

PERAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PENYELENGGARAAN PROMOSI PARIWISATA SUMBER PODANG

(Studi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri)

Skripsi

**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**ABDUL RAHMAN
NIM. 125030607111011**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK
MINAT PERENCANAAN PEMBANGUNAN
MALANG
2018**

PERAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PENYELENGGARAAN PROMOSI PARIWISATA SUMBER PODANG

(Studi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri)

Skripsi

**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**ABDUL RAHMAN
NIM. 125030607111011**



**Dosen Pembimbing :
Dr. Suryadi, MS
Nurjati Widodo, S.AP, M.AP**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK
MINAT PERENCANAAN PEMBANGUNAN
MALANG
2018**

MOTTO

**“TIDAK PENTING APA PUN AGAMA ATAU SUKUMU.
KALAU KAMU BISA MELAKUKAN SESUATU YANG BAIK
UNTUK SEMUA ORANG,
ORANG TIDAK PERNAH TANYA APA AGAMAMU”**

(Gus Dur)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini aku persembahkan untuk

Orang tua tercinta, ibu hja. Darmawati

Yang dengan sabar menuntun anaknya hingga saat ini

Dan tiada hentinya memberikan dukungan serta memanjatkan do'a

Disetiap langkah perjalanan anaknya.....

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Peran Pemerintah Daerah Dalam Penyelenggaraan
Promosi Pariwisata Sumber Podang (Studi Pada Dinas
Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri)
Disusun oleh : Abdul Rahman
NIM : 125030607111011
Fakultas : Ilmu Administrasi
Jurusan : Administrasi Publik
Minat : Perencanaan Pembangunan

Malang, 6 Desember 2017

Komisi Pembimbing

Ketua Komisi Pembimbing



Dr. Suryadi, Ms
NIP. 19601103 198703 1 003

Anggota Komisi Pembimbing



Nurjati Widodo, S.Ap, M.Ap
NIK. 870325 03 1 2 0274



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan Majelis Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 11 Januari 2018
Jam : 09.00 – 10.00 WIB
Skripsi atas nama : Abdul Rahman
Judul : Peran Pemerintah Daerah Dalam Penyelenggaraan Promosi
Pariwisata Sumber Podang (Studi pada Dinas Pariwisata dan
Kebudayaan Kabupaten Kediri)

dan dinyatakan LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua

Dr. Suryadi, MS
NIP. 19601103 198703 1 003

Anggota

Nurjati Widodo, S.AP., M.AP
NIP. 2012018301291001

Penguji I

Dr. Tjahjanulin Domai, MS
NIP. 19531222 198010 1 001

Penguji II

Niken Lastiti V.A, S.AP, M.AP
NIP. 19610204 198601 1 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dinyatakan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 14 Desember 2017



Abdul Rahman
NIM. 125030607111011

RINGKASAN

Abdul Rahman, 2018, **Peran Pemerintah Daerah dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata Sumber Podang** (Studi di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri), Pembimbing Dr, Suryadi M.S. anggota Pembimbing: Nurjati Widodo, S.Ap, MAp 135 Hal.+ xvii

Peran pemerintah daerah dalam penyelenggaraan promosi pariwisata Sumber Podang merupakan suatu upaya dalam memperbaiki dan membantu wisata Sumber Podang dalam menyelenggarakan promosinya. Promosi tersebut berguna untuk meningkatkan pendapatan wisata Sumber Podang.

Metode penelitian menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Fokus penelitian meliputi (1) Peran pemerintah daerah dalam penyelenggaraan promosi pariwisata Sumber Podang (2) Faktor pendukung dan faktor penghambat. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan Miles, Huberman, dan Saldana.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Peran pemerintah daerah dalam penyelenggaraan promosi pariwisata Sumber Podang dilakukan melalui media massa cetak dan elektronik. Pemerintah daerah Kabupaten Kediri menggunakan facebook dan Instagram yang menjadi salah satu wadah promosi wisata Sumber Podang. Diharapkan dengan menggunakan facebook dan instagram dapat cepat berkembang tempat wisata tersebut. Selain menggunakan media elektronik, pemerintah daerah juga melakukan promosi penjualan wisata Sumber Podang dengan cara memberikan diskon untuk wisatawan yang menginap dan pembuatan video untuk rombongan sekolah. Pameran-pameran kebudayaan di Sumber Podang juga merupakan upaya pemerintah daerah dalam mempromosikan wisata Sumber Podang. POKDARWIS Sumber Podang juga berperan aktif dalam mempromosikan wisata Sumber Podang agar bisa menjadi lebih terkenal dengan memberikan informasi dan menyebarkan lewat media elektronik. Potensi alam yang bagus dan indah dapat menjadi daya tarik untuk promosi ke calon wisatawan.

Saran dari penelitian ini adalah perlu keterlibatan anak muda dalam penyelenggaraan promosi, serta perlu adanya website khusus POKDARWIS agar dapat mempermudah dalam melakukan promosi, selain itu perlu perbaikan jalan untuk jalur ke arah Sumber Podang yang tidak bisa di lewati oleh Bus.

Kata Kunci: Peran, Pemerintah Daerah, Promosi, dan Pariwisata.

SUMMARY

Abdul Rahman, 2018, **The Role of Local Government in the Implementation of Tourism Promotion sumber podang (Study at Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri)**, Tutors Dr, Suryadi M.S. members of the tutors: Nurjati Widodo, S.Ap, MAp 135 p. + xvi

The role of local government in the implementation of tourism promotion Sumber Podang is an effort in improving and helping Sumber Podang tourism in organizing its promotion. The promotion is useful to increase the income of Sumber Podang tourism.

The research method used descriptive research with qualitative approach. The research focus included (1) The role of local government in the promotion of tourism of Podang Resources (2) Supporting factors and inhibiting factors. Techniques of collecting data using interviews, observation, and documentation. Data analysis uses Miles, Huberman, and Saldana.

The results of this study indicate that the role of local government in the implementation of tourism promotion Sumber Podang done through mass media print and electronic. The local government of Kediri regency uses facebook and Instagram which become one of tourism promotion container of Sumber Podang. Expected by using facebook and instagram can quickly develop the sights. In addition to using electronic media, local government also promotes the sale of Sumber Podang tourism by providing discounts for staying residents and making video for school entourage. Cultural exhibitions at Sumber Podang are also the efforts of local government in promoting Sumber Podang tourism. POKDARWIS Sumber Podang also play an active role in promoting Sumber Podang tourism in order to become more famous by providing information and disseminating through electronic media. The potential of good and beautiful nature can be an attraction for promotion to potential tourists.

