknis dibidang kebudayaan dan pariwisata;
2. Pelaksanaan kebijakan teknis dibidang kebudayaan dan pariwisata;
3. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan dibidang kebudayaan dan pariwisata;
4. Pelaksanaan administrasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata;
5. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya.

## **2.10 Teori New Media**

### **2.10.1 Pengertian New Media**

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang World Wide Web (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan

orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat (<http://en.wikipedia.org>).

Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang complex dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media karena media ini adalah sesuatu yang terus berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (*modern media/new media*).

Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut *web 2.0*. (*web two point-oh*), dimana semua menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun kedalam internet. Perkembangan *web 2.0* sebagai platform telah mengubah sifat interaktivitas di *web* dan membuka alam semesta bagi pengguna media. Sedangkan metafora halaman *web 1.0* hanya diperbolehkan untuk mengunduh informasi sejalan dan karena itu tidak berbeda dengan

konsumsi media penyiaran, aplikasi web 2.0 memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen otonom. Blog, Youtube, Wikipedia, Ebay, Flickr, Second Life dan situs jaringan sosial online lainnya seperti memungkinkan pengguna media untuk memiliki pengalaman siaran. Pentingnya *Web 2.0* adalah media siar menghasilkan sebuah konteks hubungan sosial instan nasional atau internasional, ada beberapa cara di mana individu mendapatkan interaksi berharga untuk membuat koneksi global secara nyata. Faktanya bahwa pengguna sekarang dapat bekerja dengan materi media siar sebagai sebuah cara mengembangkan ide pada ruang publik (Littlejohn,2009:686).

Menurut R Cahyo Prabowo mengenai media baru/new media/media online adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara kilat dan juga lebih efisien ringkas memberikan informasi kepada pembaca/khalayaknya. Media baru/ *new media/* media online sangat berbeda jauh dengan media konvensional seperti radio, televisi, media cetak, media massa dan lain-lain. Jangan di sama ratakan dengan media konvensional (<http://media.kompasiana.com>).

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*new media*). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki

kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan (Ruben, 1998:110). Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan image sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara internasional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009: 28-29).

Menurut Septiawan Santana Kurnia dalam bukunya *Jurnalisme Kontemporer*, internet adalah sebuah medium terbaru yang mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu. Apa yang membuat bentuk-bentuk komunikasi berbeda satu sama lain bukanlah penerapan aktualnya, namun perubahan dalam proses komunikasi seperti kecepatan komunikasi, harga komunikasi, persepsi pihak- pihak yang berkomunikasi, kapasitas storage dan fasilitas mengakses informasi, densitas (kepekatan atau kepadatan) dan kekayaan arus-arus informasi, jumlah fungsionalitas atau intelijen yang dapat ditransfer. Jadi menurut Santana, titik esensinya adalah bahwa keunikan internet terletak pada esensinya sebagai sebuah medium (Setyani, 2013:5).

Untuk mengakses Internet, seseorang membutuhkan koneksi Internet dan perangkat keras seperti komputer, PDA, Blackberry dan lain sebagainya. Internet yang dianggap sebagai gabungan dari beberapa bentuk media dan fasilitas email, *website*, *newsgroup*, *e-commerce* dan sebagainya (Lievrouw, 2006:221).

Peneliti komunikasi Carrie Heeter pada tahun 1983 memaparkan dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklarifikasi media, yaitu:

1. Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. Maksudnya adalah berapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi dan waktu yang biasa digunakan untuk mengaksesnya.
2. Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan. Dengan kata lain, bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat media.
3. Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. Maksudnya adalah seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi menanggapi umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat melakukan interaksi dengan

khalayaknya seakan-akan melakukan percakapan langsung.

4. Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat memantau perilaku khalayak dalam menerima pesannya, kemudian menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisis perilaku tersebut.
5. Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak lain. Berdasarkan kriteria ini, siaran televisi memiliki interaktivitas rendah, sedangkan media online memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi.
6. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi (Heeter, 1988:25).

### **BAB III METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian Kualitatif**

Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif.

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat yang menjadi penelitian ini yaitu di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Minahasa yang beralamatkan di Jl.Manguni no.15, Tondano, Minahasa.

