

## PERANAN PUBLISITAS DALAM MENINGKATKAN WISATAWAN DI SULAWESI UTARA

Oleh:

Barry Pinasang

e-mail: [barrypinasang@ymail.com](mailto:barrypinasang@ymail.com)

**Abstrak.** Peranan Publisitas dalam meningkatkan wisatawan di Sulawesi Utara dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah Sulawesi Utara, tidak lepas dari usaha Pemerintah dalam hal ini menggunakan aktivitas Publisitas besar-besaran yang adalah bagian dari promosi, dan hal ini adalah salah satu strategi seorang Public Relations. Dalam melakukan kegiatan seorang PR memiliki alat-alat kegiatan ( PR tools ) antara lain Publicity. Publicity atau Publisitas yang dilakukan pada masyarakat dan khalayak banyak diperlukan guna menginformasikan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh organisasi pemerintah, perusahaan atau perorangan., sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah Sulawesi. Utara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu suatu penelitian kontekstual yang menjadikan manusia sebagai instrumen, dan disesuaikan dengan situasi yang wajar dalam kaitannya dengan pengumpulan data yang pada umumnya bersifat kualitatif. Menurut Bogdan dan Tylor (dalam Moleong, 2000 : 3) merupakan prosedur meneliti yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Keberhasilan peningkatan wisatawan datang ke Sulawesi Utara tidak lepas dari peran media massa dalam mempublikasikan event-event yang dilaksanakan di daerah ini dan sekalipun publikasi potensi daerah berupa alam dan kebudayaan daerah, bahkan media social berbasis internet ikut berperan mempublikasikan indahnya daerah nyiur melambai. Contohnya Pantai Pal di Likupang Minahasa utara, tidak begitu populer, sekarang menjadi populer berkat media social berbasis internet, sekarang menjadi ramai di kunjungi oleh wisatawan lokal daerah, juga yang kita perhatikan Karpet biru, padahal itu bukan tempat wisata, sebenarnya itu peruntukan pembangunan pacuan kuda, tapi keunikan karpet biru itu yang membuat begitu banyak pengunjung datang ketempat tersebut, dan akhirnya banyak pedang menjajah makanan dan minuman mendapat keuntungannya. Dan ternyata para penjual/pedagang bukan berasal dari penduduk setempat, banyak dari luar kota seperti Tanah Wangko, Manado, dll. Hal ini berdampak ekonomi bagi masyarakat.

Kata kunci: Publisitas, wisatawan

### PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sumberdaya ekonomi suatu negara maupun daerah, karena dapat menambah devisa negara maupun daerah. Untuk itu pemerintah berupaya sedemikian rupa membangun objek-objek pariwisata, memperbaiki infrastruktur dan sektor-sektor penunjang lainnya di tiap daerah seperti transportasi darat maupun udara.

Tujuan pembangunan Pariwisata, bukan hanya sekedar peningkatan devisa bagi Negara, akan tetapi jauh diharapkan pariwisata dapat berperan sebagai katalisator pembangunan (agent of development). Dilihat dari sudut ekonomi, ada delapan keuntungan pembangunan pariwisata di Indonesia. *Pertama*, peningkatan kesempatan berusaha, *Kedua*, kesempatan kerja. *Ketiga*, peningkatan penerimaan pajak. *Keempat*, peningkatan pendapatan nasional. *Kelima*, percepatan proses pemerataan pendapatan. *Keenam*, meningkatkan nilai tambah produk hasil kebudayaan. *Ketujuh*, memperluas pasar produ dalam negeri. *Kedelapan*, memberikan dampak multiplier effect dalam perekonomian sebagai akibat pengeluaran wisatawan, para investor maupun perdagangan luar negeri (Yoeti A. 2008:110 dlm bukunya Pemasaran Pariwisata).

Indonesia sebagai Negara bahari dan kepulauan terbesar didunia, dikaruniai berbagai macam ekosistem pesisir dan laut yang indah, seperti pantai berpasir, goa,

terumbu karang, rumput laut. Dan dari sepuluh terumbu karang yang indah didunia, ada lima terumbu karang berada di Indonesia. Yakni: Bunaken, Raja Ampat, Wakatobi, Karimun Jawa dan Taka Bone Rate.

Dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah Sulawesi Utara, tidak lepas dari usaha Pemerintah dalam hal ini menggunakan aktivitas Publisitas besar-besaran yang adalah bagian dari promosi, dan hal ini adalah salah satu strategi seorang Public Relations. Dalam melakukan kegiatan seorang PR memiliki alat-alat kegiatan ( PR tools ) antara lain *Publicity*. *Publicity* atau Publisitas yang dilakukan pada masyarakat dan khalayak banyak diperlukan guna menginformasikan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh organisasi pemerintah, perusahaan atau perorangan., sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah Sulawesi. Utara.

Berdasarkan pengamatan bahwa kegiatan-kegiatan promosi pariwisata belum maksimal, hanya rutin dilakukan oleh pemerintah pada saat Hut Proklamasi, ataupun Hut Kabupaten/Kota masing-masing. Masih jarang dilakukan di luar daerah ataupun ke luar negeri. Belum maksimalnya kegiatan Publikasi Pariwisata di daerah ini, maupun diluar daerah yang dilakukan oleh masing-masing Instansi pemerintah daerah di Sulawesi Utara membuat rendahnya jumlah wisatawan untuk berkunjung ke daerah Sulawesi Utara, hal ini yang menjadi perhatian peneliti untuk melihat peranan pemerintah dalam meningkatkan jumlah wisatawan ke Sulawesi utara.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Komunikasi

Menurut Harold Laswell mengatakan bahwa " Who says what in which channel to whom with what effect? " ( Komunikasi pada dasarnya suatu proses menjelaskan siapa?, mengatakan apa? Dengan saluran apa? Kepada siapa? Dengan akibat atau hasil apa? )

Dikutip dalam Effendy 2001 : 10 bahwa, paradigm Laswell menunjukkan bahwa Komunikasi meliputi 5 unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni:

1. Who adalah **Komunikator** ( sender, Source)
2. Say What adalah **Pesan** ( Message)
3. In which channel adalah **Media** ( Channel, Media)
4. To whom adalah **Komunikan** (communicate, receiver, recipient)
5. With what effect adalah **Efek** (Effect, impact, influence).

Selanjutnya **Fungsi Komunikasi** menurut Effendy (2001:8) ada empat yakni :

1. Menyampaikan informasi
2. Mendidik
3. Menghibur, dan
4. Mempengaruhi.

### Pengertian Humas

Menurut Edward L. Bernays Humas memiliki tiga pengetahuan:

1. Memberi Penerangan kepada Masyarakat
2. Pembujukan langsung terhadap masyarakat guna mengubah sikap dan tindakan
3. Usaha-usaha mengintegrasikan sikap dan tindakan dari permasalahan dengan masyarakat dan dari masyarakat terhadap permasalahannya.

Menurut Scott.M.Cutlip dan Allen.H.Center.bahwa Humas merupakan fungsi manajemen yang menilai,sikap public, mengidentifikasi kebijakan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan public, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk memperoleh pengertian, pemahaman dan dukungan dari publiknya.

Menurut The Public Relations Society of America, Humas membantu suatu organisasi dan publiknya untuk saling beradaptasi secara menguntungkan. Humas adalah usaha organisasi untuk memperoleh kerjasama dari sekelompok orang.Humas membantu organisasi berinteraksi secara efektif dan berkomunikasi dengan public utama.

### **Pengertian Wisatawan**

Di Indonesia Pengertian "Wisatawan" tercantum dalam Instruksi Presiden RI No 9 Tahun 1969, yaitu setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ketempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungan itu.

Menurut World Tourist Organization dalam ( Marpaung 2002 : 36 ) memberikan definisi wisatawan adalah:

"Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal disuatu Negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berjunjung pada suatu tempat pada Negara yang sama untuk jangka waktu lebih dari 214 jam dengan tujuan untuk melakukan perjalanannya".

Untuk tujuan praktisnya Departemen Pariwisata dalam (Marpaung,2002:37) mengatakan definisi Wisatawan yaitu : "Wisatawan bisa saja adalah setiap orang yang melakukan perjalanan dan menetap untuk sementara di tempat lain selain tempat tinggalnya untuk salah satu atau beberapa alasan, selain mencari pekerjaan"

Dari bebepa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Wisatawan adalah orang yang sedang melakukan perjalanan dari tempat yang didiaminya ke tempat tujuannya, yang dilakukan tidak untuk dalam jangka yang lama.

### **Teori S-O-R**

Dalam Penelitian ini menggunakan teori Stimulus - Respon atau S-O-R. Teori ini berasal dari teori psikologi, kemudian menjadi teori komunikasi kerana objek material ilmu komunikasi dan psikologis adalah sama yakni manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, efeksi dan konasi (Effendy 2003:254)

Teori SOR ini beranggapan bahwa tingkah laku social dapat dimengerti melalui suatu analisa dari stimuli yang diberikan dapat dapat mempengaruhi reaksi yang spesifik dan didukung oleh hukuman maupun penghargaan sesuai dengan reaksi yang terjadi.