Suggestion from this research is need of youth involvement in conducting promotion, and need special website of POKDARWIS in order to facilitate in doing promotion, besides need repair road to path towards Sumber Podang which can not pass by Bus.

Keywords: Role, Local Government, Promotion, and Tourism.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas karunia dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Peran Pemerintah Daerah Dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata Sumber Podang (Studi pada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kediri)**”. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Publik (SAP) pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan berkah serta ridhonya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya;
3. Bapak Dr. Andy Fefta Wijaya MDA, PhD, selaku Ketua Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya;
4. Bapak Dr. Hermawan S.IP., M.Si selaku koordinator minat perencanaan Pembangunan;
5. Dr. Suryadi M.S selaku Ketua Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan ilmu dan dorongan moril serta saran selama mengajar dan membimbing saya;

6. Nurjati Widodo, S.Ap, M.Ap selaku Anggota Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak sekali arahan, banyak dorongan semangat dalam penulisan ini serta selalu sabar menghadapi saya;
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang telah memberikan ilmu serta bantuannya selama perkuliahan.
8. Keluargaku tercinta, Bapak syarifudin, Ibu darmawati, terima kasih atas doa yang selalu mengiringi langkah peneliti, serta curahan kasih sayang yang tiada henti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Para sahabat seperjuangan 5 Sekawan (alief, wawan, bayu, sigit dan pepen) yang sudah membantu baik dalam doa dan semangat sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
10. Keluarga kecilku dimalang yang baik hati Bapak Kos, mas danang, elga muhammad, yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.
11. Bapak Nadirin Selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri yang bersedia membantu peneliti selama penyusunan skripsi ini.
12. Bapak Dedi Selaku Kepala Stasf Promosi Pariwisata Disbudpar Kab Kediri yang telah bersedia membantu peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
13. Seluruh Aparat Pemerintah Dinas Pariwisata yang bersedia membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini.

14. Serta seluruh teman-teman FIA yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas dukungan dan motivasinya selama menjalani perkuliahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak lain yang membutuhkan.

Malang, 15 Januari 2018

Penulis

Abdul Rahman

DAFTAR ISI

MOTTO	i
LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penulisan.....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	12
E. Sistematika Penelitian	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Administrasi Pembangunan	15
1. Pengertian Administrasi Pembangunan	15
B. Perencanaan Pembangunan	17
1. Definisi Perencanaan.....	17
2. Definisi Pembangunan	21
3. Perencanaan Pembangunan	25
C. Peranan Pemerintah.....	28
1. Pengertian Pemerintah Daerah	28
2. Peran Pemerintah Daerah	31
D. Promosi	35
1. Definisi Promosi	35
2. Pengertian Bauran Promosi.....	42
3. Tujuan Promosi	45
4. Elemen-Elemen Promosi.....	46
E. Pariwisata dan Wisatawan.....	48
1. Definisi Pariwisata dan Wisatawan.....	48
2. Pengembangan Wisata	51
3. Jenis Pariwisata	53
4. Sarana dan Prasarana Pariwisata.....	56

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	58
--------------------------	----

B. Fokus Penelitian	60
C. Lokasi dan Situs Penelitian	62
D. Jenis dan Sumber data	63
E. Teknik Pengumpulan Data	65
F. Instrumen Penelitian.....	67
G. Analisis Data	68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	72
1. Gambaran Umum Kabupaten Kediri	72
2. Gambaran Umum Situs Penelitian	80
3. Gambaran Umum Wisata Sumber Podang	83
4. Gambaran Umum Desa Joho	84
B. Penyajian Data dan Fokus Penelitian	89
1. Peran pemerintah daerah dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata Sumber Podang Kabupaten Kediri	89
a) Periklanan (<i>advertising</i>)	91
b) Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>).....	93
c) Penjualan tatap muka (<i>Personal selling</i>)	95
d) Hubungan masyarakat dan publisitas (<i>Public relations and publicity</i>)	97
e) Pemasaran langsung (<i>Direct marketing</i>).....	99
2. Faktor Pendukung dan factor penghambat.....	101
a) Faktor pendukung	101
b) Faktor Penghambat.....	102
C. Analisis dan Interpretasi Data	104
1. Analisis Terhadap Peran Pemerintah Daerah dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata Sumber podang di Kabupaten Kediri	105
a) Periklanan (<i>advertising</i>)	110
b) Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>).....	113
c) Penjualan tatap muka (<i>Personal selling</i>)	114
d) Hubungan masyarakat dan publisitas (<i>Public relations and publicity</i>)	116
e) Pemasaran langsung (<i>Direct marketing</i>).....	117
2. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat terhadap Penyelenggaraan promosi Sumber Podang.....	118
a) Faktor pendukung	118
1) Potensi Alam yang bagus.....	118
2) Partisipasi masyarakat sekitar.	119
b) Faktor Penghambat.....	120
1) Aksesibilitas kurang memadai	120
2) Masih minimnya investasi	121

BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	123
B. Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA.....	130
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.	Data Wisatawan di Kabupaten Kediri Tahun 2010-2014	8
2.	Ciri-ciri Pembeda Administrasi Publik dengan Administrasi Pembangunan	15
3.	Peran Pemerintah	32
4.	Jumlah Penduduk Kabupaten Kediri Tahun 2015	76
5.	Periode Jabatan Kepala Desa Joho.....	81
6.	Kesenian di Desa Joho	85
7.	Tingkat Pendidikan Masyarakat.....	87
8.	Mata Pencahariaan Masyarakat.....	88

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Komponen analisis Data Model Interaktif	69
2.	Peta Kabupaten Kediri	74
3.	Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.....	79
4.	Bentuk periklanan Dinas Pariwisata menggunakan Instagram.....	93
5.	Sumber Podang Festival	95
6.	Bentuk Promosi kegiatan festival Promosi Dinas Pariwisata	97
7.	Bentuk publitas kemenfo menggunakan youtube	99
8.	Bentuk pemasaran langsung.....	100
9.	Jalan menuju lokasi Sumber Podang	103

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perencanaan pembangunan di Indonesia menurut Undang-Undang Nomor 25 tahun 2004 adalah satu kesatuan tata cara untuk menghasilkan rencana-rencana pembangunan dalam jangka panjang, jangka menengah, dan tahunan yang dilaksanakan oleh unsur penyelenggara negara dan masyarakat di tingkat pusat dan daerah. Maka dari itu, perencanaan pembangunan dijadikan sebagai suatu dasar atau komitmen untuk menjadikan sektor-sektor yang akan ditingkatkan kearah yang lebih baik secara efektif dan efisien. Dalam rangka mewujudkan pembangunan nasional Choirullah (2007) menyatakan pembangunan berlangsung di setiap daerah wilayah di Indonesia harus disesuaikan dengan potensi dan prioritas yang dimiliki oleh masing-masing daerah.