#### **3.3 Informan Penelitian**

Yang menjadi informan ini adalah Sekertaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab.Minahasa 1 orang, Kepala Bidang Pemasaran dan Promosi Kab. Minahasa 1 orang, Kepala Bidang Layanan E-Government, Pejabat Pengelola Nama domain Minahasa.go.id, Pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata 1 orang.

#### **3.4 Fokus Penelitian**

Fokus Penelitian adalah garis besar dari penelitian, agar observasi serta penelitian tersebut lebih terarah. Berdasarkan masalah penelitian maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah:

1. Pentingnya penggunaan *website* sebagai media penyampaian informasi
  - Digital
  - Interaktif
  - Hiperstekstual
  - Jaringan
  - Virtual dan Simulasi
2. Hambatan sehingga penyampaian informasi destinasi wisata menjadi tidak maksimal.

#### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Ada dua jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, sedangkan data sekunder

merupakan data pendukung yang diperoleh melalui sumber lain yang relevan, adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah:

1. Wawancara
2. Observasi
3. Dokumentasi

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles and Huberman, dilakukan pada waktu bersamaan dengan proses pengumpulan data berlangsung. Analisa data dilakukan melalui tiga alur, yakni:

- a) Reduksi data
- b) Sajian data
- c) Penarikan kesimpulan

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

### **4.1 Pembahasan Hasil Penelitian**

Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan pada kehidupan manusia jaman modern. Akses informasi semakin cepat, pekerjaan semakin mudah dilakukan, belajar menjadi lebih mudah, dan berbagai keunggulan lainnya.

Salah satu jenis media massa baru karena perubahan teknologi adalah adanya new media atau media baru. *Blog*, *website* atau laman berita

terutama, video streaming, dan berbagai media lain yang dapat mentransfer informasi dengan mudah ke manapun. Memahami media baru menjadi salah satu langkah utama agar dapat memahami bagaimana dunia saat ini.

Sesuai dengan tugas dan fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah untuk mempromosikan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Minahasa. Tentunya sadar akan pentingnya peningkatan promosi pariwisata, karena sekarang sangat mudah dalam menyebarkan informasi ke khalayak luas tanpa harus bertatap muka. Salah satu media informasi yang digunakan ialah *website*, karena bisa diakses kapan dan dimana saja dan dapat memuat data yang tak terbatas.

Hasil penelitian menunjukkan *website* sangatlah penting untuk kemajuan pariwisata sebagai media informasi yang menjamin dalam promosi pariwisata. Jika dulu masih menggunakan old media (surat kabar, televisi, radio) sekarang proses penyampaian pesan sudah digitalisasi, interaktif, hipertekstual, jaringan, virtual dan simulasi. Sangatlah tepat apabila didasari oleh teori new media yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas tentang perkembangan media. Dalam teori media baru terdapat dua pandangan, yaitu sebagai interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Karena jika dilihat dari perkembangan media informasi yang

digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pada zaman dahulu masih menggunakan brosur, atau promosi lewat tatap muka, tetapi sekarang perkembangan media semakin maju, maka proses memberikan informasi yang paling efektif dan penting adalah menggunakan media internet salah satunya adalah *website*.

Dalam perkembangan media informasi saat inilah menggerakkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan pariwisata menggunakan strategi yang tepat. Tetapi adapun hambatan-hambatan yang ditemukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, yaitu kurangnya sumber daya manusia (SDM) dalam hal kemampuan untuk membuat dan mengelola *website*, membuat konten yang menarik. Dan juga kurangnya informasi destinasi wisata diakibatkan oleh kurangnya koordinasi antara pihak pengelola *website* (DISKOMINFO) dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sehingga promosi yang dilakukan tidak maksimal.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil Analisa data sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya dapatlah disimpulkan:

1. Daya Tarik *New Media* dirasa sangat hebat, tawaran-tawaran, seperti kecepatan, interaktifitas, jaringan luas dan akses yang

lebih bersifat pribadi membuatnya dapat berkembang dengan cepat. Maka dari itu menggunakan new media khususnya internet dalam promosi pariwisata, sangatlah penting untuk perkembangan pariwisata.