Holand, Janis dan Kelley dalam Effendy (2003 :255) selanjutnya beranggapan bahwa proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Dalam mempelajari sikap yang baru, ada tiga variable penting yang menunjang proses belajar tersebut yakni:

- a. Perhatian
- b. Pengertian
- c. Penerimaan

Teori ini menitik beratkan pada apa yang menyebabkan sikap yang dapat berubah, hal itu tergantung pada kualitas rangsangan yang dikomunikasi dengan organisme.

Karakteristik dari komunikator ( sumber), menentukan keberhasilan tentang perubahan sikap.

Dihubungkan dengan penelitian ini maka teori ini tepat untuk mendasari proses komunikasi yang dilakukan oleh pihak dinas pariwisata dalam upaya meningkatkan wisatawan untuk berkunjung ke Sulawesi Utara.

Sumber dalam mempublikasikan tentang tempat-tempat pariwisata dan aneka budaya Sulut adalah Pemerintah melalui media-media informasi guna menyampaikan informasi tentang Sulawesi Utara dengan potensi wilayahnya yang tersebar di beberapa kabupaten/kota, secara terinci. Informasi tersebut merupakan konsep guna menarik *perhatian* masyarakat, kemudian akan membangkitkan pengertian, dan dari pengertian akan memunculkan penerimaan dan penerimaan tersebut akan mudah mendapatkan respon atau feedback.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

- a. Penelitian ini diharapkan akan dapat mengungkap, menguraikan serta memahami kinerja dinas kebudayaan dan pariwisata dalam meningkatkan wisatawan untuk berkunjung ke Sulawesi Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana proses penelitian akan lebih menggali secara mendalam tentang permasalahan yang berkaitan dengan bagaimana Peranan Publisitas dalam meningkatkan wisatawan di Sulawesi Utara.
- b. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu suatu penelitian kontekstual yang menjadikan manusia sebagai instrumen, dan disesuaikan dengan situasi yang wajar dalam kaitannya dengan pengumpulan data yang pada umumnya bersifat kualitatif. Menurut Bogdan dan Tylor (dalam Moleong, 2000 : 3) merupakan prosedur meneliti yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.
- c. Pendekatan kualitatif dicirikan oleh tujuan penelitian yang berupaya memahami gejala-gejala yang sedemikian rupa yang tidak memerlukan kuantifikasi, karena gejala tidak memungkinkan untuk diukur secara tepat.

Selanjutnya metode kualitatif ini mempunyai beberapa cara yang disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan data yang diperlukan. Mulyana (2001 : 148) menyebutkan bahwa, metode penelitian dilakukan dengan cara deskriptif (wawancara tak berstruktur / wawancara mendalam, pengamatan berperan serta), analisis dokumen, studi kasus, studi historis kritis; penafsiran sangat ditekankan alih-alih pengamatan objektif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan terlebih dahulu oleh peneliti sebelum diinterpretasikan. Artinya data diproses terlebih dahulu melalui prosedur atau pentahapan yang sistematis, melalui tahapan umum prosedur pengolahan data kualitatif, sebagai berikut:

1. Mengklarifikasi materi data hasil observasi.
2. Mengelompokkan data-data sesuai topik yang diteliti penelitian.
3. Mengolah data berdasarkan keterkaitan antar komponen dan satuan gejala dalam konteks penelitian.
4. Mendeskripsikan secara keseluruhan dengan sistemik keterkaitan antar satuan gejala yang berkaitan dengan fokus penelitian.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Setelah mewawancarai dengan mendalam terhadap informan yang dipilih guna mendapatkan informasi tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pihak Organisasi dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sulut dalam meningkatkan jumlah wisatawan tahun demi tahun di Sulawesi utara, maka diperoleh jawaban dari Informan utama bahwa Upaya-upaya yang dilakukan untuk mempublikasi/mempromosikan tempat-tempat pariwisata di Sulawesi utara yakni dengan merencanakan/membuat event-event dan mengikuti even-event promosi produk unggulan pariwisata di Sulawesi utara, baik regional, nasional, maupun internasional, dan sebagai pemerintah upaya yang dilakukan agar menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Sulawesi utara dengan cara: meningkatkan jumlah event-event promosi pariwisata di daerah bekerjasama dengan pihak media massa baik cetak maupun elektronik juga melalui media sosial dan website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sulawesi Utara; meningkatkan infrastruktur pariwisata daerah fasilitas tempat penginapan, akses jalan dan restoran dll; meningkatkan kawasan objek wisata dan daya tarik wisata daerah dan bekerjasama dengan pemerintah daerah kabupaten/kota yang ada di Sulawesi Utara; bekerjasama dengan masyarakat setempat, meningkatkan pagelaran seni budaya di daerah atraksi kesenian); kerjasama dengan sanggar tari di daerah masing-masing, meningkatkan keamanan dan kenyamanan di daerah; bekerjasama dengan pihak keamanan daerah dalam hal ini kepolisian, tentara, meningkatkan sumber daya manusia di bidang pariwisata.