Pembangunan pada dasarnya merupakan proses yang berkesinambungan, berlangsung secara terus menerus. Pembangunan di suatu negara secara bertahap akan semakin berkembang sesuai keadaan masyarakat. Sejak adanya otonomi daerah yang diatur dalam Undang-Undang No. 23 tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah, maka pembangunan sudah tidak lagi terpusat melainkan sudah merata di berbagai daerah. Pemerataan pembangunan di berbagai daerah, makadari itu pemerintah daerah diberi kewenangan untuk membangun daerahnya sendiri.

Pemberian kewenangan yang besar terhadap daerah dimaksudkan agar penyelenggaraan pemerintahan berjalan lebih efektif dan efisien, sehingga pelayanan terhadap masyarakat berjalan lebih baik dan potensi daerah bisa dimanfaatkan semaksimal mungkin. Daerah memiliki kewajiban untuk melaksanakan pembangunan agar dapat mewujudkan tujuan pemberian otonomi tersebut. Pemerintah daerah dituntut untuk dapat memutuskan kebijakan untuk daerahnya sendiri sesuai dengan kondisi dan kebutuhan daerah masing-masing. Salah satunya dengan cara melaksanakan pembangunan di daerahnya masing-masing baik itu fisik maupun non fisik.

Pembangunan daerah jika dilihat administrasi pembangunan menurut Tjokroamidjojo (1994) menyatakan :

“Masalah pemerintahan daerah dilihat pula dari segi apakah pemerintah daerah dapat berfungsi sebagai konsisten dalam usaha pembangunan nasional, termasuk pembangunan daerahnya. Hal ini berarti bahwa rencana kebijakan maupun program-program pembangunan nasional harus memperhatikan pertimbangan regional”.

Pemerintah daerah meskipun sudah diberi wewenang untuk mengembangkan daerahnya sendiri dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada di daerahnya tetap saja haruslah mengikuti arahan dari pembangunan nasional. Hal ini dilakukan agar pembangunan daerah sejalan dengan pembangunan nasional. Menurut Syahroni (2001) pembangunan daerah secara umum memiliki tujuan-tujuan sebagai berikut:

1. Mengurangi disparitas atau ketimpangan pembangunan antar daerah dan antar sub daerah serta antar warga masyarakat;
2. Mengentaskan kemiskinan;
3. Menciptakan atau menambah lapangan kerja;
4. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat daerah;

5. Mempertahankan atau menjaga kelestarian sumber daya alam agar bermanfaat bagi generasi sekarang dan generasi masa datang atau berkelanjutan.

Pernyataan dari tujuan-tujuan pembangunan daerah di atas dapat disimpulkan bahwa pembangunan ekonomi merupakan hal yang paling penting dalam melaksanakan pembangunan daerah. Dengan terwujudnya pembangunan ekonomi yang baik maka dapat meningkatkan kualitas masyarakat dan kesejahteraan masyarakat. Dengan adanya otonomi daerah maka pemerintah daerah mempunyai otoritas dalam membangun perekonomian daerahnya sendiri, maka dari itu setiap daerah memiliki hak untuk mengolah dan memaksimalkan sumber daya yang ada di daerahnya. Pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya yang ada di daerah bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat daerah tersebut. Salah satu sektor yang berpotensi dalam mensejahterakan rakyatnya adalah sektor pariwisata.

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang berpotensi untuk dikembangkan mengingat Indonesia adalah negara yang kaya akan keberagaman potensi alam dan kekayaan budaya yang bisa dimanfaatkan dan dikembangkan menjadi industri kepariwisataan. Menurut Yoeti (2008:54) Pariwisata merupakan kegiatan multi sektoral yang hampir terkoneksi dengan semua kegiatan bidang pembangunan sehingga pariwisata bisa menjadi sumber alternatif pembiayaan pembangunan daerah. Kepariwisata menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 merupakan keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata yang bersifat multidimensional dan multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi

antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha. Kepariwisata disenggarakan dengan prinsip memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup, memberdayakan masyarakat setempat, memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan dan proporsionalitas. Pariwisata merupakan sektor yang strategis karena dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian, menciptakan lapangan kerja di saat krisis finansial dan ketidakpastian perekonomian dunia, sektor pariwisata juga berpengaruh pada perkembangan investasi, peningkatan pendapatan masyarakat serta penerimaan keuangan negara maupun daerah.

Pembangunan dunia pariwisata dapat dijadikan sebagai prioritas utama dalam menunjang pembangunan daerah, pembangunan pariwisata dilakukan bukan hanya untuk kepentingan wisatawan mancanegara saja, namun kepentingan wisatawan domestik. Mencapai tujuan pengembangan pariwisata maka pembangunan pariwisata harus diarahkan pemanfaatan sumberdaya alam yang dimiliki suatu negara atau daerah. Makin besar sumberdaya alam yang dimiliki suatu negara atau daerah maka makin besar pula harapan untuk mencapai tujuan pembangunan pariwisata.

Dewasa ini, kegiatan berwisata sudah menjadi kebutuhan sekunder bagi setiap orang. Semakin padatnya aktivitas seseorang membuat semakin besarnya kebutuhan seseorang untuk mendapatkan hiburan guna melepas penat setelah seharian beraktivitas. Hal ini menjadi peluang bagi pelaku usaha pariwisata untuk mendirikan usaha di bidang pariwisata. Beberapa pelaku

usaha gencar mendirikan berbagai pariwisata yang memiliki keunikan, seperti wisata alam, wisata budaya, wisata religi. Tak hanya itu, pelaku usaha pun gencar mempromosikan pariwisata tersebut guna meningkatkan jumlah pengunjung. Jumlah Pengunjung atau wisatawan menjadi tolak ukur keberhasilan pariwisata di negara yang bersangkutan, jika jumlah kedatangan wisatawan semakin tinggi maka pendapatan pun semakin tinggi. Terlebih lagi bahwa pariwisata itu dikenal dengan *multiplier effect*, dimana jika salah satu komponen atau sektor dalam kepariwisataan berhasil maka akan berdampak besar pula terhadap komponen atau sektor lainnya yang terkait.

