BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan dan menganalisis data yang telah diperoleh dari hasil penelitian, melalui wawancara kepada orang yang bertugas mengelola website tersebut dan memilki pengetahuan mendalam tentang media online di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat untuk menjawab penelitian yang berjudul Kegiatan Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat melalui Media Online dalam menarik minat kunjungan wisatawan.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara yang dilaksanakan di lingkungan Instansi Pemerintah Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat Jl.L.L.R.E. Martadinata No. 209, Telp. (022) 7273209.7103605.7271385 Bandung 40114.

Data hasil penelitian dibagi menjadi tiga kategori sub bab, yaitu :

4.1 Analisis Deskriptif Data informan

4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

4.1 Analisis Deskriptif Identitas Informan

Pada penelitian ini data yang diperoleh dengan cara wawancara kepada 2 orang informan yaitu orang yang bertugas mengelola website tersebut dan memilki pengetahuan mendalam tentang media online di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat Untuk mengukur identitas informan dalam penelitian ini, peneliti melihat identitas informan dari demografis informan, jabatan dan masa kerja informan.

Tabel 4.1

Demografis Informan

No	Nama	Jabatan	Masa Kerja
1	Moh. Kodrat Santosa, S.Sos	Pelaksana pada seksi analisa data dan informasi Bidang Pemasaran	14 Tahun
2	Dante Syailendra	Pelaksana pada seksi pemberdayaan masyarakat pariwisata Bidang Kepariwisataan	8 Tahun

Sumber : Dokumen Pribadi (wawancara)

Dari table 4.1 keseluruhan informan berjumlah 2 orang yang berstatuskan sebagai pegawai Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Kedua orang informan adalah pegawai yang bertugas mengelola media online di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat yang dipilih secara intens melalui wawancara dan observasi bertujuan. Masing-masing informan berasal dari bidang yang berbeda yaitu Pelaksana pada seksi analisa data dan informasi Bidang

Pemasaran dan Pelaksana pada seksi pemberdayaan masyarakat pariwisata Bidang Kepariwisataan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

Moch.Kodrat Santosa., S.Sos adalah pria kelahiran Kota Cirebon 18 Januari 1971 yang bertempat tinggal komplek Griya Caraka, Antapani Bandung ini beliau sebagai staf atau pelaksana di bidang pemasaran dan bekerja di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat selama 14 tahun. Informan yang satu ini sangat menyukai sekali yang namanya dunia maya atau internet karena sesuai dengan jabatannya di bidang Pemasaran beliau adalah pelaksana di seksi analisa data dan informasi yang selalu berhubungan dengan dunia maya dan akhirnya pada akhir 2009 beliau bergabung di tim pengelola website Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat sebagai anggota pelaksana yang bertugas mengelola website tersebut dan memiliki pengetahuan mendalam tentang media online di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

Dante Syilendra adalah Pegawai Negeri Sipil kelahiran tahun 1977 beragama Islam dan sudah bekerja sebagai PNS di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat sudah memasuki tahun yang ke-8. Beliau juga menjabat sebagai pelaksana seksi pemberdayaan masyarakat pariwisata bidang Kepariwisataan pada bidang kepariwisataan, berdasarkan Surat Keputusan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat No: 556/SK/257-Pemasaran beliau juga bergabung di tim pengelola website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat yang

bertugas mengelola website tersebut dan memilki pengetahuan mendalam tentang media online di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian

Analisis deskriptif data penelitian adalah analisis pada data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan 2 orang yang memilki pengetahuan mendalam tentang media online di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Secara Umum data penelitian berisikan mengenai penjelasan dekriptif tentang rancangan pesan, si pesan, daya tarik pesan, dan kegiatan promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat melalui media online dalam menarik minat kunjungan wisatawan. Untuk lebih jelasnya, penelitian menyajikan data penelitian ke dalam penjelasan deskriptif beserta analisisnya yang dilihat dari data yang diperoleh peneliti melalui wawancara yang telah dilakukan.

4.2.1 Rancangan pesan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat melalui Media online dalam menarik minat kunjungan wisatawan.