Beberapa tempat di Sulawesi utara ini telah menjadi perhatian masyarakat luas khususnya dari berbagai daerah di Sulawesi Utara khususnya fenomena Karpet Biru di Kec. Paniki yaitu lapangan dan stadion yang belum selesai dibangun, menarik untuk dikunjungi oleh masyarakat karena keunikannya, namun hal ini secara spontanitas masyarakat menjadikan itu sebuah tempat wisata, yang awalnya belum dipungut biaya waktu kesana, sekarang sudah dipungut biaya, tapi itu belum dikelola oleh pemerintah kota Manado, tapi masyarakat sekitar yang berinisiatif untuk merawat jalan masuk kelokasi tersebut. Pantai PAL dan Pantai Surabaya juga menjadi suatu fenomena baru yang menarik perhatian masyarakat, hal ini terjadi tidak sengaja dipublikasi oleh masyarakat, berkat media sosial seperti facebook, dll membuat tempat-tempat ini dikenal. Dan untuk hal ini kami akan berusaha membangun dan memperbaiki sarana dan prasarana untuk memudahkan akses ke tempat tersebut, sesudah itu kami akan melakukan standarisasi operasional pengelolaan sesuai peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Untuk meningkatkan kualitas tempat-tempat wisata di Sulut, kami melakukan pengembangan kawasan objek wisata, dan infrastruktur, serta meningkatkan tarif masuk ke lokasi tersebut.

Dengan tingginya event-event Nasional dan Internasional dilakukan di daerah Sulawesi Utara mendapat perhatian wisatawan lokal maupun nasional ataupun internasional, maka kami berusaha terus mempromosikan dan mempublikasikan produk-produk unggulan wisata kami berupa Monumen Yesus Memberkati, Kawasan Kuliner Wakeke, Taman wisata Tangkoko. Bukit kasih Kanonang, bukit doa tomohon, dinding batu di Amurang. Dan Wisata yang banyak kunjungan dari luar Negara adalah Taman Laut Bunaken dan Pulau Siladen serta Pulau gangga. Dan berdasarkan data kunjungan ke Sulawesi utara, tempat-tempat wisata diatas yang paling banyak dikunjungi. Untuk daerah kabupaten lainnya, belum begitu banyak dikunjungi, dan wisatawan yang datang

masih paling banyak wisatawan lokal. Dan biasanya mereka datang dengan maksud melakukan ibadah pantai atau ibadah diluar ruang tertutup, semi rekreasi.

Keberhasilan peningkatan wisatawan datang ke Sulawesi Utara tidak lepas dari peran media massa dalam mempublikasi event-event yang dilaksanakan di daerah ini dan sekalipun publikasi potensi daerah berupa alam dan kebudayaan daerah, bahkan media social berbasis internet ikut berperan mempublikasikan indahnya daerah nyiur melambai. Contohnya Pantai Pal di Likupang Minahasa utara, tidak begitu populer, sekarang menjadi populer berkat media social berbasis internet, sekarang menjadi ramai di kunjungi oleh wisatawan lokal daerah, juga yang kita perhatikan Karpet biru, padahal itu bukan tempat wisata, sebenarnya itu peruntukan pembangunan pacuan kuda, tapi keunikan karpet biru itu yang membuat begitu banyak pengunjung datang ketempat tersebut, dan akhirnya banyak pedang menjajah makanan dan minuman mendapat keuntungannya. Dan ternyata para penjual/pedagang bukan berasal dari penduduk setempat, banyak dari luar kota seperti Tanah wangko, manado, dll. Hal ini berdampak ekonomi bagi masyarakat.

