

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada bab ini, peneliti akan menguraikan hasil penelitian di lapangan kemudian dianalisis serta dibahas sesuai dengan permasalahan yang telah di rumuskan pada BAB I agar dapat mencapai suatu kesimpulan. Data-data yang diperoleh disesuaikan berdasarkan tema yang diangkat tercantum dalam rumusan makro tentang Bagaimana Strategi Komunikasi Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Danau Toba Sebagai Destinasi Wisata Internasional. Agar dapat dipahami secara komprehensif maka disini peneliti menguraikan dalam rumusan mikro yaitu Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi. Selain itu peneliti melakukan pembahasan dengan menghubungkan hasil pada wawancara dan observasi yang dilakukan kepada informan.

Pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan dalam wawancara ialah mengenai bagaimana strategi komunikasi Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Danau Toba Sebagai Destinasi Wisata Internasional, yaitu ketika Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara sedang melakukan sebuah perencanaan sehingga dapat melaksanakan pelaksanaan kegiatan yang sudah dipersiapkan

Peneliti melakukan penelitian pada Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara serta melakukan penelitian di tempat objek wisata Danau Toba pada tanggal 13 Juli 2018. Kemudian peneliti melakukan wawancara kepada 2 (dua) orang informan kunci dan 4 (Empat) orang informan pendukung mulai bulan Mei hingga Juli 2018. Adapun informan kuncinya yaitu Kepala Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara, serta Kabid Pemasaran Bina Kebudayaan dan Pariwisata. Peneliti juga melakukan wawancara kepada informan pendukung untuk menambah dan memperkuat data yaitu dua orang wisatawan lokal Danau Toba dan dua orang wisatawan Mancanegara yang pernah liburan ke Danau Toba Sumatera Utara.

Peneliti memilih informan penelitian dengan menggunakan Teknik *Purposive Sampling*, dimana teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian, dan peneliti terlebih dahulu menyusun kriteria.

Hasil penelitian ini diperoleh melalui teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam, observasi, studi pustaka, internet searching, dokumentasi dan catatan lapangan. Teknik tersebut dilakukan untuk perolehan data yang objektif dan alamiah. Dengan waktu penelitian yang tertera dibawah ini:

Tabel 4.1
Jadwal Wawancara Informan

No	Hari/Tanggal	Waktu	Tempat	Nama Informan	Keterangan
1.	Jumat 06 Juli 2018	08.30 Wib	Kantor Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara	Drs. H. Muchlis, M.Si	Kabid Bina Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Wisatawan Mancanegara
2.	Selasa 10 Juli 2018	09.10 Wib	Kantor Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara	Dr. Ir. Hj. Hidayati, M.Si	Kepala Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara
3.	Jumat 13 Juli 2018	13.35 Wib	Desa Tomok, pulau Samosir, Danau Toba, Sumatera Utara	Malques	Wisatawan Mancanegara
4.	Senin 13 Juli 2018	15.30 Wib	Desa Tomok, pulau Samosir, Danau Toba, Sumatera Utara	Siliiq	Wisatawan Mancanegara
5.	Senin 16 Juli 2018	12.00 Wib	Jl Sekip, Medan, Sumatera Utara	Revky Arava	Wisatawan Lokal
6.	Selasa 17 Juli 2018	13.45 Wib	Jl Sekip, Medan, Sumatera Utara	Robert Simbolon	Wisatawan Lokal

Sumber : Data Peneliti 2018

Terdapat beberapa tahapan yang dilakukan oleh peneliti dari mulai menyusun draft pertanyaan wawancara sampai dengan menganalisis hasil wawancara, dalam hal ini peneliti menjelaskan sebagai berikut :

1. Menyusun Draft Pertanyaan Wawancara

Pada tahap ini peneliti membuat pedoman wawancara, digunakan agar wawancara yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Pedoman ini disusun tidak hanya berdasarkan tujuan penelitian, tetapi juga berdasarkan teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Pedoman wawancara ini berisi pertanyaan-pertanyaan mendasar yang nantinya akan berkembang dalam wawancara.

Berdasarkan proses yang akan ditanyakan kepada informan penelitian dengan menggunakan draft pertanyaan wawancara penelitian kepada informan. Tahap ini dilakukan untuk mempermudah informan dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Karena sebelum masuk kedalam tahap wawancara, informan akan membaca terlebih dahulu draft pedoman wawancara yang diberikan oleh peneliti, tujuannya agar informan memahami isi pertanyaan penelitian.

2. Melakukan Wawancara

Pada tahapan ini, peneliti membuat kesepakatan dengan informan mengenai waktu dan tempat untuk melakukan wawancara berdasarkan pedoman yang dibuat. Namun apabila tidak memungkinkan maka peneliti segera mungkin mencatatnya setelah wawancara selesai. Untuk itu sebelum wawancara dilaksanakan peneliti bertanya kepada informan tentang kesiapannya untuk diwawancarai. Setelah informan bersedia untuk diwawancarai, peneliti membuat kesepakatan dengan informan mengenai waktu dan tempat untuk melakukan wawancara. Dalam penelitian ini,

peneliti melakukan wawancara sesuai dengan pedoman wawancara yang sudah peneliti buat sebelumnya. Setelah itu pertanyaan dalam pedoman wawancara tersebut bisa berkembang dengan sendirinya saat informan yang kita wawancara sudah memberikan pendapatnya, dan jika peneliti merasa ada yang tidak dapat atau sulit ditangkap dari pendapat informan tersebut bisa secepatnya ditanyakan ulang kepada informan.

3. Melakukan Observasi

Disamping wawancara, peneliti juga melakukan metode observasi. Pedoman observasi digunakan agar peneliti dapat melakukan pengamatan sesuai dengan tujuan penelitian. Pedoman observasi disusun berdasarkan hasil observasi terhadap perilaku subjek selama wawancara dan observasi terhadap lingkungan atau *setting* wawancara, serta pengaruhnya terhadap perilaku subjek dan informasi yang muncul pada saat berlangsungnya wawancara. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi langsung dilapangan, Bagaimana Strategi Komunikasi Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Danau Toba Sebagai Destinasi Wisata Internasional.

4. Memindahkan Data Penelitian

Setelah peneliti melakukan wawancara dan observasi, maka peneliti memindahkan data penelitian yang berbentuk daftar dari semua pertanyaan yang diajukan kepada informan penelitian berdasarkan susunan pertanyaan yang sistematis. Peneliti mendapatkan data langsung dari informan melalui wawancara mendalam, dimana data tersebut direkam dan dibantu alat tulis

lainnya. Kemudian dibuatkan transkrip dengan mengubah hasil wawancara dari bentuk rekaman menjadi bentuk tertulis.

5. Mendeskripsikan Data Hasil Wawancara

Deskripsi hasil penelitian ini akan menguraikan tentang berbagai temuan yang diperoleh dari lapangan, yaitu dari olahan data dan informasi yang terkait dengan wawancara dan observasi penelitian. Untuk tahap selanjutnya peneliti melakukan deskripsi analisis data dan interpretasi data sesuai dengan langkah-langkah yang dijabarkan pada bagian metode. Selanjutnya peneliti mendeskripsikan hasil wawancara sebagai pembahasan. Ini dilakukan untuk memperjelas tentang bagaimana hasil dari wawancara peneliti terhadap informan yang telah memberikan jawaban-jawaban yang bersifat nyata, baik itu dalam bentuk wawancara secara formal maupun informal.

6. Menganalisis Data Hasil Wawancara

Berdasarkan data yang telah didapat, peneliti menganalisis data hasil wawancara setelah kategori pola data tergambar dengan jelas. Peneliti menganalisa data tersebut terhadap asumsi yang dikembangkan dalam penelitian ini. Pada tahap ini kategori yang telah didapat melalui analisis ditinjau kembali berdasarkan landasan teori yang telah dijabarkan dalam Bab II, sehingga dapat dicocokkan apakah ada kesamaan antara landasan teoritis dengan hasil yang dicapai. Walaupun penelitian ini tidak memiliki hipotesis tertentu, namun dari landasan teori dapat dibuat asumsi-asumsi mengenai hubungan antara konsep-konsep dan faktor-faktor yang ada.