Teknologi Informasi sebagai infrastruktur penunjang dalam upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah Provinsi Jawa Barat melalui kegiatan penggalian potensi, promosi, pemasaran dan penjualan sekaligus pengembangan wilayah melalui sektor seni, budaya dan

pariwisata. Dalam tahap ini tim pengelola website perlu melakukan penelitian dan mengumpulkan data-data tentang kepariwisataan, kesenian dan kebudayaan yang ada di Jawa Barat, seperti pendapat dari Moh. Kodrat Santosa, S.Sos "proses dalam penyampaian pesan awalnya berbentuk data base, berita, dan aplikasi pendukung lainnya"[1]. Di dalam proses penyampaian pesan tersebut seperti yang di utarakan oleh Dante Syailendra:

> "Biasanya terlebih dahulu menentukan materi yang akan disampaikan di dalam media online tersebut, melalui proses dan tahapan tertentu akan ditemukan tagline yang menarik dan bisa mengajak wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Jawa Barat yang tentunya tidak dimiliki oleh objek wisata di daerah lain "[2].

Setelah data terkumpul, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat melakukan suatu penelitian tentang keakuratan dari data tersebut. Setelah keakuratan data dapat di pertanggung jawabkan maka dilakukannya proses pembuatan pesan. Seperti pada pembuatan pesan media online, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat melakukan langkah pertama dari proses pembuatan media online yaitu melakukan pengumpulan data yang berupa data objek – objek wisata yang ada di Provinsi Jawa Barat lengkap dengan jenis wisatanya, lokasi dan juga fasilitas – fasilitas yang ada. Jadi sebelum media online

[1] Hasil wawancara dengan Moh. Kodrat Santosa, S.Sos hari kamis 17 juni 2010 pukul 09.00-12.00 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.
[2] Hasil wawancara dengan Dante Syailendra hari kamis 17 juni 2010 pukul 09.00-12.00 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

diterbitkan kepada khalayak luas, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat mempunyai beberapa cara yaitu :

1. Mengumpulkan data
2. Mencari keakuratan data
3. Melakukan proses pembuatan[3]

Dinas Pariwisata dan kebudayaan Povinsi Jawa Barat mempunyai cara dalam penyampaian pesan dimana pesan yang dikomunikasikan tentu mengharapkan respon yang positif, tidak hanya pesan sekedar pesan yang disampaikan tetapi pesan itu harus jelas dan mempunyai daya tarik tersendiri sehingga pesan yang disampaikan akan mudah dimengerti oleh komunikan. Selain tiu juga cara dalam penyampaian pesan promosinya Dinas Pariwisata dan kebudayaan Povinsi Jawa Barat menggunakan bahasa yang sederhana dan umum serta mudah di mengerti dalam penyampaian informasi mengenai pariwisata, seni, dan budaya sehingga masyarakat dapat mengetahui lebih dalam mengenai objek wisata, kesenian, dan kebudayaan yang ada di Jawa Barat.

[3] Hasil wawancara dengan Moh. Kodrat Santosa, S.Sos hari kamis 17 juni 2010 pukul 09.00-12.00 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

4.2.2 Isi Pesan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat melalui Media online dalam menarik minat kunjungan wisatawan