2. Masyarakat didominasi oleh *smartphone* jadi pentingnya untuk menyampaikan pesan menggunakan digitalisasi, sehingga berdampak pada peningkatan pariwisata, *website* resmi pemerintah memiliki keunggulan sebagai media interaktif, kemudahan mengakses Jaringan dalam memberikan kemudahan untuk menemukan dan menggunakan internet, sehingga jika ingin mencari destinasi wisata yang ada di minahasa tidak hanya didapati dalam *website* resmi pemerintah tetapi juga dapat ditemukan di berbagai blog dan *website* dari blogger. penyampaian informasi lewat visual dan simulasi dapat berpengaruh terhadap keinginan
3. Kurangnya informasi pariwisata dikarenakan kurangnya koordinasi antara Dinas Pariwisata dan Dinas komunikasi dan Informasi dalam menyajikan informasi pariwisata dan kurangnya sumber daya manusia (SDM) di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang mampu membuat dan mengelola *website*.

### **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan maka saran diuraikan sebagai berikut:

Pertama, memanfaatkan perkembangan teknologi dan membentuk strategi promosi pariwisata menggunakan media internet termasuk *website*. Penyampaian pesan secara digitalisasi, sebagai media interaktif, jaringan luas, hipertekstual, secara visual dan simulasi.

Kedua, mengadakan sosialisasi dalam peningkatan sumber daya manusia (SDM) kepada pegawai yang ada di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan agar dapat mengelolah *website* dengan baik, agar informasi dapat tersampaikan kepada seluruh warga mancanegara, karena *website* dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

Ketiga, memaksimalkan penggunaan *website* dan membuat konten dan isi *website* menarik untuk dikunjungi. Dan meningkatkan sarana dan prasarana destinasi wisata.

## DAFTAR PUSTAKA

Dokumen Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Minahasa Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

Ardianto, E., Komala, L., dan Karlinah, S. 2014. *Komunikasi Massa suatu pengantar*. Bandung; *Simbiosia Rakatama Media*.

Ardiyanto, Elfinaro dan Komala Erdinaya Lukiaty. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset.

Arief Sosiawan, Edwi. Tanpa Tahun. *Evaluasi Implementasi E Government Pada Situs Web Pemerintah Daerah Di Indonesia : Prespektif Content Dan Manajemen*, Yogyakarta: Universitas Veteran.

Bagdakian, B.H., 2004. *The New Media Monopoly*, Beacon Press, Boston

Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo. Persada.

Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti

Heeter, Carrie. (1988). *Communication and Information Science Series*, Ablex Publishing.

Lievrouw & Livingstone. 2006. *Handbook of New Media: Student Edition*.

New York: SAGE.

Littlejohn, Stephen W & Karen A.Foss.2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9.

Jakarta: Salemba Humanika

Murya Arief Basuki, "Analisa Website Universitas Muria Kudus", *Jurnal Sains*, Vol. 2: 2, 2009.

Mondry, 2008 *Teori dan praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Moleong, Lexy. J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika

Noegroho, A. 2010. *Teknologi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Poster, Mark. 1998. *The Second Media Age* (Bourdillard “The desire of simulation”.. Cambridge: Polity Press.

Rakhmat, Jalaludin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Setyani, Novia Ika. 2013. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunitas*. Surakarta : Jurnal Komunikasi hal 4 – 7.

UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan

Vivian, Jhon. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Perdana Media Group.

Van Dijk, J.A.G.M. 2006. *The Network Society*. SAGE Publications, London

Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Books*. O’Reilly Media, Sebastopol

Widjaja, H. 2008. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta; Bumi Aksara.

Wahyuni, N.I 2014. *Komunikasi Massa*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

### Internet

[http://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/174804-\[\\_Konten\\_\]Konten%2016-19.pdf](http://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/174804-[_Konten_]Konten%2016-19.pdf)

<https://www.banyuwangikab.go.id/skpd/unit/21601/dinas-kebudayaan-dan-pariwisata.html>

<http://en.wikipedia.org>