4.1.1 Gambar Objek Penelitian

4.1.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Kantor Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara

Menurut sejarahnya, gedung ini dulu merupakan sebuah bangunan milik N.V. Boekhandel en Drukkerij v/h Varekamp & Co, sebuah perusahaan penerbit dan toko buku di Medan. Gedung ini dibangun sekitar tahun 1920-an. Dinamakan Varekamp & Co karena perusahaan ini didirikan oleh mendiang Anton Pieter I Varekamp yang lahir di Rotterdam pada 11 Oktober 1879 dan meninggal pada umur 67 tahun atau tepatnya pada 1 Juni 1947 di Haarlem. Ayahnya bernama Jacob III Varekamp (1853-1901) dan ibunya bernama Lena Cornelia de Wachter (1858-1919).

Salah satu hasil terbitannya yang cukup melegenda kala itu adalah De Sumatera Post. Sebelum dibeli oleh Anton Pieter I Varekamp pada tahun 1914, perusahaan penerbit De Sumatera Post adalah milik seorang pengusaha perkebunan yang berasal dari Jerman yang tinggal di Medan semenjak 1890-an, namanya Jozeph Hallermann. Sehingga, sebelum berubah menjadi Varekamp & Co, bangunan gedung ini juga sempat dikenal sebagai gedung Drukkerij J. Hallermann.

Gedung Varekamp & Co adalah bangunan berlantai dua dengan luas tanah pertapakan perkantoran seluas 1.391 m². Kondisi aslinya gedung ini memiliki lorong di tengah dan dua buah menara di sebelah kiri dan kanan gedung.

Berdasarkan fungsi, ruangan yang ada di sebelah kanan adalah untuk kantor administrasi percetakan dan di sebelah kirinya adalah ruangan yang

digunakan sebagai toko buku, sedangkan lorong yang ada di tengah-tengah ruangan adalah jalan untuk menuju tempat percetakan.

Gedung Varekamp & Co memang sengaja dikonstruksi sebagai bangunan yang fungsional, di mana didalamnya terdapat kantor penerbit, toko buku, dan percetakan yang konsep bangunan bergaya arsitektur Art Deco. Dalam perjalanannya, Art Deco dipengaruhi oleh berbagai macam aliran modern, antara lain Kubisme, Futurisme dan Konstruktivisme serta juga mengambil ide-ide desain kuno misalnya dari Mesir, Syiria dan Persia. Kendati gedung ini telah masuk dalam daftar benda cagar budaya (BCB) di Kota Medan.

4.1.1.2 Visi Dan Misi Kantor Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara

Ada pun Visi dan Misi kantor Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah sebagai berikut :

A. Visi Kantor Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara

1. Menjadikan Kota Medan sebagai daerah tujuan wisata dan menjadi daerah tinjauan wisata, artinya bahwa dengan sebagai keunikan, keindahan dan nilai keragaman kekayaan alam dan budaya diharapkan Sumatera Utara dapat menjadi sasaran/tujuan kunjungan wisata.
2. Berbudaya, artinya bahwa menciptakan pri kehidupan, bermasyarakat, dan bernegara yang mandiri, bermartabat, maju, adil dan makmur.

3. Berdaya saing artinya bahwa pengembangan budaya dan pariwisata.
4. Provinsi Sumatera Utara diharapkan dapat memberikan nilai tambah dalam persaingan pertumbuhan kepariwisataan nasional dan internasional.

B. Visi Kantor Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara

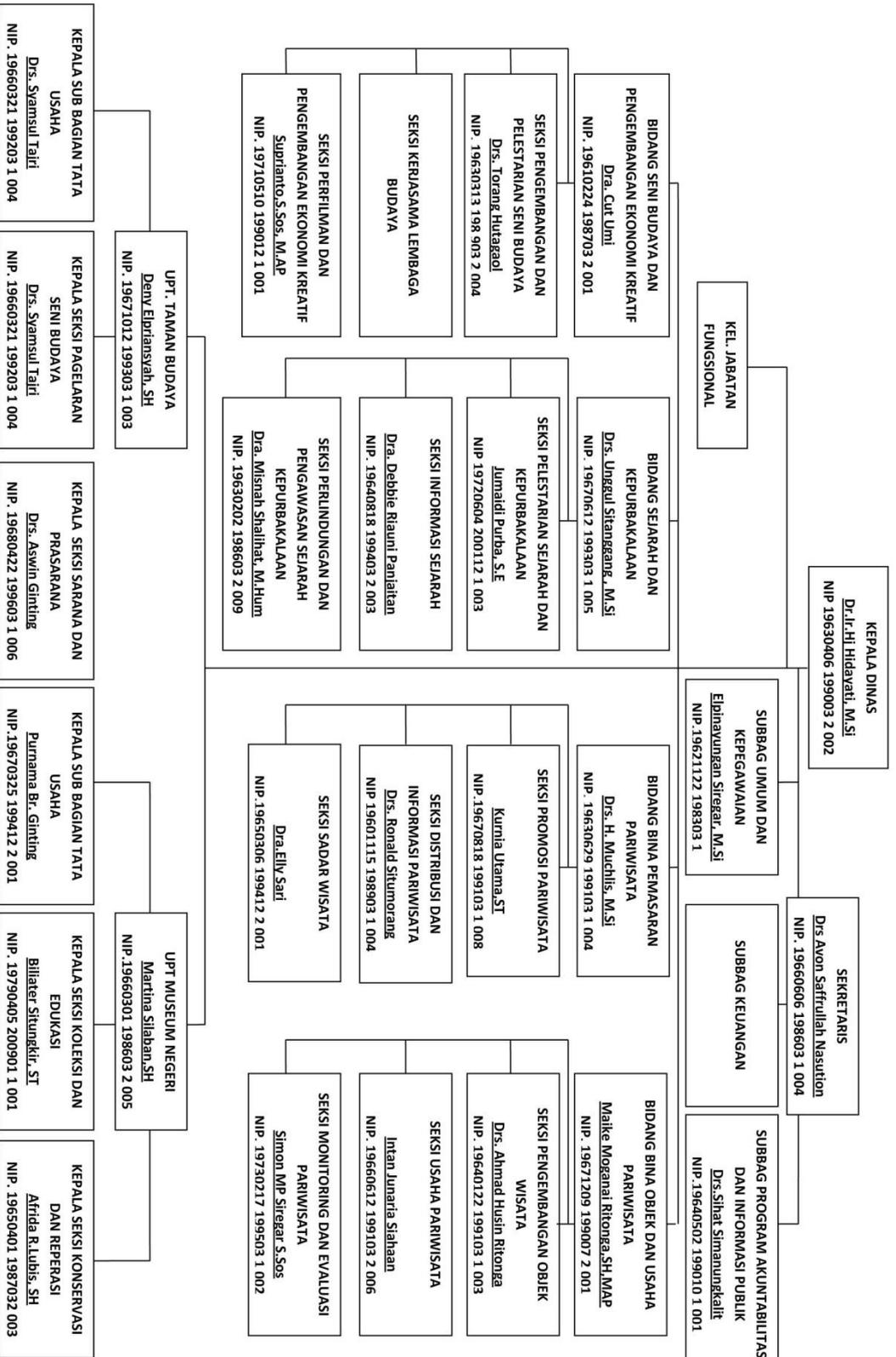
1. Melindungi, melestarikan aset-aset kebudayaan daerah yang datang dari warisan leluhur dan memberikan kebebasan berekspresi dalam kesenian budaya dengan mengacu nilai-nilai agama dan adat budaya yang ada.
2. Meningkatkan menampilkan atraksi budaya lokal dan kesenian daerah.
3. Meningkatkan pelayanan kepariwisataan terutama sadar wisata masyarakat di daerah tujuan wisata dan pelaku usaha pariwisata.
4. Meningkatkan kesadaran hukum masyarakat terhadap peraturan dalam bidang kepariwisataan.