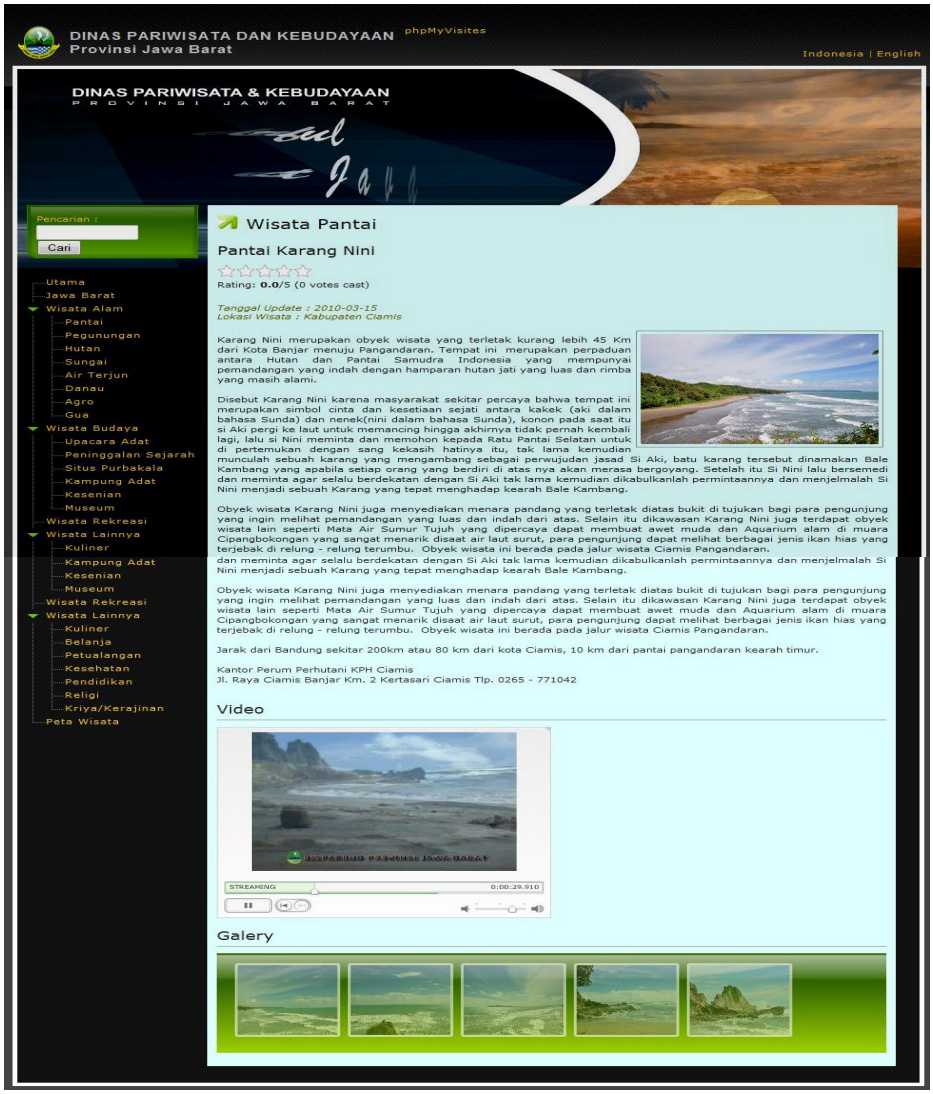
Ditinjau dari perkembangan serta kemajuan pariwisata dan kebudayaan yang ada di Jawa Barat, keaktualisasian informasi sangat penting untuk dijaga maka dari itu anggota pelaksana website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat akan selalu megupdate segala informasi terbaru mengenai kepariwisataan ataupun kebudayaan. Adapun bentuk pesan yang disampaikan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat menggunakan pesan yang terbuka dimana pesan yang disampaikan tersebut sesuai dengan situasi dan kondisi objek wisata yang ada di Jawa Barat sehingga informasi yang diperoleh masyarakat merupakan informasi yang akurat.

Kejelasan pesan dalam komunikasi persuasif mutlak ada karena tujuan pokok dalam komunikasi persuasif adalah untuk mempengaruhi orang lain dengan merubah sikap, pendapat dan tingkah laku. Untuk dapat dipahami, pesan tersebut harus jelas. Kejelasan pesan berkaitan dengan materi atau bahan yang akan disampaikan kepada komunikan. Kejelasan pesan menjadi sangat penting di dalam menyebarkan suatu pesan promosi. Karena dengan kejelasan pesan, seorang komunikan akan mengerti maksud pesan dan bahkan akan menerima pesan tersebut

apabila pesan itu sesuai dengan kebutuhannya. Pesan harus disusun teratur, merupakan kesatuan, dan ditulis jelas, dalam arti pesan harus ditulis sederhana, terang, dan jelas. Pesan dapat disampaikan dengan menggunakan istilah asing ataupun penulisan bahasa yang modern supaya pembaca tidak bosan.

Kelengkapan pesan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat sangat jelas, mudah dimengerti dan mudah diterima, hal ini ditandai dengan isi media online yang sudah mencangkup informasi secara menyeluruh tentang objek – objek wisata unggulan yang ada, bahkan juga memuat informasi tentang sarana akomodasi yang ada yang dapat mendukung kepariwisataan. Dalam menyebarkan pesan promosi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat menggunakan kata – kata sederhana dan umum yang mudah untuk dimengerti. Hal ini sesuai dengan kejelasan pesan yaitu menggunakan kalimat yang singkat dan sederhana, kata-kata yang umum, susunan ide yang memacu, pengeluaran fakta atau ide-ide yang penting, bahan atau materi yang betul-betul dikuasai.