Berkembang pesatnya dunia pariwisata memang sangat menguntungkan Negara Indonesia Dengan didukung oleh besarnya potensi wisata yang ada, maka diharapkan pariwisata akan mendatangkan devisa yang besar bagi Indonesia dan dapat menjadi salah satu pendapatan asli daerah, dengan demikian Pariwisata sangat berperan dalam perekonomian negara. Sektor pariwisata merupakan pencipta devisa yang tinggi, pada tahun 2015 sektor pariwisata menciptakan devisa sebesar US\$ 11,9 miliar US\$ atau setara Rp. 163 trilliun (meningkat 113% dibandingkan tahun 2014 yang mencapai angka devisa sebesar US\$ 11,17 miliar). Peningkatan penerimaan devisa di tahun 2015 tidak saja bersumber dari peningkatan jumlah wisatawan mancanegara dari 9,4 juta di tahun 2014 dan menjadi 10,4 juta di tahun 2015, tetapi juga bersumber dari peningkatan rata-rata pengeluaran per kunjungan dari US\$ 1.183,43 di tahun 2014, menjadi US\$ 1.190 di tahun 2015.(LAKIP KEMENPAR 2016). Untuk meraih target pariwisata tersebut, promosi sangat

berperan penting dalam menyampaikan pesan informasi kepada publik, terutama konsumen sasaran, mengenai keberadaan suatu objek wisata.

Namun pada kenyataannya pariwisata selain memiliki potensi yang besar juga memiliki permasalahan yang harus dicari solusi. Salah satu permasalahan adalah tentang promosi pariwisata. Promosi pariwisata sangat berperan penting karna untuk memperkenalkan pariwisata kepada wisatawan. Tujuan dari kegiatan promosi itu sendiri adalah memengaruhi calon wisatawan untuk mau berkunjung serta menjaga agar wisatawan selalu ingat dan berkeinginan untuk melakukan kunjungan kembali Sukmawati (2013). Menurut Kotler (2003) terdapat lima jenis teknik yang dimaksud dengan promosi, yaitu iklan (*advertising*), penjualan tatap muka (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat dan publisitas (*public relations and publicity*) dan pemasaran langsung (*direct selling*). Dalam hal ini, promosilah yang menjadi titik penentu dari adanya proses komunikasi pemasaran karena promosi penjualan merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan nonmedia untuk menarik masyarakat dan wisatawan, meningkatkan permintaan dan wisatawan atau untuk memperbaiki kualitas pariwisata itu sendiri.

Pemerintah daerah berkewajiban dalam merencanakan kegiatan promosi pariwisata dalam memberikan informasi kepada calon wisatawan. Promosi merupakan salah satu komponen penting dalam pencapaian tujuan yang diharapkan. Menurut Gitosudarmo (2008) promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal

akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Produk yang dikenalkan lewat promosi dalam hal ini adalah pariwisata yang ada di daerah, maka dari itu pemerintah daerah harus bisa mempengaruhi calon wisatawan untuk bisa senang pergi ke tempat wisata. Muskitta (2014) juga mengatakan bahwa tujuan promosi pariwisata adalah untuk menghibur, merayu atau membujuk calon wisatawan agar melakukan perjalanan wisata. Pesan atau informasi mengenai daya tarik suatu wisata tersebut harus dikemas semenarik mungkin agar wisatawan pada akhirnya dapat membeli produk tersebut atau dengan kata lain calon wisata dapat mengunjungi objek wisata tersebut. Promosi dalam memberikan informasi mengenai pariwisata kepada calon wisatawan menggunakan berbagai media seperti media cetak media elektronik, media promosi dan pameran wisata. Kegiatan-kegiatan memperkenalkan pariwisata yang dilakukan menjadi salah satu cara untuk penyebaran informasi mengenai pariwisata khususnya kepada calon wisatawan.

Kabupaten Kediri merupakan salah satu kabupaten yang memiliki beragam potensi wisata dengan keunikan yang khas dan siap untuk memanjakan para pengunjungnya. Beragam potensi wisata diantaranya yaitu Gunung Kelud, Simpang Lima Gumul, Gereja Puhsarang, Sumber Podang, Candi Tegowangi, Candi Surowono, Petilasan Sri Aji Joyoboyo, dan masih banyak lagi yang lainnya.

Hal ini dapat dilihat dalam tabel 1 Data pengunjung Kabupaten Kediri yang didapat dari DISBUDPAR dengan jumlah kunjungan baik wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara, yakni sebagai berikut :

Tabel 1. Data Wisatawan di Kabupaten Kediri Tahun 2010 – 2014

Tahun	Tri Wulan	Jumlah Wisatawan (Orang)		Jumlah
		Domestik	Mancanegara	
2012	Tri Wulan 1	205.514	804	206.318
	Tri Wulan 2	299.162	671	299.833
	Tri Wulan 3	132.311	1.382	133.693
	Tri Wulan 4	204.868	5.065	209.933
	Jumlah	841.855	7.922	849.777
2013	Tri Wulan 1	296.571	237	296.808
	Tri Wulan 2	337.168	437	337.605
	Tri Wulan 3	239.297	697	239.994
	Tri Wulan 4	300.651	344	300.995
	Jumlah	1.173.687	1.715	1.175.402
2014	Tri Wulan 1	256.926	267	257.193
	Tri Wulan 2	266.949	684	267.633
	Tri Wulan 3	396.217	612	396.829
	Tri Wulan 4	364.815	444	365.259
	Jumlah	1.284.907	2.007	1.286.914

Sumber : Arsip Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata

Berdasarkan data tabel kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara kabupaten Kediri diatas, tahun 2012–2014 mengalami peningkatan wisatawan domestik pertahun, sedangkan wisatawan mancanegara hanya mengalami peningkatan pada tahun 2012 yang berjumlah 7.922 di tahun 2013 mengalami penurunan yang berjumlah 1.715 di tahun 2014 mengalami kenaikan sejumlah 2007 wisatawan mancanegara.

Peningkatan kunjungan wisatawan tentunya tidak lepas dari upaya yang dilakukan instansi terkait dalam hal ini Dinas Pariwisata dan

Kebudayaan Kabupaten Kediri dalam meningkatkan kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan bertanggung jawab terhadap perencanaan, pengembangan, serta peraturan dan mengadakan pembinaan terhadap industri kepariwisataan di daerah secara menyeluruh. Rencana Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri tidak luput dari konsep marketing yang diartikan sebagai sebuah sistem yang didalamnya terdapat aktivitas penjualan, promosi dan periklanan (Oka A. Yoeti, 2006:22).