4.1.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi diperlukan suatu instansi pemerintah untuk membedakan batas-batas wewenang pengawasan, pengaturan kerja dan tanggung jawab secara sistematis yang menunjukkan adanya hubungan keterkaitan antara setiap bagian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Demi tercapainya tujuan umum suatu instansi pemerintah diperlukan suatu wadah untuk mengantar seluruh aktifitas maupun kegiatan instansi pemerintah tersebut. Pengaturan ini

dihubungkan dengan pencapaian tujuan instansi pemerintah yang telah ditetapkan sebelumnya wadah tersebut disusun dalam suatu stuktur organisasi dalam instansi pemerintah. Struktur Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara dapat dilihat pada berikut ini :

Sumber : Humas Dinas Kebudayaan dan pariwisata Provinsi Sumatera Utara



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara

4.1.2 Deskripsi Identitas Informan

4.1.2.1 Informan Kunci Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan beberapa informan dari bagian-bagian terkait untuk mendapatkan data yang mumpuni agar dapat diolah oleh peneliti dalam memaparkan hasil penelitian, dan mereka yang berada dalam tabel 4.1 adalah para informan dari penelitian ini, dengan deskripsi sebagai berikut :

1. Dr. Ir. Hj. Hidayati, M.Si

Gambar 4.2

Informan 1 : Kepala Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata



Sumber: Dokumentasi Peneliti 2018

Informan yang pertama bernama Dr. Ir. Hj. Hidayati, M.Si. Lahir di Kota Medan pada tanggal 17 juni 1971. Peneliti memilih beliau sebagai informan kunci penelitian karena beliau adalah Pemimpin di Kantor Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara dimana beliau juga ikut berperan dalam meningkatkan citra pariwisata danau toba

dalam kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara. Sudah 5 bulan memimpin sejak tahun 2018 hingga sekarang.

Beliau merupakan seorang pribadi yang ramah, karena pada saat peneliti datang untuk melakukan wawancara disambut oleh beliau dengan sangat baik.

2. Drs. H. Muchlis, M.Si

Gambar 4.3

Informan 3 : Kabid Humas Pariwisata



Sumber: Dokumentasi Peneliti 2018

Pria kelahiran Kota Medan, 22 Oktober 1971 ini bernama Drs. H. Muchlis, M.Si. Beliau adalah Kepala Bidang Bina Pemasaran Pariwisata.

Peneliti memilih beliau sebagai informan kunci penelitian karena beliau berperan atau ikut serta dalam melancarkan dalam setiap kegiatan yang dilakukan Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara. Sudah hampir 2 tahun memimpin sejak tahun 2016 hingga sekarang.

Beliau merupakan seorang pribadi yang ramah, karena pada saat peneliti datang untuk melakukan wawancara disambut oleh beliau dengan sangat baik.

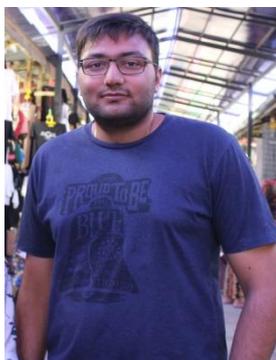
4.1.2.2 Informan Peneliti Pendukung

Peneliti menggunakan informan pendukung untuk memperkuat data yang dibutuhkan oleh peneliti, informan pendukung yang peneliti ambil adalah dua orang wisatawan lokal Danau Toba dan dua orang wisatawan mancanegara yang pernah berkunjung ke Danau Toba lebih dari dua kali.

1. Malques

Gambar 4.4

Informan Pendukung Wisatawan Mancanegara 1 : Malques



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2018

Pria kelahiran Arab, 06 Oktober 1991 ini bernama Malques. Beliau merupakan warga asing yang berasal dari Negara Arab namun sudah setahun tinggal di Indonesia dikarenakan ada pekerjaan dan sudah beberapa kali berwisata ke Danau Toba Provinsi Sumatera Utara. Sebelumnya beliau sudah mengetahui Danau Toba dan sudah pernah berwisata ke Danau Toba.

Peneliti memilih beliau sebagai informan pendukung penelitian, karena beliau sudah beberapa kali mengunjungi Wisata Danau Toba.

2. Siliq

Gambar 4.5

Informan Pendukung Wisatawan Mancanegara 2 : Siliq



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2018

Wanita kelahiran Australia, 10 Mei 1997 ini bernama Siliq. Beliau merupakan warga asing yang berasal dari Negara Australia yang datang berwisata ke Danau Toba Provinsi Sumatera Utara. Sebelumnya beliau sudah pernah datang pada tahun 2016 untuk berwisata di Danau Toba.

Peneliti memilih beliau sebagai informan pendukung penelitian krena sudah mengetahui Pariwisata Danau Toba, karena beliau sudah beberapa kali mengunjungi Wisata Danau Toba Sumatera Utara

3. Revky Arava

Gambar 4.6

Informan Pendukung Wisatawan Lokal 1 : Revky Arava



Sumber : Informan Refky Arava

Pria kelahiran Jakarta, 23 Januari 1993 ini bernama Revky Areva. Beliau adalah warga yang tinggal Kota Medan. Beliau seorang Marketing di Perusahaan Mobil

Peneliti memilih beliau sebagai informan pendukung penelitian, karena beliau mengetahui Pariwisata Danau Toba dan sudah pernah mengunjungi Danau Toba lebih dari 5 kali .

4. Robert Simbolon

Gambar 4.7

Informan Pendukung Wisatawan Lokal 2 : Robert Simbolon



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2018

Pria kelahiran Pekanbaru, 23 Januari 1992 ini bernama Robert Simbolon. Beliau merupakan warga Kota Medan yang pernah datang berwisata ke Danau Toba Provinsi Sumatera Utara. Sebelumnya beliau sudah pernah datang beberapa kali untuk berwisata di Danau Toba. Beliau Seorang Wiraswasta

Peneliti memilih beliau sebagai informan pendukung penelitian, karena beliau Mengetahui Pariwisata Danau Toba dan sudah pernah mengunjungi Wisata Danau Toba untuk beberapa kali.

4.1.3 Analisa Hasil Penelitian

Setelah melakukan wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan, pada sub bab ini peneliti menjabarkan hasil penelitian dari wawancara dengan informan kunci dan informan pendukung, Analisa yang dideskripsikan sesuai

dengan masalah yang diangkat yaitu, Strategi Komunikasi Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Danau Toba Sebagai Destinasi Wisata Internasional. Peneliti mengambil fokus penelitian mengenai Strategi komunikasi karena seperti yang kita ketahui bahwa dalam di setiap trategi komunikasi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy,2003:301)

4.1.3.1 Perencanaan Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Danau Toba Sebagai Destinasi Wisata Internasional

Sektor pariwisata merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perekonomian di Sumatera Utara. Objek Wisata yang ada di kawasan Danau Toba merupakan objek wisata yang menjadi kekayaan tersendiri bagi daerah Sumatera Utara. Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara merupakan lembaga yang bertanggung jawab terhadap pariwisata danau toba yang berada di Provinsi Sumatera Utara.

Dengan adanya strategi komunikasi Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang baik maka hasilnya akan baik pula. Hal Demikian juga yang akan meningkatkan citra Pariwisata Danau Toba sebagai destinasi wisata internasional.

Pariwisata Danau Toba memiliki berbagai macam jenis wisata yang tersedia. Berbagai macam jenis pariwisata yang ada dikawasan Danau Toba membuat pemerintah untuk membuat suatu kegiatan yang dapat meningkatkan Citra Pariwisata Danau Toba sebagai destinasi wisata internasional.

Pariwisata Danau Toba adalah pariwisata danau yang terbentuk dari letusan gunung yang maha dahsyat. Untuk datang ketempat yang alami seperti Danau Toba serta mengetahui budaya yang ada disana dan mampu memberikan dampak yang baik terhadap pendapatan perekonomian daerah setempat. Pariwisata Danau Toba harus dimanfaatkan sehingga mampu mendatangkan wisatawan lokal dan mancanegara dengan meningkatkan citra pariwisata Danau Toba dengan melakukan Perencanaan terlebih dahulu.