Gambar 4.1
Salah satu objek wisata Jawa Barat



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat

Menurut salah satu informan yaitu Moh. Kodrat Santosa, S.Sos, teknik yang dipakai oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam penyampaian pesannya menggunakan teknik secara persuasif yang dijadikan dasar untuk merancang pesan yang akan

digunakan dalam mempromosikan jasa[4]. Selain itu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat harus berusaha memasukan pesannya ke dalam ingatan jangka panjang penerima pesan. Ingatan jangka panjang adalah tempat penyimpanan segala macam informasi yang telah diolah, dimana ketika memasuki ingatan jangka panjang penerima, suatu pesan sempat memodifikasi sikap dan keyakinan penerima, tentu saja pesan itu lebih dahulu memasuki ingatan jangka pendek penerima yang merupakan tempat penyimpanan berkapasitas terbatas, dan yang akan memproses berbagai saluran informasi yang masuk.

4.2.3 Daya tarik pesan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat melalui Media online dalam menarik minat kunjungan wisatawan

Pada aspek tampilan menu page menampilkan seluruh sub-sub menu sampai pada tingkatan paling bawah. Seperti yang dikatakan oleh Dante Syailendra :

> ”Setiap menu page memiliki ciri khas warna, tata letak menu dan link menu yang menginduk kepada main page, dimana menu page bergabung dengan main page, dengan list menu tetap

[4]Hasil wawancara dengan Moh. Kodrat Santosa, S.Sos hari kamis 17 juni 2010 pukul 09.00-12.00 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

> tercantum dalam setiap tampilan, kecuali beberapa menu seperti Voyage dan Culture Shop"[5].

Beberapa bagian dasar yang akan ada pada setiap menu adalah indeks isi, isi halaman utama, isi edisi tampilan yang lalu, smart tips yang berkaitan dengan menu, sub menu link, serta beberapa bagian pendukung seperti banner, menu link, web link dan sebagainya. Selain itu untuk mendukung dari tampilan tersebut yaitu dengan memasukan foto atau gambar salah satu objek wisata yang ada di Jawa Barat akan membuat tampilan dari media online tersebut lebih menarik dan membuat penasaran wisatawan.

"Kekayaan materi dan keindahan penyajian merupakan alasan lain yang membuat web memiliki daya tarik tersendiri" (Brunner dan Jevtic, 2000:130). Dengan adanya fitur-fitur yang sangat menarik di website tersebut maka akan menambah daya tarik dalam menarik minat wisatawan seperti contoh tersedianya fasilitas-fasilitas Sistem Informasi Manajemen (SIM) Pemerintah Daerah Jawa Barat melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat melalui *World Wide Web* (WWW), seperti *Search Engine, E-mail Service, Guestbook, Chat Room, Counter, File Administrator, Joint Our Newsletter, Polling Center, OnLine Time, Kurs&Valas, Climate, Web Ring & Electronic*

[5] Hasil wawancara dengan Dante Syailendra hari kamis 17 juni 2010 pukul 09.00-12.00 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

Postcard, dengan demikian masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi kepariwisataan Jawa Barat.

Gambar 4.2
Peta Wisata Jawa Barat



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat

Para ahli komunikasi mengakui bahwa keefektifan dan efesiensi media hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif (Effendy, 1993:17), selain itu kegiatan-kegiatan komunikasi informatif yakni agar orang lain mengerti dan tahu (Effendy, 1993:9). Efisien karena pada kegiatan promosi melalui media online, wisatawan dapat melihat dan menilai objek wisata serta mengetahui informasi tentang

objek wisata yang akan dikunjungi secara audio visual dengan tidak harus datang langsung ke objek wisata yang akan dikunjungi. Selain itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat juga bekerjasama dengan biro perjalanan memberikan atau menawarkan paket wisata kepada biro perjalanan yang ada di luar negeri lewat media online, ini dilakukan dengan tujuan untuk menarik minat wisatawan dari mancanegara untuk berkunjung ke Jawa Barat. Selain itu juga meningkatkan sarana dan akomodasi yang mendukung kepariwisataan. Kerjasama dengan negara Eropa, Asia dan peningkatan fasilitas dan sarana tersebut diharapkan menjadikan Indonesia sebagai negara wisata yang baik untuk dikunjungi.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat tetap berusaha untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Jawa Barat, usaha – usaha yang dilakukan untuk itu adalah berusaha untuk mengikuti event – event pariwisata di luar negeri yang bertujuan untuk memperkenalkan pariwisata dan kebudayaan Jawa Barat kepada wisatawan mancanegara, sehingga pariwisata dan kebudayaan yang ada di Jawa Barat dapat dikenal oleh wisatawan mancanegara karena menurut salah satu informan yaitu Moh. Kodrat Santosa, S.Sos: ”Komunikan atau sasaran dari kegiatan promosi tersebut

adalah wisatawan lokal pada khususnya dan wisatawan mancanegara pada umumnya[6].