Banyak wisatawan yang tidak mengetahui keberadaan pariwisata di Kabupaten Kediri karena kurangnya informasi mengenai pariwisata dan kurangnya promosi. Hal tersebut yang membuat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri gencar melakukan berbagai usaha yang berguna untuk memperkenalkan potensi yang ada di Kabupaten Kediri kepada calon wisatawan. Oleh karena itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan memerlukan suatu kegiatan promosi, seperti periklanan, promosi penjualan, publisitas, penjualan tatap muka, dan penjualan langsung.

Salah satu strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri adalah menyebarkan menggunakan media. Penggunaan media, seperti media penyiaran maupun media cetak, dan media komunikasi lisan digunakan untuk menunjang pengembangan promosi dan meningkatkan kunjungan wisatawan. Pameran dan promosi wisata yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri rasio capaian per tahunnya yang tidak stabil, pada tahun 2011 (28,57%); tahun 2012 (25%);

tahun 2013 (155,56%) tahun 2014 (150%) dan akhir tahun periode 2015 (133,33%). (RENSTRA 2016-2020). Rasio di atas menunjukkan per tahunnya terus gencar melakukan promosi pariwisata, walaupun masih kurang stabil pertahunnya.

Salah satu objek wisata alam di kabupaten Kediri yang perlu mendapat perhatian dan perlu dikembangkan adalah obyek wisata Sumber Podang. Sumber Podang terletak di Desa Joho Kecamatan Semen Kabupaten Kediri memiliki daya tarik yang tidak kalah dengan obyek wisata lain. Pengunjung bisa menikmati wisata bendungan dan air sungai jernih dengan bebatuan alami, pemandangan pegunungan indah, udara yang sejuk dan kuliner khas desa, tiwul, telo, ampok, dan madu murni serta kedepannya dikembangkan susu kambing dan susu sapi perah. Karena kurangnya informasi mengenai pariwisata sumber podang wisatawan belum banyak yang mengetahui tentang adanya wisata sumber podang di kabupaten Kediri.

Dalam rangka pengembangan dan promosi pariwisata sumber podang dibutuhkan peran Pemerintah dalam promosi wisata agar masyarakat dan wisatawan mengetahui informasi mengenai pariwisata, pengelolaan pariwisata telah menjadi tanggung jawab pemerintah daerah dan seluruh stakeholder yang terkait, khususnya peranan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mempromosikan pariwisata tersebut guna meningkatkan jumlah pengunjung. artinya ketersediaan informasi mengenai pariwisata mudah diketahui agar menarik wisatawan. Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

sangat menunjang dalam kegiatan promosi maupun penyelenggaraan promosi pariwisata khususnya sumber podang

Sejalan dengan upaya pemerintah dalam mempromosikan pariwisata sumber podang maka tentunya menata informasi pariwisata sebaik-baiknya dalam kegiatan promosi agar para calon wisatawan domestik maupun mancanegara yang membutuhkan informasi tentang pariwisata dapat memperoleh dengan cepat, akurat dan dapat disebarluaskan dalam promosi pariwisata. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Peran Pemerintah Daerah Dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata Sumber Podang (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Kediri)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diambil dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana peran Pemerintah Daerah dalam penyelenggaraan promosi pariwisata Sumber Podang di Kabupaten Kediri?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat peran Pemerintah Daerah Dalam Penyelenggaraan promosi pariwisata Sumber Podang di Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan dan menganalisis peran Pemerintah Daerah dalam Penyelenggaraan promosi pariwisata Sumber Podang di Kabupaten Kediri.
2. Mendeskripsikan dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat peran Pemerintah daerah dalam penyelenggaraan promosi pariwisata Sumber Podang di Kabupaten Kediri.

D. Kontribusi Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang nyata bagi semua pihak yang terkait dengan penulisan penelitian ini. Kontribusi akademis dan kontribusi praktis dalam penelitian ini adalah :

1. Akademis
 - a) Dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran dalam mengetahui peran Pemerintah Daerah dalam Penyelenggaraan promosi pariwisata.
 - b) Dapat memperkaya informasi tentang faktor pendukung dan penghambat yang biasanya terdapat pada peran Pemerintah Daerah dalam Penyelenggaraan promosi pariwisata

2. Praktis

Secara praktis, penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan kontribusi informasi bagi Dinas Pariwisata Dan kebudayaan dan pihak-pihak yang berwenang terkait Penyelenggaraan promosi pariwisata.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan disusun sebagai panduan untuk mempermudah bagi pembaca dalam memahami isi dari tulisan ini. Penulisan dalam penelitian ini telah disesuaikan dengan standar dan prosedur penulisan yang telah ditetapkan dalam buku pedoman Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Uraian dari sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Mengemukakan tentang beberapa konsep atau teori atau temuan-temuan ilmiah dari buku ilmiah, jurnal yang berkaitan dengan permasalahan atau pertanyaan peneliti.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang metode yang akan dipakai dalam penelitian, diantaranya jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data,

instrumen penelitian, analisis data dan diakhiri dengan keabsahan data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan data-data temuan dil apangan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Berkaitan dengan tujuan penelitian dan sesuai dengan fokus peneliti. Data yang tealah dikumpulkan kemudian dianalisi dan diinterpretasikan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya serta saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Administrasi Pembangunan

1. Pengertian Administrasi Pembangunan

Administrasi pembangunan dalam perkembangannya dari disiplin ilmu yang mendahului yaitu administrasi publik atau administrasi negara. Administrasi negara telah berkembang dan menghasilkan paradigma ilmu baru yaitu administrasi pembangunan. Administrasi pembangunan lebih berorientasi untuk mendorong perubahan di masa depan berbanding terbalik dengan administrasi negara yang hanya berorientasi pada masa kini. Ada beberapa ciri yang membedakan administrasi negara atau publik dengan administrasi pembangunan berikut: (Tjokroamidjojo, 1987)

Tabel 2. Ciri-Ciri Pembeda Administrasi Publik dengan Administrasi Pembangunan

Ciri Administrasi Negara	Ciri Administrasi Pembangunan
1. Lebih banyak terkait dengan lingkungan masyarakat Negara maju.	1. Lebih memberikan perhatian terhadap lingkungan masyarakat yang berbeda, terutama bagi lingkungan masyarakat Negara baru berkembang.
2. Masih netral terhadap tujuan pembangunan.	2. Mempunyai peran aktif dan berkepentingan terhadap tujuan pembangunan, bahkan ikut serta mempengaruhi tujuan pembangunan masyarakat.
3. Lebih menekankan pada orientasi masa kini.	3. Berorientasi untuk mendorong perubahan, atau berorientasi masa depan.
4. Menekankan pada tugas umum dalam rangka pelayanan masyarakat, lebih bersikap sebagai <i>"balancing"</i>	4. Berorientasi kepada pelaksanaan tugas-tugas pembangunan dari pemerintah, kemampuan untuk merumuskan kebijakan pembangunan