Untuk mengetahui perencanaan Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Danau Toba Sebagai Destinasi Wisata Internasional, maka peneliti mewawancarai informan kunci 1 yang terlibat langsung, yaitu berikut pernyataan Ibu Dr. Ir. Hj. Hidayati, M.Si, :

“Sebelum melaksanakan sebuah kegiatan yang dapat membantu meningkatkan citra pariwisata danau toba kami juga memerlukan persiapan terlebih dahulu yaitu sebuah perencanaan, contohnya dengan mengundang para instansi yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan yang akan kami laksanakan, agar pada saat pelaksanaan kegiatan tersebut dapat terlaksana apabila instansi yang dilibatkan mau bekerja sama dan ikut mendukung. Beberapa upaya juga akan kita gunakan untuk meningkatkan citra pariwisata danau toba seperti melakukan promosi lewat media elektronik, dan media cetak dan mengadakan kegiatan disekitar kawasan danau toba, sehingga lewat kegiatan tersebut dapat mendatangkan lebih banyak wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara Untuk berwisata ke Danau Toba serta dapat membantu perekonomian warga setempat bila mencapai target angka wisata yang datang ke wisata Danau Toba ”

Adapun pernyataan lain dari informan kunci kedua yaitu Bapak Drs. H Muchlis, M.Si kurang lebih sama dengan apa yang disampaikan oleh informan kunci 1 Ibu Dr. Ir. Hj. Hidayati, M.Si, beliau mengatakan bahwa:

“Setiap akan melaksanakan kegiatan kami selalu merencanakan terlebih dahulu dengan matang, merencanakan apa saja yang diperlukan dalam melaksanakan kegiatan dan mengadakan rapat serta mengundang para instansi yang terlibat didalam pelaksanaan kegiatan yang akan kami laksanakan , dengan membuat rencana terlebih dahulu lalu setelah itu melaksanakan sebuah kegiatan, dan berharap dari kegiatan yang sudah terlaksana dapat mendatangkan wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.

Sesuai dengan informasi yang disampaikan informan, berikut ini merupakan beberapa tahapan kegiatan yang dilakukan Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara dalam upaya meningkatkan citra Pariwisata Danau Toba sebagai destinasi Pariwisata Internasional :

1. Produk

Yang dimaksud produk dalam wisata adalah segala fasilitas yang didapatkan oleh para wisatawan selama berwisata. Perencanaan produk oleh Humas Dinas Kebudayaan dan Parwisata Provinsi Sumatera Utara salah satunya adalah pembenahan lingkungan dikawasan wisata danau toba agar lebih tertata serta lebih kelihatan rapi bila perlu di pinggiran kawasan danau toba disediakan tempat duduk secara gratis untuk umum, sehingga memudahkan wisatawan apabila lelah karena jalan-jalan kesana kemari dan apabila mencari tempat duduk untuk sambil menikmati pemandangan kawasan danau toba dapat diakses secara mudah, pembangunan toilet umum juga diperlukan karena dikawasan danau toba sangat jarang ditemui toilet umum sehingga masih menyulitkan wisatawan

yang berkunjung ke danau toba. Pernyataan berikut di ungkapkan oleh informan kunci 2 Drs. H. Muchlis M.Si (6 Juli2018)

“Lingkungan Pariwisata Danau Toba saat ini sudah tidak seperti dulu lagi, wisata danau toba saat ini sudah mengalami peningkatan pembangunan yang sangat signifikan. Pembangunan tersebut dapat dilihat dari lingkungannya yang sudah ditata sehingga sudah terlihat semakin rapid an untuk toilet umum juga sudah semakin diperbanyak sehingga para wisatawan tidak sulit apabila mencari toilet umum”

Hal ini juga disampaikan oleh informan pendukung yaitu Malques sebagai wisatawan mancanegara yang tertarik untuk mengunjungi wisata danau toba dikarenakan danau toba sudah benar-benar dibenahi oleh pemerintah yang sudah mengalami pembangunan beberapa fasilitas yang dibutuhkan wisatawan yang datang berwisata ke danau toba

“Yang membuat saya tertarik untuk mengunjungi wisata danau toba ini adalah karena wisata ini memiliki pemandangan yang sangat indah tidak kalah jauh dari tempat wisata yang berada diluar negeri. Dan sangat mudah diakses dikarenakan fasilitas yang sudah disediakan oleh pemerintah dan pihak swasta berupakapal untuk penyebrangan. Kawasan wisata danau toba ini betul betul dikelola oleh pemerintah. Dilihat dari pembangunan fasilitasnya yang terus mengalami peningkatan yang signifikan. Dan juga kebersihan pelayanan betul betul kami rasakan.” (13 Juli 2018)

2. Tempat

Merupakan salah satu yang perlu diperhatikan dalam perencanaan strategi komunikasi. Jika sebuah produk harus memperhatikan tempatnya untuk menjadi pasar bagi produk wisata yang bersangkutan, maka dalam pariwisata, Melakukan kerja sama dengan beberapa agen-agen perjalanan merupakan salah satu bentuk perencanaan Humas Dinas Kebudayaan Dan

Pariwisata Provinsi Sumatera Utara untuk meningkatkan citra pariwisata DanauToba sebagai destinasi wisata internasional.

Pernyataan dibawah ini diungkapkan oleh : Pak Muchlis (6 Juli 2018) “Untuk agen perjalanan kami bekerja sama dengan Travel Mutiara Holiday, dimana agen ini yang akan menjelaskan dan mengantarkan para wisatawan ke lokasi wisata Danau Toba”.

Hal ini juga disampaikan oleh ibu Dr. Ir. Hj Hidayati M.Si sebagai kepala Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara bahwa ada beberapa rekan kerja yang ikut serta dalam proses promosi yang dilakukan oleh Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara (10 Juli 2018)

“yang ikut terlibat dalam mempromosikan wisata danau toba ialah selain dari pemerintah Sumatera Utara sendiri kami juga mempunyai rekan kerja yang ikut serta dalam mempromosikan pariwisata Danau Toba yaitu Pesona Indonesia.

3. Promosi

Promosi merupakan kegiatan untuk menciptakan ketertarikan, untuk itu dibutuhkan komunikasi yang baik dan jelas antara produsen dan konsumen mengenai produk yang akan ditawarkan. Dengan dilakukannya promosi, akan meningkatkan kunjungan wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara , tentunya melalui media komunikasi yang sekarang menjadi point penting dalam melakukan promosi. Perencanaan Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara dalam upaya meningkatkan citra pariwisata danau toba sebagai destinasi wisata internasional adalah :

- a. *Advertising* meliputi iklan-iklan yang dipasang di media Elektronik, media social, dan media cetak.
- b. *Public Relation* merupakan kegiatan pameran seperti festival Danau Toba, Samosir Jazz Season, Pesta Bunga dan Buah.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada informan kunci di kantor humas dinas kebudayaan dan pariwisata provinsi sumatera utara. Peneliti mengetahui beberapa perencanaan strategi komunikasi humas dinas kebudayaan dan pariwisata provinsi sumatera utara yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti. Perencanaan strategi komunikasi humas dinas kebudayaan dan pariwisata provinsi sumatera utara dalam upaya meningkatkan citra pariwisata danau toba sebagai destinasi wisata internasional yaitu adanya perubahan pembangunan-pembangunan fasilitas-fasilitas yang ada di wisata danau toba seperti dikawasan lingkungan danau toba yang sudah mulai tertata rapi, dan toilet umum yang sudah dibangun dan masih banak yang lainnnya.