Gambar 4.3
Informasi Event Unggulan Jawa Barat



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat

[6] Hasil wawancara dengan Dante Syailendra hari kamis 17 juni 2010 pukul 09.00-12.00 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

4.2.4 Kegiatan Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat melalui Media online dalam menarik minat kunjungan wisatawan

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat dalam usahanya mempromosikan objek wisata yang ada di Provinsi Jawa Barat menggunakan proses komunikasi secara sekunder yaitu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy, 1993:256). Pentingnya peranan media di dalam kegiatan promosi ini, disebabkan karena kegiatan promosi merupakan kegiatan penyebarluasan informasi, dimana khalayak sasaran dari kegiatan ini adalah khalayak yang saling berjauhan. Untuk mencapai khalayak yang saling berjauhan itu maka perlu adanya media, karena itulah media sangat dibutuhkan di dalam kegiatan promosi ini. Dengan adanya media online tersebut masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi kepariwisataan Jawa Barat. Selain itu dalam kegiatan promosinya yang dilakukan di luar negeri,

> bukan hanya memperkenalkan kebudayaan tetapi juga berusaha untuk menarik minat wisatawan dengan membuat kegiatan pameran menjadi lebih menarik seperti membuat hasil kerajinan tangan secara langsung juga memberikan hiburan seperti penyajian tarian daerah. Seperti yang di ungkapkan oleh Moh. Kodrat Santosa, S.Sos : " Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat bukan hanya dengan media online saja tetapi melalui brosur atau sebuah pameran"[7].

4.3 Pembahasan

Menurut Kotler yang dikutip oleh Jalaludin Rakhmat, beberapa faktor yang paling penting dalam melaksanakan sebuah kegiatan promosi adalah dengan merancang pesan yang baik serta pemilihan media yang efektif dan efisien (Rakhmat, 1996:247). Dalam merancang pesan yang baik komunikator harus memperhitungkan apa yang harus disampaikan kepada khalayak sasaran supaya mendapat tanggapan yang diinginkan. Untuk dapat terus mengembangkan media online tersebut maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat membuat suatu rancangan yaitu melakukan kompilasi data secara primer maupun sekunder dalam melengkapi data yang akan diolah menjadi bentuk informasi online, juga meningkatkan daya saing pariwisata Jawa Barat dan arus kunjungan wisatawan ke Jawa Barat melalui

[7] Hasil wawancara dengan Dante Syailendra hari kamis 17 juni 2010 pukul 09.00-12.00 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

pengembangan destinasi wisata yang berbasis pada potensi lokal yang meliputi Gunung, Rimba, Laut, Pantai, Sungai dan Seni Budaya **(Gurilaps)** Jawa Barat, mengefektifkan kegiatan promosi pariwisata dan seni budaya, serta menerapkan pola kemitraan dan kelembagaan dalam pengembangan produk wisata.

Isi pesan berkaitan dengan bahan atau materi yang hendak disampaikan kepada komunikan. Pesan yang dikomunikasikan tentu mengharapkan respon, tidak hanya pesan yang hanya sekedar disampaikan dan tidak perduli apakah pesan tersebut efektif atau tidak. Pesan harus jelas dan mempunyai daya tarik tersendiri sehingga komunikan yang terkena terpaan pesan akan mengerti pesan yang disampaikan. "Isi pesan diupayakan menampilkan pesan yang informatif dan menarik perhatian. Kekayaan materi dan keindahan penyajian merupakan alasan lain yang membuat web memiliki daya tarik tersendiri" (Brunner dan Jevtic, 2000:130). Teknik penulisan diteliti dengan mencermati bagaimana struktur tulisan disusun. Keakuratan pesan adalah setiap pernyataan dalam berita, nama orang dan hari, tanggal, bulan, tahun peristiwa, usia, kutipan, kalimat definitif atau setiap ekspresi dan kata-kata harus tepat dan tanpa keraguan penyajian dan fakta yang dapat dibuktikan. Dengan kata lain "keakuratan berita diartikan dengan unsur yang memuat 5W + 1H (Who, what, when, where, why, dan how)" (Charnley, 1965: 23). Komunikasi secara persuasif mempunyai tujuan untuk merubah perilaku orang lain yaitu untuk menarik minat masyarakat terhadap suatu produk baik berupa barang maupun jasa tertentu.