<i>agent</i> ”.	pelaksanaan yang efektif.
5. Lebih melihat dari keteraturan dari aparatur administrasi itu sendiri.	5. Meningkatkan diri dengan substansi prtumusan kebijakan dan pelaksanaan tujuan pembangunan di berbagai bidang
6. Seakan menempatkan administrator dalam aparatur pelaksanana pemerintah.	6. Administrator dalam aparatur pemerintah juga bisa merupakan agen penggerak perubahan.
7. Pendekatan legalitas.	7. Pendekatan lingkungan, berorientasi kepada kegiatan dan bersifat pemecahan masalah.

Sumber: Pengantar Administrasi Pembangunan (1987:9)

Perbedaan administrasi negara atau publik dengan administrasi pembangunan dijelaskan bahwa administrasi pembangunan merupakan perkembangan di administrasi negara. Administrasi negara yang lebih memerhatikan negara maju namun administrasi lebih menekankan kepada masyarakat yang berbeda terutama masyarakat di negara berkembang. Perkembangan dunia mengakibatkan sebuah ilmu atau konsep memaksa harus ikut berubah, dimana konsep administrasi publik yang dipikir masih belum cukup untuk masyarakat maka munculah paradigma baru yaitu administrasi pembangunan yang merupakan perkembangan dari administrasi publik.

Administrasi pembangunan berorientasi proses yang dilakukan oleh pemerintah untuk melakukan pembangunan yang lebih mengarah ke pertumbuhan yang lebih baik. Proses yang dilakukan haruslah sesuai dengan peraturan dan konsep pembangunan yang ada. Siagian (2012:5) mendefinikan administrasi pembangunan adalah seluruh usaha yang dilakukan oleh suatu negara bangsa untuk bertumbuh, berkembang, dan berubah secara sadar dan terencana dalam semua segi kehidupan dan penghidupan negara bangsa yang bersangkutan dalam rangkaian pencapaian tujuan akhirnya. Dari pengertian para ahli di atas dapat

disimpulkan bahwa administrasi pembangunan merupakan proses dan usaha pemerintahan suatu negara untuk berkembang ke arah yang lebih baik demi mensejahterahkan masyarakat di negara tersebut.

B. Perencanaan Pembangunan

1. Definisi Perencanaan

Perencanaan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk masa mendatang yang lebih baik dengan memperhatikan keadaan sekarang maupun keadaan sebelumnya. Dari pengertian yang sederhana ini dapat diuraikan komponen penting, yakni tujuan (apa yang hendak dicapai), kegiatan (tindakan-tindakan untuk merealisasikan tujuan), dan waktu (kapan, bilamana kegiatan itu hendak dilakukan). Dengan demikian, suatu perencanaan bisa dipahami sebagai respon (reaksi) terhadap masa depan Abe (2005).

Perencanaan menurut Terry (1991) adalah merupakan upaya untuk menggunakan asumsi-asumsi mengenal masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Sedangkan Siagian (1980) mendefinisikan perencanaan sebagai keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang dari pada hal-hal yang akan dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Perencanaan atau yang akrab dengan istilah *planning* adalah satu dari fungsi *management* yang sangat penting. Bahkan kegiatan perencanaan ini selalu melekat pada kegiatan hidup kita sehari-hari, baik disadari maupun tidak.

Sebuah rencana akan sangat mempengaruhi sukses dan tidaknya suatu pekerjaan. Karena itu pekerjaan yang baik adalah yang direncanakan dan sebaiknya kita melakukan pekerjaan sesuai dengan yang telah direncanakan.

Conyers & Hills (1994) mendefinisikan perencanaan sebagai suatu proses yang bersinambungan, yang mencakup keputusan-keputusan atau pilihan-pilihan berbagai alternatif penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu pada masa yang akan datang. Definisi tersebut mengedepankan 4 unsur dasar perencanaan, yakni:

1. Pemilihan. “Merencanakan berarti memilih,” kata Yulius Nyerere (mantan Presiden Tanzania) ketika menyampaikan pidato Repelita II Tanzania pada tahun 1969. Artinya, perencanaan merupakan proses memilih di antara berbagai kegiatan yang diinginkan, karena tidak semua yang diinginkan itu dapat dilakukan dan dicapai dalam waktu yang bersamaan. Hal itu menyiratkan bahwa hubungan antara perencanaan dan proses pengambilan keputusan sangat erat. Oleh karena itu, banyak buku mengenai perencanaan membahas pendekatan-pendekatan alternatif dalam proses pengambilan keputusan, terutama yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dan urutan tindakan di dalam proses pengambilan keputusan.
2. Sumber daya. Perencanaan merupakan alat pengalokasian sumber daya. Penggunaan istilah sumber daya di sini menunjukkan segala sesuatu yang dianggap berguna dalam pencapaian suatu tujuan tertentu. Sumber daya di sini mencakup sumber daya manusia; sumber daya alam (tanah, air,

hasil tambang, dan sebagainya), sumber daya modal dan keuangan. Perencanaan mencakup proses pengambilan keputusan tentang bagaimana sumber daya yang tersedia itu digunakan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, kuantitas dan kualitas sumber daya tersebut sangat berpengaruh dalam proses memilih di antara berbagai pilihan tindakan yang ada.

3. Tujuan. Perencanaan merupakan alat untuk mencapai tujuan. Konsep perencanaan sebagai alat pencapaian tujuan muncul berkenaan dengan sifat dan proses penetapan tujuan. Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh seorang perencana adalah bahwa tujuan-tujuan mereka kurang dapat dirumuskan secara tepat. Sering kali tujuan-tujuan tersebut didefinisikan secara kurang tegas, karena kadang kala tujuan-tujuan tersebut ditetapkan oleh pihak lain.
4. Waktu. Perencanaan mengacu ke masa depan. Salah satu unsur penting dalam perencanaan adalah unsur waktu. Tujuan-tujuan perencanaan dirancang untuk dicapai pada masa yang akan datang. Oleh karena itu, perencanaan berkaitan dengan masa depan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan adalah serangkaian proses penentuan tindakan masa depan yang disertai pertimbangan yang logis dan kontinu untuk memanfaatkan sumber daya yang ada semaksimal mungkin guna mencapai tujuan tertentu.