4.1.3.2 Pelaksanaan Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Danau Toba Sebagai Destinasi Wisata Internasional

Dalam perencanaan strategi komunikasi yang telah disusun oleh Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara merupakan kegiatan komunikasi seperti: *Advertising*, dan *Public Relation*.

a. *Advertising*

Advertising meliputi iklan-iklan yang dipasang di media luar ruang, media sosial, dan media cetak. Agar objek wisata Danau Toba dikenal kalangan luas adalah dengan melakukan *advertising* melalui media sosial dengan menggunakan website, media cetak dengan menggunakan brosur dan media elektronik dengan menggunakan radio dan televisi, media menggunakan baliho. Berdasarkan data yang diperoleh, Dinas Pariwisata sendiri sudah melakukan pengiklanan melalui Pesona Indonesia. Pernyataan ini di ungkapkan oleh bapak Drs. H Muchlis, M.Si:

”kita ada menggunakan media luar ruang seperti baliho , dan menggunakan media iklan seperti brosur , Radio, televisi dengan melakukan pengiklanan melalui Pesona Indonesia dan internet melalui website” (6 Juli 2018)

Hal yang disampaikan oleh informan kunci yaitu Ibu Dr. Ir. Hj. Hidayati, M.Si selaku kepala humas dinas kebudayaan dan pariwisata provinsi sumatera utara tidak terlalu jauh berbeda dengan pernyataan informan kunci pertama, agar objek wisata Danau Toba dikenal kalangan luas adalah dengan melakukan *advertising*.

Berikut pernyataan Ibu Dr. Ir. Hj. Hidayati, M.Si :

“kami melakukan promosi melalui media luar ruang yaitu dengan menggunakan baliho, media sosial yaitu melalui website , dan media cetak melalui brosur, media elektronik berupa televisi dan radio juga kita gunakan untuk mempromosikan pariwisata danau toba” (10 Juli 2018)

Hal ini juga disampaikan oleh Siliq sebagai informan pendukung wisatawan mancanegara yang mengetahui pariwisata danau toba melalui

promosi yang dilakukan oleh Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara (13 Juli 2018)

“Untuk informasi mengenai wisata danau toba ini dan event yang diselenggarakan saya selalu dapatkan informasi melalui media elektronik, media sosial, dan media cetak juga”

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Revky Areva sebagai informan pendukung wisatawan lokal yang mengetahui pariwisata danau toba melalui promosi yang dilakukan oleh Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara (13 Juli 2018)

Berikut pernyataan Revky Areva :

“Informasi mengenai pariwisata danau toba saya dapatkan melalui media sosial, karena banyak yang menyebarkan informasi tentang kegiatan atau informasi mengenai pariwisata danau toba lewat media sosial.”

3. Public Relations

Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara membuat pemberitaan di surat kabar tentang akan diadakannya event Festival Danau Toba, samosir Jazz Season, dan Pesta Bunga dan Buah sebagai salah satu upaya promosi untuk meningkatkan Citra Pariwisata Danau Toba sehingga mendatangkan banyak kunjungan wisatawan mancanegara ke Danau Toba Sumatera Utara. Hal ini juga dilakukan untuk menginformasikan kepada masyarakat luas. Setelah event berlangsung, media juga banyak memberitakan tentang pelaksanaan event. Dengan adanya pemberitaan mengenai kegiatan event ini baik di media lokal maupun nasional tentunya membuat masyarakat semakin antusias untuk mengunjungi dan menyaksikannya secara langsung.

Public relation merupakan kegiatan yang meliputi penyelenggaraan acara yang disponsori oleh beberapa pihak produsen dan mitra kerja sama yang melibatkan masyarakat seperti yang diungkapkan oleh bapak Drs. H. Muchlis, M.Si kepala bidang bina pemasaran pariwisata (6 juli 2018)

“ yang menjadi mitra kerja kami dan menjadi sponsor dalam setiap kegiatan yakni pesona Indonesia”.

Hal yang disampaikan oleh informan kunci yaitu Ibu Dr. Ir. Hj. Hidayati, M.Si selaku kepala humas dinas kebudayaan dan pariwisata provinsi sumatera utara bahwa bekerja sama dengan Pesona Indonesia yang menjadi sponsor dalam kegiatan yang diadakan diwisata Danau Toba.(10 Juli 2018)

“ yang ikut terlibat dalam mempromosikan wisata danau toba yaitu selain dari pemerintah provinsi sumatera utara sendiri, kami juga memiliki mitra kerja yang ikut serta dalam mempromosikan wisata danau toba. Selain itu mitra ini ikut terlibat menjadi sponsor dalam kegiatan yang kami selenggarakan”

Kegiatan yang diadakan juga tidak lepas dari peran mitra kerja sama Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara. Beberapa strategi kegiatan rutin yang dilaksanakan adalah salah satunya festival danau toba, samosir Jazz Season, dan Pesta Bunga dan Buah, seperti yang dikemukakan oleh Drs. H. Muchlis, M.Si Kabid Bina Pemasaran Pariwisata. (6 juli 2018)

“Kegiatan rutin yang kami laksanakan yakni festival danau toba,samosir Jazz Season, dan Pesta Bunga dan Buah”

Diungkapkan oleh ibu Dr. Ir. Hj. Hidayat M.Si selaku kepala Humas dinas kebudayaan dan pariwisata provinsi sumatera utara bahwa

salah satu strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas dinas kebudayaan dan pariwisata provinsi sumatera utara ialah dengan mengadakan kegiatan festival danau toba, samosir Jazz Season, dan Pesta Bunga dan Buah yang dalam kegiatan kegiatan ini terdapat beberapa lomba yang diadakan oleh panitia pelaksana. (10 juli 2018)

“kegiatan strategi komunikasi yang kami lakukan saat ini guna untuk meningkatkan citra pariwisata danau toba yaitu kami melakukan kegiatan promosi baik melalui media elektronik maupun non elektronik. Salah satu contohnya kami melaksanakan kegiatan tahunan, kami mengundang banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung ke wisata danau toba yakni, festival danau toba, samosir Jazz Season, dan Pesta Bunga dan Buah.”

Peneliti akan menjabarkan kegiatan kegiatan yang sudah dilaksanakan oleh Humas dinas Kebudayaan dan Pariwisata provinsi sumatera utara, yaitu :

- a. Festival Danau Toba

Gambar 4.8

Acara Festival Danau Toba



Sumber : Dokumentasi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Sumatera Utara

Festival Danau Toba merupakan acara yang rutin setiap tahunnya. Acara ini digelar antara bulan Agustus-September. Acara ini dihadiri oleh Bupati Kabupaten Simalungun, tokoh adat Batak Toba dan juga tokoh-tokoh penting yang ada di Sumatera Utara. Selain dari pada itu, acara ini juga turut di meriahkan oleh artis-artis papan atas ibu kota. Dalam acara Festival Danau Toba biasanya diadakan berbagai macam pertunjukan seni budaya dan juga lomba bagi masyarakat seperti lomba “Manortor” (tarian suku batak toba),lomba hias perahu, beragam kuliner dan berbagai atraksi-atraksi lainnya, serta kain ulos pada saat acara berlangsung. Keberlangsungan event ini sangat tergantung kepada partisipasi masyarakat sebagai kelompok yang memegang peranan penting dalam membantu progam pemerintah dalam sektor pariwisata di Danau Toba. Festival Danau Toba merupakan salah satu contoh nyata dari bentuk partisipasi masyarakat desa Parapat. Bentuk partisipasi lainnya adalah masyarakat Parapat sebagai pemilik atraksi budaya yang akan di konsumsi oleh wisatawan, penyedia akomodasi dan jasa guiding, kerajinan tangan dan kebersihan yang merupakan daya tarik wisata. Kegiatan Festival Danau Toba ini diharapkan mampu menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung. Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara sendiri menargetkan 1 juta wisatawan mancanegara di tahun 2018-2019. Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Utara akan terus berbenah agar selalu dapat meningkatkan citra pariwisata Danau Toba sebagai destinasi wisata Internasional. Dari beberapa kegiatan

diatas dapat dilihat bahwa beberapa semua upaya yang di rencanakan Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terlaksana.