Dalam media online pesan yang disampaikan tersaji dalam bentuk menu. Tiap menu yang dipilih pengguna web dilengkapi dengan koneksi atau kaitan (*link*) yang teridentifikasi ke dokumen lain yang diminati. “Untuk menarik minat orang yang mengakses web, maka menu tersebut ditata dengan mempertimbangkan unsur keserasian atau kesesuaian dan unsur keindahan” (Kristianto, 2000: 21). Keberadaan gambar pada media online, selain untuk daya tarik juga merupakan lambang untuk menyampaikan maksud dan pengertian yang tidak dapat disampaikan oleh kata-kata. “Dalam kondisi tertentu gambar dapat menjadi alat yang lebih efektif untuk menyampaikan suatu pesan, karena sebuah gambar dapat menyajikan keterangan yang lebih banyak” (Moekijat, 1993: 155). Dalam rangka pengembangan dan pembinaan kepariwisataan di Indonesia, pemerintah telah pula merumuskan batasan tentang wisatawan, seperti yang dituangkan dalam Instruksi presiden No. 9 Tahun 1969 yang memberikan definisi sebagi berikut “ Wisatawan *(tourist)* adalah setiap orang yang berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungannya itu”(Yoeti,1996: 142). Industri pariwisata merupakan sektor ekonomi yang mampu mengandalkan partisipasi masyarakat banyak, juga penyediaan lapangan pekerjaan menjadi besar maka dari itu Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat telah mempunyai sasaran dalam mempromosikan pariwisatanya adapun sasarannya adalah wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara dimana wisatawan mancanegara akan menghasilkan keuntungan bagi Negara kita khususnya Provinsi Jawa Barat yaitu dengan

bertambahnya penghasilan devisa negara kita selain bertambahnya pendapatan juga dikenalnya objek wisata Indonesia khususnya daerah Jawa Barat.

Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Lupiyoadi 2006:108). Perkembangan teknologi komunikasi menjadi semakin canggih sehingga informasi dapat berpindah secara cepat karena munculnya media komunikasi baru yaitu internet sebagai media online. Kini internet telah menjadi salah satu mediator manusia untuk saling berkomunikasi dan berhubungan dengan cepat. Dengan adanya tuntutan dan kebutuhan masyarakat dalam lingkup yang tidak terbatas, dalam hal ini adalah masyarakat seni, budaya dan pariwisata, untuk mendapatkan pelayanan yang lebih cepat dalam hal akses informasi, komunikasi, transaksi, rekomendasi dan referensi untuk kepentingan mereka untuk memperpendek jarak antara masyarakat dan potensi yang ada sehingga akan terjadi peningkatan efisiensi, efektifitas dan produktifitas serta adanya tuntutan dan kebutuhan dunia seni, budaya dan pariwisata terhadap pentingnya penggunaan sistem Teknologi Informasi sebagai infrastruktur penunjang dalam upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah Provinsi Jawa Barat melalui kegiatan penggalian potensi, promosi, pemasaran dan penjualan sekaligus pengembangan wilayah melalui sektor seni, budaya dan pariwisata. Karakteristik media online memang lebih cepat dalam mempublikasikan laporan. Tetapi, memiliki sifat itu bukan berarti tidak dapat

menghasilkan mutu. Bukan berarti selalu harus menabrak kaidah jurnalistik dan lain sebagainya. Untuk memenuhi kecepatan, lalu mengambil resiko salah informasi. Tetapi, ada sebuah pengertian yang mesti diingat bahwa sesungguhnya kecepatan itu bukan parameter untuk dapat unggul dalam mengelola media. Sehubungan dengan minat masyarakat dalam menggunakan media online maka diharapkan masyarakat menaruh perhatian terhadap website secara aktif dan dinamis, pengguna media online perhatian karena merasa bahwa media online tersebut penting bagi dirinya, masyarakat perhatian terhadap website karena termotivasi oleh berbagai informasi yang diketahuinya terutama melalui media online sehingga pada akhirnya diharapkan menarik minat dalam dirinya untuk mengunjungi objek wisata Jawa Barat.