Prinsip prinsip dari suatu perencanaan adalah sebagai berikut:

1. Penentuan pilihan (*setting up choices*)

2. Penetapan pengagihan sumberdaya (*resources allocation*)
3. Penetapan dan usaha pencapaian sasaran dan tujuan pembangunan (*setting up goals and objectives*)
4. Penetapan dan usaha pencapaian sasaran dan tujuan pembangunan (*setting up goals and objectives*)
5. Berfikir System, holistik, dan berkelanjutan (*sustainable development*)

Adapun manfaat dari perencanaan adalah sebagai berikut:

1. Sebagai penuntun arah dan acuan pembangunan
2. Minimalisasi Ketidakpastian
3. Minimalisasi inefisiensi sumber daya
4. Penetapan Standar dalam Pengawasan Kualitas
5. Menghasilkan keadaan yang lebih baik.

Definisi perencanaan menurut Sirojuzilam dan Mahalli (2010) adalah intervensi pada rangkaian kejadian-kejadian sosial kemasyarakatan dengan maksud untuk memperbaiki rangkaian kejadian dan aktivitas yang ada dengan maksud :

1. meningkatkan efesiensi dan rasionalitas
2. meningkatkan peran kelembagaan dan profesionalitas
3. merubah atau memperluas pilihan-pilihan untuk menuju tingkat kesejahteraan yang lebih tinggi bagi seluruh warga masyarakat.

Dari aspek substansi, perencanaan adalah penetapan tujuan dan penetapan alternatif tindakan, seperti pernyataan Tjokroamidojo (2003)

yang selengkapnya sebagai berikut: Perencanaan ini pada dasarnya berkisar kepada dua hal, yang pertama, ialah penentuan pilihan secara sadar mengenai tujuan konkrit yang hendak dicapai dalam jangka waktu tertentu atas dasar nilai-nilai yang dimiliki oleh masyarakat yang bersangkutan dan yang kedua ialah pilihan diantara cara-cara alternatif serta rasional guna mencapai tujuan tersebut.

2. Definisi Pembangunan

Definisi pembangunan merupakan upaya yang sistematis dan berkesinambungan/berkelanjutan untuk menciptakan keadaan yang dapat menyediakan berbagai alternatif yang sah bagi pencapaian aspirasi setiap warga yang paling humanistik (Anwar, 2005)

Pembangunan dapat pula diartikan sebagai proses tindakan untuk mengubah kehidupan dan penghidupan penduduk, sehingga dapat memenuhi segala macam dan bentuk kebutuhan secara layak, bahkan mampu memenuhi peningkatan kebutuhan perkembangan penduduknya serta sesuai ilmu teknologi dan teknik yang semakin maju. Apabila definisi di atas dijabarkan lebih lanjut akan terlihat beberapa ide pokok yang terkandung didalamnya sebagaimana dikemukakan oleh Sondang P Siagian.

Pembangunan biasanya didefinisikan sebagai “rangkaian usaha mewujudkan pertumbuhan dan pembangunan secara terencana dan sadar yang ditempuh oleh suatu negara bangsa menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa / *nation-building*. Dari definisi diatas akan muncul tujuh ide pokok:

1. Pembangunan merupakan suatu proses, pembangunan dilakukan secara berkelanjutan dan terdiri dari tahap-tahap yang bersifat tanpa akhir
2. Pembangunan merupakan upaya yang secara sadar ditetapkan sebagai sesuatu untuk dilaksanakan
3. Pembangunan dilakukan secara terencana, baik jangka waktu pendek, jangka sedang, dan jangka panjang, yang dimana dilakukan untuk jangka waktu tertentu
4. Rencana pembangunan mengandung makna pertumbuhan dan pembangunan
5. Pembangunan mengarah modernitas yang diartikan sebagai cara hidup yang baru dan lebih baik dari sebelumnya
6. Modernitas yang ingin dicapai bersifat multidimensional
7. Pembangunan ditujukan kepada usaha pembinaan bangsa sehingga semakin kukuh fondasinya dan menjadi negara yang sejajar dengan bangsa lain (Sondang P. Siagian, 2001).

Pembangunan adalah sebagai sebuah proses multidimensional yang mencakup berbagai perubahan mendasar atas struktur sosial, sikap-sikap masyarakat, dan institusi-institusi nasional, disamping, tetap mengejar akselerasi pertumbuhan ekonomi, penanganan ketimpangan pendapatan, serta pengentasan kemiskinan (Todaro, 2000). Pembangunan juga diartikan sebagai suatu proses perubahan sosial dengan partisipatori yang luas dalam suatu masyarakat yang

dimaksudkan untuk mencapai kemajuan sosial dan material (termasuk bertambah besarnya keadilan, kebebasan dan kualitas lainnya yang dihargai) untuk mayoritas rakyat melalui kontrol yang lebih besar yang mereka peroleh terhadap lingkungan mereka. Rogers (1983).

Pada hakekatnya pembangunan harus mencerminkan perubahan total suatu masyarakat atau penyesuaian sistem sosial secara keseluruhan, tanpa mengabaikan keragaman kebutuhan dasar dan keinginan individual maupun kelompok-kelompok sosial yang ada di dalamnya, untuk bergerak maju menuju suatu kondisi kehidupan yang lebih serba baik, secara material maupun spritual Todaro (2000).

Menurut Deddy T. Tikson (2005) bahwa pembangunan dapat pula diartikan sebagai transformasi ekonomi, sosial dan budaya yang secara sengaja melalui kebijakan dan strategi menuju arah yang diinginkan. Transformasi dalam struktur ekonomi, misalnya, dapat dilihat melalui peningkatan atau pertumbuhan produksi, transformasi dalam struktur sosial dapat dilihat melalui pendistribusian kemakmuran melalui pemerataan memperoleh akses terhadap sumber daya sosial-ekonomi, sedangkan transformasi budaya sering dikaitkan dengan bangkitnya semangat kebangsaan dan nasionalisme, disamping adanya perubahan nilai dan norma yang dianut masyarakat.