b. Festival Samosir Jazz Season

Gambar 4.9

Acara Festival Samosir Jazz Season



Sumber : Dokumentasi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Sumatera Utara

Samosir Jazz Season merupakan acara yang rutin setiap tahunnya diselenggarakan. Acara ini digelar bulan Oktober. Acara ini dihadiri oleh Bupati Kabupaten Simalungun, tokoh adat Batak Toba dan juga tokoh-tokoh penting yang ada di Sumatera Utara. Selain dari pada itu, acara ini juga turut di meriahkan oleh artis-artis papan atas ibu kota salah satunya yaitu penyanyi Petra Sihombing. Samosir Jazz Season menampilkan lagu-lagu jazz yang banyak diketahui masyarakat. Keberlangsungan event ini sangat tergantung kepada partisipasi masyarakat sebagai kelompok yang memegang peranan penting dalam membantu progam pemerintah dalam sektor pariwisata di Danau Toba. Samosir Jazz Season merupakan salah

satu contoh nyata dari bentuk partisipasi masyarakat setempat. Bentuk partisipasi lainnya adalah masyarakat juga ikut tampil dalam meriahkan acara Samosir Jazz Season. Kegiatan Samosir Jazz Season ini diharapkan mampu menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung. Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara sendiri menargetkan 1 juta wisatawan mancanegara di tahun 2018-2019. Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Utara akan terus berbenah agar selalu dapat meningkatkan citra pariwisata Danau Toba sebagai destinasi wisata Internasional. Dari beberapa kegiatan diatas dapat dilihat bahwa beberapa semua upaya yang di rencanakan Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terlaksana.

Gambar 4.10

Penampilan penyanyi Petra Sihombing dalam acara Festival Samosir Jazz Season



Sumber : Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara

c. Festival Pesta Bunga dan Buah

Gambar 4.11

Festival Pesta Bunga dan Buah



Sumber : Dokumentasi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Sumatera Utara

Festival Bunga dan Buah dikenal dengan nama Pesta Thanksgiving. Acara ini digelar sebagai ucapan rasa syukur terima kasih kepada Tuhan atas hasil panen yang melimpah. Festival yang diselenggarakan pada bulan Juli ini juga dikenal dengan sebutan Bumi Turang oleh masyarakat Karo. Artinya berbudaya pertanian (agrikultur) serta memiliki alam pegunungan yang subur penghasil bunga, buah, dan sayur untuk memenuhi kebutuhan produk pertanian di Sumatera Utara. Di festival ini, masyarakat Karo akan menyiapkan makanan khas daerah seperti gulai daging, ikan, lemang ketan, *cimpa*, tapai, hingga buah-

buah untuk dinikmati bersama seluruh anggota keluarga dan tamu undangannya.

Selain itu, mereka juga memakai pakaian yang paling indah, menghiasi rumah dan lingkungannya dengan bunga-bunga serta lambai-lambai (daun aren muda), dan menyelenggarakan pertunjukan gendang guro-guro aron secara bersama-sama.

Event ini berskala internasional karena berada di dekat 10 destinasi prioritas, di agenda liburan, tentunya dengan penekanan pada sisi pemanfaatan bunga, buah, dan sayur sebagai daya tarik wisata. Dengan latar belakang ini, Festival Bunga dan Buah memadukan peran serta kecamatan se-Kabupaten Karo dalam pawai kontingen dan karnaval kendaraan hias.

Konvoi kendaraan hias dari 17 kecamatan se-Kabupaten Karo akan menjadi acara pembuka Festival Bunga dan Buah. Rute pawainya yakni Jalan Udara-Jalan Veteran-Jalan Gundaling-Taman Mejuah-juah. Setiap kontingen akan menampilkan produk unggulan yang dihias sedemikian rupa menggunakan bunga, buah, dan sayur saat pawai. Ada delapan jenis perlombaan yang akan memeriahkan Pesta Bunga dan Buah, Antara lain festival kendaraan hias, pawai kontingen, penataan stan pameran, Putri Bunga, sado hias, festival kuliner khas Karo, lomba merangkai bunga, buah, sayur, festival lampion *handmade*, dan lomba paduan suara Ingan Bunga Ertangke.

Menteri Pariwisata Arief Yahya dan Kemenpar turut menyambut dengan baik dan menghadiri penyelenggaraan Festival Bunga dan Buah.

Gambar 4.12

konvoi kendaraan hias dari 17 kecamatan se-Kabupaten Karo pada saat acara pembukaan Festival Bunga dan Buah



Sumber : Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara

4.1.3.3. Evaluasi Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Danau Toba Sebagai Destinasi Wisata Internasional.

Setelah penulis mengetahui perencanaan strategi komunikasi yang disusun oleh Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara, dan pelaksanaan kegiatan yang sudah dilaksanakan maka berikut ini hasil dari penerapan strategi komunikasi terdapat jumlah peningkatan pengunjung wisata Danau Toba.

hal ini serupa dengan apa yang dikatakan oleh Kepala Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Ibu Dr. Ir. Hj. Hidayati, M.Si bahwa strategi yang mereka rencanakan dan pelaksanaan dari strategi tersebut menghasilkan jumlah pengunjung wisata yang sangat signifikan.

Untuk mengetahui Evaluasi Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Danau Toba Sebagai Destinasi Wisata Internasional, maka peneliti mewawancarai informan kunci pertama yang terlibat langsung, yaitu berikut pernyataan Ibu Dr. Ir. Hj. Hidayati, M.Si :

“menurut saya peningkatan jumlah pengunjung wisata Danau Toba pada saat ini mengalami peningkatan yang sangat signifikan dibuktikan dengan data yang kita peroleh bahwa pengunjung wisata di Danau Toba saat ini meningkat, walaupun bulan ini sempat terjadi bencana tenggelamnya kapal km sinar bangun yang bisa saja merusak citra pariwisata danau toba dan membuat wisatawan lokal dan mancanegara enggan atau bisa saja jadi takut untuk berwisata ke Danau Toba, tetapi kita dengan cepat menghimbau kepada pihak swasta agar mengikuti peraturan apabila mengangkut para wisatawan yang akan menumpang setiap kapal yang berada dikawasan wisata danau toba agar tidak terulang kembali tragedi tersebut, serta melalui promosi event yang akan kita selenggarakan yaitu festival danau toba, Samosir jazz season dan Pesta Bunga dan Buah dapat meningkatkan citra Pariwisata danau toba. Dan berharap dengan meningkatkan citra pariwisata danau toba kami bisa mencapai target pada tahun 2018-2019 untuk mendatangkan 1 juta pengunjung pariwisata danau toba baik wisatawan internasional maupun wisatawan local”

Sementara itu pernyataan lain dari informan kunci kedua yaitu Bapak Drs. H Muchlis, M.Si kurang lebih sama dengan apa yang disampaikan oleh informan kunci pertama Ibu Dr. Ir. Hj. Hidayati, M.Si, beliau mengatakan bahwa:

“Melalui kegiatan yang kami laksanakan tiap tahunnya kami berharap dapat meningkatkan Data kunjungan wisata seperti data kunjungan yang saat ini kami peroleh menunjukkan bahwa ada peningkatan kunjungan dari wisatawan mancanegara setiap tahunnya walaupun tidak sebanyak pada tahun 2014, dikarenakan pada tahun 2015 sempat terjadi bencana

meletusnya gunung sinabung sehingga berdampak terhadap ke wisatawan yang ingin mengunjungi wisatawan danau toba, akan tetapi seiringnya waktu berlalu dengan strategi komunikasi yang kami lakukan dapat perlahan lahan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara. kami juga berharap dengan membuat kegiatan yang berbeda dapat menarik minat wisatawan untuk tetap datang mengunjungi wisatawan ke danau toba melalui kegiatan berbeda yang kami laksanakan seperti festival pasir putih sehingga tidak membuat para wisatawan merasa bosan dengan kegiatan atau event yang sudah ada tiap tahunnya, akan tetapi kegiatan festival danau toba yang selalu diadakan tiap tahun juga selalu membuat tema yang berbeda agar wisatawan juga tetap antusias menghadiri festival danau toba yang dalam setahun selalu di adakan ditempat yang berbeda namun tetap di kawasan Danau Toba. Untuk itu kami berharap lewat kegiatan dan promosi yang kami lakukan dapat meningkatkan citra pariwisata melalui bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Danau Toba”.