Kami akan memikirkan dan merencanakan kedepan pengembangan objek wisata yang ramai dikunjungi wisatawan lokal maupun nasional, infra struktur pendukung agar memberi manfaat lebih bagi kesejahteraan masyarakat sulawesi utara.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, maka dapat disimpulkan bahwa; Semakin tinggi atau seringnya dilaksanakan event-event Nasional maupun internasional, maka akan semakin meningkatkan jumlah wisatawan datang ke Sulawesi utara.

Semakin Tinggi Kepercayaan Pemerintah Pusat di Daerah dalam melaksanakan event-event nasional maupun Internasional, maka akan memberi dampak bagi pembangunan daerah, meningkatkan jumlah wisatawan datang dan meningkatkan pendapatan daerah, menguntungkan secara ekonomi.

Semakin melibatkan media massa dan media social lainnya dalam mempublikasikan event-event dan potensi daerah, maka akan meningkatkan wisatawan ke Sulawesi utara.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah Peranan Publisitas dalam Meningkatkan Wisatawan di Provinsi Sulawesi Utara, dimana penelitian ini menggunakan pendekatan teori Stimulus of Response ( SOR ), Dan berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sbb:

1. Tingginyapelaksanaan event-event dilakukan di daerah-daerah di provinsi Sulawesi, maka akan semakin tinggi jumlah wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut, dan ikut sertanya daerah kita pada event-event yang dilaksanakan diluar daerah, maka akan memperkenalkan potensi daerah beserta keindahan daerah masing-masing. Yang bisa memicu minat ingin tahu dari wisatawan untuk berkunjung kedaerah ini.
2. Kepercayaan yang tinggi dan dukungan penuh Pemerintah Pusat pada daerah untuk melaksanakan Event-event Nasional maupun Internasional dilaksanakan di daerah akan meningkatkan jumlah wisatawan berkunjung ke daerah ini.
3. Peran serta Media Massa dan media sosDiharial dalam Mempublikasikan event-event dan potensi-potensi daerah akan mmebuat daerah kita dikenal dan hal ini berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan ke daerah ini.

4. Diisi setiap pembangunan menjadi hambatan utama adalah tersedianya anggaran sebagai menopang utama pembangunan, rencana di rancang tidak akan berjalan semestinya bila tidak ditunjang dengan tersedianya/ kecukupan dana, dan hal ini menuntut perhatian dan dukungan pemerintah pusat untuk pembangunan infra struktur objek wisata, Peningkatan Sumberdaya Manusia yang handal, dan rendahnya daerah kabupaten/kota melaksanakan event-event nasional maupun internasional menjadi penghambat daerah tersebut dikenal luas.

### Saran

1. Diharapkan dari hasil penelitian ini memberikan masukan/saran bagi pemerintah Pusat untuk peduli dengan pembangunan pariwisata di daerah Sulawesi utara,
2. Pemerintah Daerah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata semakin kreatif melakukan event-event sesering mungkin di luar agenda rutin yakni HUT Proklamasi dan HUT Propinsi, tapi kerjasama dengan pihak hotel, kuliner untuk melaksanakan event-event nasional maupun internasional.
3. Pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melakukan Pelatihan untuk pramuwisata bekerja secara profesional/ handal.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arifn Anwar, 1984, *Strategi Komunikasi*, Bandung: Armiko.
- Arikunto Suharsini, 1991. *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Effendy, Onong, Uchjana, 2003, Ilmu, *Teori dan Filsafat Komunikasi*, Cet Ke-3, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong, Uchjana, 1981, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, Bandung: Alumni.
- Effendy, Onong, Uchjana, 1985, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Karya.
- Goldberg, Alvin, Carl E. Larson, 1985, *Komunikasi Kelompok Proses-proses dan Penerapannya*, Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Harmoko, 1988, *Komunikasi Sambung Rasa*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Jefkins Frank,, 2003, *Public Relation*, Jakarta: Erlangga.
- Kertapati Ton, 1981, *Bunga Rampai Asas-Asas Penerangan dan Komunikasi*, Jakarta: Rina Aksara.
- Morison, 2010. *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*, Jakarta: Kencana.
- Mulyana Deddy dan Jalaludin Rakhmat, 1990, *Komunikasi Antar Budaya*, Bandung: Remaja Rosdakarya,
- Rakhmat Jalaludin, 1989, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Karya,
- Sastropetro Santoso, 1988, *Propaganda Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*, Bandung: Alumni.
- Sastropetro Santoso, 1988, *Partisipasi, Komunikasi, Persuasi, dan Disiplin Dalam Pembangunan Nasional*, Bandung: Alumni.
- Sugiono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.