Peningkatan jumlah wisatawan tersebut dapat dilihat ditabel berikut :

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa pada pada tahun 2013-2014 terjadi peningkatan wisatawan. Tetapi ditahun 2015 mengalami penurunan yang signifikan dikarenakan adanya bencana alam berupa erupsi gunung sinabung dimana jumlah wisatawan turun dari 270.837 orang menjadi 229.288 orang saja. Tetapi dengan adanya strategi yang bagus dari pihak Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara, jumlah wisatawan perlahan meningkat dan terus mengalami peningkatan sampai tahun 2017; meskipun belum mencapai jumlah maksimal pada tahun 2014.

Dalam proses evaluasi setiap rencana dan kegiatan yang dilaksanakan ada beberapa pihak yang terlibat antara lain : Angkasa Pura, Airlines, Travel Agent, dan sebagainya, fungsinya sebagai pendukung kegiatan yang dilaksanakan oleh Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara dikarenakan melalui instansi tersebut dapat membantu para wisatawan agar lebih mudah datang berkunjung ke wisata Danau Toba. Serta pemerintah Provinsi Sumatera

Utara juga ikut serta dalam mengawasi kegiatan tersebut dan juga pihak lain seperti LSM, maupun masyarakat selaku pelaku pariwisata itu sendiri.

Bahan-bahan yang dijadikan acuan Evaluasi diperoleh dari berbagai macam sumber. Selain data resmi yang dimiliki Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara, data-data non resmi yang diperoleh melalui media sosial juga dapat menjadi acuan Evaluasi.

4.2 Pembahasan

Pada hasil penelitian telah disajikan data data hasil wawancara peneliti dan informan yang telah di himpun melalui penelitian selama kurang lebih dua bulan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi oleh humas dinas kebudayaan dan pariwisata sumatera utara dalam meningkatkan citra pariwisata danau toba berupa meningkatnya kunjungan wisata mancanegara ke wisata danau toba. Terkait dengan rumusan masalah pada bab pertama, pembahasan dari hasil penelitian ini akan dijelaskan oleh peneliti sebagai berikut.

4.2.1 Strategi Komunikasi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Sebagai Destinasi Wisata Internasional.

Dalam meningkatkan citra pariwisata danau toba dapat dilihat bahwa pengunjung wisata mengalami yang signifikan. Walaupun sempat terjadi penurunan di tahun 2015 dikarenakan meletusnya gunung sinabung sehingga

jumlah kunjungan wisatawan danau toba menurun. Dan ditahun 2016-2017 jumlah pengunjung wisata danau toba mengalami peningkatan.

Peningkatan kunjungan wisatawan tersebut tidak lepas dari strategi komunikasi yang telah di rencanakan oleh humas dinas kebudayaan dan pariwisata provinsi sumatera utara. Adapun tiga komponen yang menjadi perencanaan Strategi Komunikasi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara yaitu, Perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Berikut penjelasannya berdasarkan hasil penelitian.

Startegi komunikasi yang dilakukan Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatra utara dalam upaya meningkatkan citra melalui kegiatan yang dibawah ini :

1. Produk

Produk merupakan komponen utama yang harus diperhatikan dan direncanakan dengan baik. Produk pada dasarnya adalah segala hal yang dapat dipasarkan yang dapat memuaskan konsumennya ketika dipakai atau digunakan. Suatu produk tidak saja merupakan objek-objek yang dapat dilihat namun merupakan suatu gabungan dari berbagai manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen yang tidak saja bersifat fungsional namun juga kebutuhan sosial dan psikologi. Morissan, (2012:75)

Seperti yang telah disajikan sebelumnya, produk wisata adalah segala fasilitas yang didapatkan oleh wisatawan selama berada dalam kawasan wisata tersebut. Perencanaan produk Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara salah satunya adalah penataan

lingkungan di kawasan danau toba , dan pembangunan wc umum. Tiap produk wisata tentu memiliki produk penunjang yang mendukung produk wisata pokok tersebut agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung wisata dan peningkatan penjualan. Jika pariwisata Danau Toba produk pokoknya merupakan wisata bahari dan alam. Maka produk penunjangnya adalah fasilitas seperti yang dijelaskan sebelumnya.

Semakin kuat daya tarik produk penunjang maka akan semakin kuat daya tarik orang untuk berkunjung ke produk wisata tersebut. Walaupun hanya sebagai pendukung dan mendapatkan penghasilan sampingan, namun hal ini dapat berpengaruh besar untuk menjual produk utama.

2. Tempat

Tempat atau saluran distribusi merupakan segala perantara yang berpotensi dalam pasar, termasuk perusahaan angkutan yang secara bersama melayani wisatawan bila mereka membeli suatu paket wisata dan kemudian membawanya ke daerah tujuan wisata. Yoeti, (2013:6) ketersediaan produk pada saat diperlukan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Humas Dinas kebudayaan dan pariwisata Provinsi Sumatera Utara bekerja sama dengan Pesona Indonesia dan Agen Travel yang akan memberikan penjelasan dan mengantarkan wisatawan ke wisata Danau Toba.

3. Promosi

Merupakan hal yang sangat penting dan perlu di perhatikan dalam pelaksanaan pemasaran suatu produk pariwisata. Dalam hal ini promosi yang masuk dalam perencanaan Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara dalam upaya meningkatkan citra pariwisata danau toba sebagai destinasi wisata internasional adalah:

a. *Advertising*

Dalam beriklan yang pertama dilakukan oleh Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara yaitu menetapkan tujuan periklanan, tujuan tersebut merupakan keputusan awal, dengan melihat keadaan calon wisatawan. Selanjutnya Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara membuat anggaran periklanan agar lebih terarah dan tepat sasaran. Dalam beriklan Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara menggunakan media untuk melakukan promosi dengan melakukan kerja sama dengan Pesona Indonesia yang merupakan Brand Indonesia. Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara melakukan promosi dengan melibatkan media sosial, media cetak, dan media elektronik

b. *Public relation*

Merupakan penyelenggaraan acara yang disponsori oleh pihak produsen dan yang melibatkan masyarakat. Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara telah

melakukan banyak kegiatan yaitu kegiatan festival danau toba, samosir jazz season, serta pesta bunga dan buah. Kegiatan ini diselenggarakan langsung di lokasi wisata danau toba. Dalam hal tersebut melibatkan sponsor untuk menunjang kegiatan yang dilaksanakan. Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara berusaha menyajikan dan menampilkan yang terbaik dalam setiap mengadakan kegiatan, karena setiap apa yang di tampilkan akan di lihat oleh masyarakat. Sehingga citra wisata danau toba dapat meningkat dan bisa semakin dikenal dan mampu menarik wisatawan lebih banyak lagi.

Gambar 4.13

Model Perencanaan Strategi Komunikasi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Sebagai Destinasi Wisata Internasional.



Sumber : Penelitian, 2018

4.2.2 Pelaksanaan Strategi Komunikasi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Sebagai Destinasi Wisata Internasional.

Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera utara merencanakan

berbagai macam strategi yang dapat mendukung usahanya dalam proses meningkatkan citra pariwisata danau toba.

Setelah menentukan strategi komunikasi pemasarannya, Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera utara membuat strategi komunikasi untuk dilaksanakan. Dalam pelaksanaannya, Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara tidak melakukannya dengan sendiri melainkan terdapat berbagai stakeholder untuk membantu meningkatkan citra pariwisata Danau Toba dengan cara mendatangkan wisatawan mancanegara yang menjadi target dari strategi komunikasi.

Setelah peneliti melihat pelaksanaan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera utara yang dilaksanakan menjadi dua bagian yaitu :

a. Promosi

Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera utara menerapkan dengan memasang iklan dimedia massa, media sosial, dan media cetak. Menurut pak muchlis kepala bidang bina pemasaran pariwisata, agar objek wisata danau toba dikenal dikalangan luas adalah dengan melakukan advertising melalui media sosial. Berdasarkan data

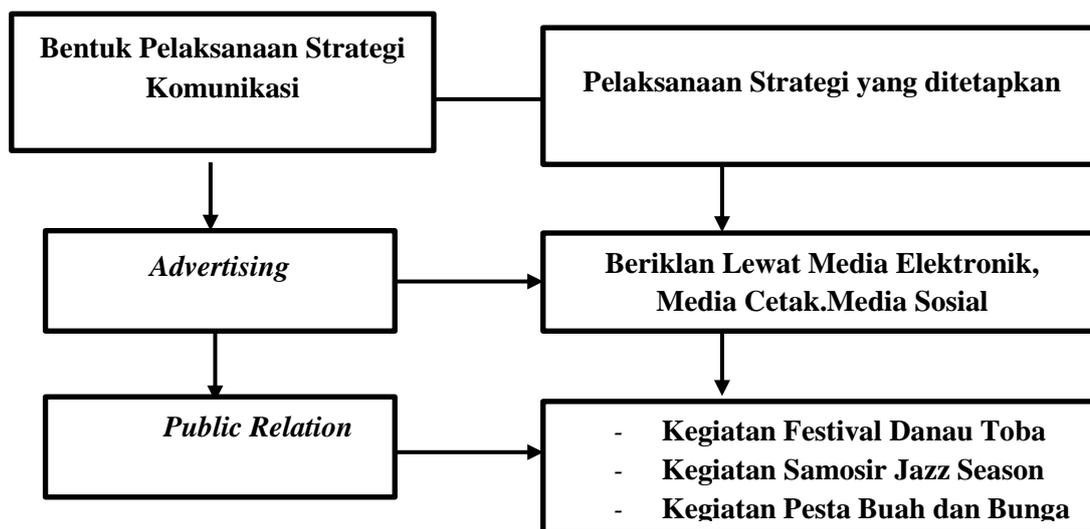
yang diperoleh, Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera utara sudah melakukan pengiklanan melalui Pesona Indonesia

b. *Public Relation*

Merupakan penyelenggaraan acara yang disponsori oleh pihak produsen dan yang melibatkan masyarakat. Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara telah melakukan banyak kegiatan yaitu kegiatan festival danau toba, samosir jazz season, serta pesta bunga dan buah. Kegiatan ini diselenggarakan langsung di lokasi wisata danau toba. Dalam hal tersebut melibatkan sponsor untuk menunjang kegiatan yang dilaksanakan. Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara berusaha menyajikan dan menampilkan yang terbaik dalam setiap mengadakan kegiatan, karena setiap apa yang di tampilkan akan di lihat oleh masyarakat. Sehingga citra wisata danau toba dapat meningkat dan bisa semakin dikenal dan mampu menarik wisatawan lebih banyak lagi.

Gambar 4.14

Model Pelaksanaan Strategi Komunikasi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Sebagai Destinasi Wisata Internasional.



Sumber : Penelitian, 2018

4.2.3 Evaluasi Strategi Komunikasi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Sebagai Destinasi Wisata Internasional.

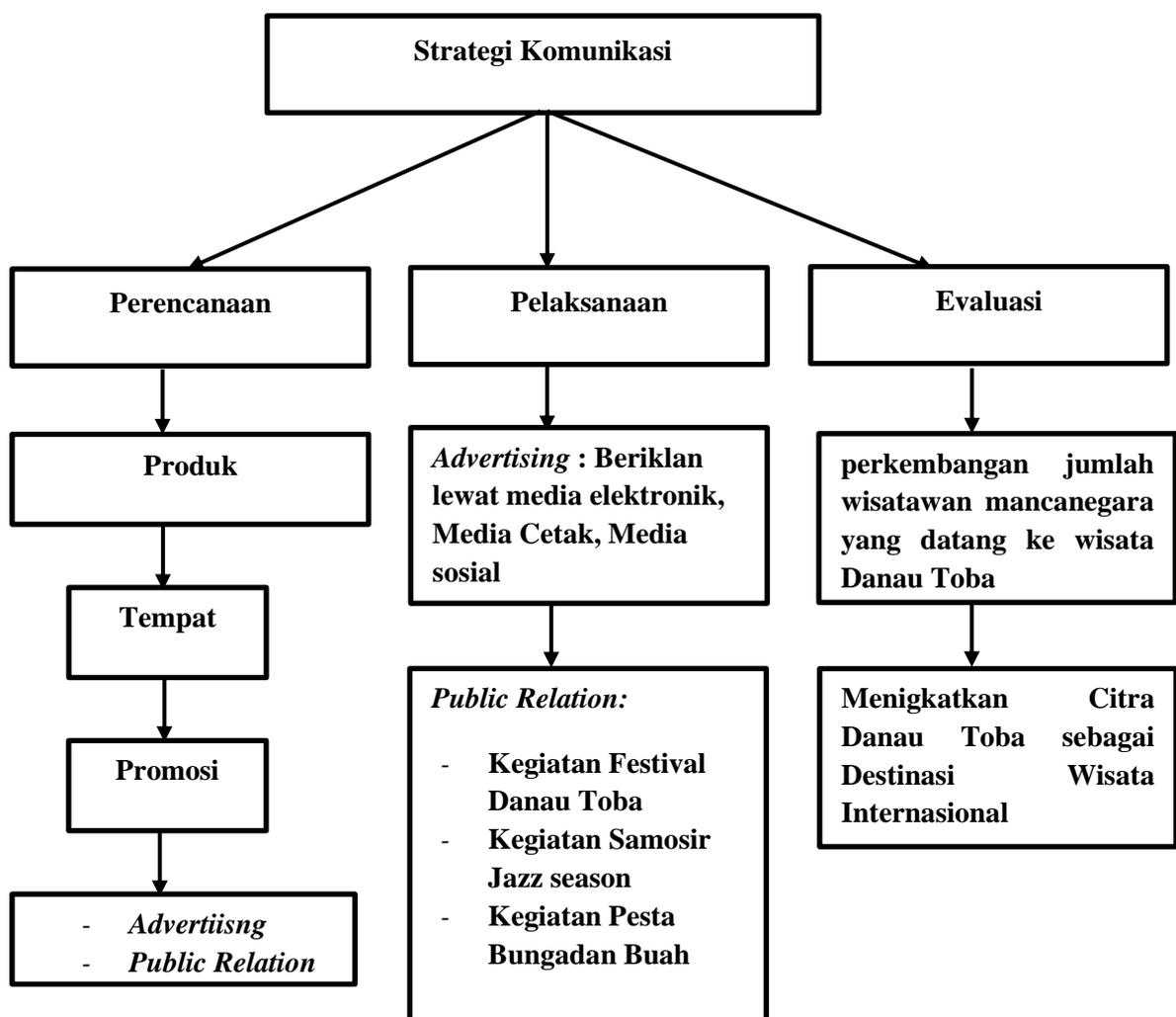
Dalam setiap kegiatan, Evaluasi sangat dibutuhkan untuk merencanakan kegiatan yang akan dilakukan untuk kedepannya. Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara selalu melakukan Evaluasi setelah kegiatan yang dilaksanakan. Banyak hal yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan kegiatan, evaluasi yang dilakukan seperti pada tempat proses dalam kegiatan komunikasi, dan media yang digunakan.

Strategi Komunikasi yang sudah direncanakan dan juga diterapkan oleh Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara menunjukkan

bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara dalam upaya meningkatkan citra pariwisata danau toba sebagai destinasi wisata internasional berjalan dengan lancar.

Gambar 4.15

Model Evaluasi Strategi Komunikasi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Sebagai Destinasi Wisata Internasional.



Sumber : Penelitian, 2018