Pembangunan dilakukan oleh suatu bangsa adalah pembangunan yang dilakukan secara nasional dan meliputi seluruh aspek kehidupan seperti ekonomi, politik, dan sosial budaya. Hal ini dikemukakan juga

menurut Ponsioen dalam Suryono (2010) menjelaskan bahwa pembangunan adalah bagian dari pembangunan nasional suatu negara. Pembangunan yang dilakukan setiap bangsa atau negara berkembang bersifat multidimensional berupa pembangunan yang meliputi seluruh aspek kehidupan nasional seperti ekonomi, politik, dan sosial budaya.

Selanjutnya menurut Bryan dan White dalam Suryono (2010) menjelaskan bahwa pembangunan adalah upaya meningkatkan kemampuan manusia untuk mempengaruhi masa depannya dengan memiliki lima implikasi utama, yakni:

1. Pembangunan berarti membangkitkan kemampuan manusia secara optimal, baik individu maupun kelompok (*capacity*).
2. Pembangunan berarti mendorong tumbuhnya kebersamaan, pemerataan nilai dan kesejahteraan (*equity*).
3. Pembangunan berarti menaruh kepercayaan kepada masyarakat untuk membangun dirinya sendiri sesuai dengan kemampuannya. Kepercayaan ini dinyatakan dalam bentuk yang sama, kebebasan memilih dan kekuasaan untuk memutuskan (*empowerement*).
4. Pembangunan berarti membangkitkan kemampuan untuk membangun secara mandiri (*sustainability*).
5. Pembangunan berarti mengurangi ketergantungan negara satu terhadap negara lain, menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dan menghormati (*interdependence*).

Berdasarkan 5 implikasi diatas pembangunan merupakan suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan manusia untuk menentukan masa depannya sendiri dengan mendorong pemerataan dan kesejahteraan serta memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengembangkan potensi diri agar dapat bersaing dan dilakukan secara mandiri dan berkelanjutan. Pembangunan juga harus berfokus masyarakat untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia untuk menciptakan masa depannya. Pembangunan ialah usaha mewujudkan kesejahteraan masyarakat. untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Todaro, merupakan suatu kenyataan fisik sekaligus tekad suatu masyarakat untuk berupaya sekeras mungkin melalui serangkaian kombinasi proses sosial, ekonomi dan institusional demi mencapai kehidupan yang lebih baik. Todaro (2005).

3. Perencanaan Pembangunan.

Perencanaan pembangunan merupakan suatu proses untuk menentukan tindakan masa depan yang tepat, melalui urutan pilihan sistematis, dengan memperhitungkan sumberdaya yang tersedia, yang dituangkan dalam suatu dokumen sebagai panduan bagi para pelaku pembangunan untuk mencapai tujuan. Ginandjar Kartasasmita (1997) mengatakan perencanaan pembangunan merupakan tugas pokok dalam administrasi atau manajemen pembangunan. Perencanaan diperlukan karena kebutuhan pembangunan lebih besar daripada sumber daya yang tersedia. Melalui perencanaan ingin dirumuskan kegiatan pembangunan

yang secara efisien dan efektif dapat memberi hasil yang optimal dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia dan mengembangkan potensi yang ada.

Kartasasmita (1997) mengatakan perencanaan pembangunan pada umumnya harus memiliki, mengetahui dan memperhitungkan beberapa unsur pokok, yaitu :

1. Tujuan akhir yang dikehendaki.
2. Sasaran-sasaran dan prioritas untuk mewujudkannya (yang mencerminkan pemilihan dari berbagai alternatif).
3. Jangka waktu mencapai sasaran-sasaran tersebut.
4. Masalah-masalah yang dihadapi.
5. Modal atau sumber daya yang akan digunakan, serta pengalokasiannya.
6. Kebijakan-kebijaksanaan untuk melaksanakannya.
7. Orang, organisasi, atau badan pelaksananya.
8. Mekanisme pemantauan, evaluasi, dan pengawasan.

Secara umum perencanaan pembangunan daerah menurut Nasution (2008) didefinisikan sebagai proses dan mekanisme untuk merumuskan rencana jangka panjang, menengah, dan pendek di daerah yang dikaitkan pada kondisi, aspirasi, dan potensi daerah dengan melibatkan peran serta masyarakat dalam rangka menunjang pembangunan nasional. Sedangkan secara praktis, menurut Nasution (2008) bahwa perencanaan pembangunan daerah didefinisikan sebagai

suatu usaha yang sistematis dari pelbagai pelaku (*actor*), baik umum (publik) atau pemerintah, swasta maupun kelompok masyarakat lain pada tingkatan yang berbeda untuk menghadapi saling kebergantungan dan keterkaitan aspek-aspek lingkungan lainnya dengan cara:

1. Secara terus-menerus menganalisis kondisi dan pelaksanaan pembangunan daerah
2. Merumuskan tujuan-tujuan dan kebijakan-kebijakan pembangunan daerah
3. Menyusun konsep strategi-strategi bagi pemecahan masalah (solusi)
4. Melaksanakan dengan menggunakan sumber-sumber daya yang tersedia
5. Sehingga peluang-peluang baru untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah dapat ditangkap secara berkelanjutan.

Khusus untuk meluruskan pemahaman dan pelaksanaan perencanaan pembangunan di Indonesia, Undang-undang No.25 Tahun 2004 Tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional mendefinisikan perencanaan pembangunan yakni Sebagai Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional (SPPN) adalah suatu kesatuan tata cara perencanaan pembangunan untuk menghasilkan rencana-rencana pembangunan jangka panjang, jangka menengah dan tahunan, yang

dilaksanakan oleh unsur penyelenggara negara dan masyarakat di tingkat pusat dan daerah.

Berdasarkan definisi diatas perencanaan pembangunan adalah kegiatan yang dilaksanakan untuk menetapkan apa yang ingin dicapai, bagaimana cara mencapainya, berapa lama waktunya, dan berapa biaya yang dibutuhkan untuk mencapai sasaran yang ingin dicapai.

C. Peranan Pemerintah

1. Pengertian Pemerintah Daerah

Pasal 1 ayat 2 Undang-undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah menyatakan :

pemerintahan daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan dewan perwakilan rakyat daerah menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.

Penyelenggaraan pemerintah daerah sesuai dengan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia tahun 1945 yaitu, pemerintah daerah yang mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan, diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan, pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan, keistimewaan dan kekhususan suatu daerah dalam Sistem

Negara Kesatuan Republik Indonesia. Mekanisme pembagian urusan pemerintahan atau pemberian kewenangan dari pemerintah pusat ke pemerintah daerah. Mekanisme tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999, dan mengalami pergeseran di dalam Undang-Undang 32 Tahun 2004, terakhir mengalami pergeseran kembali di dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 dan ditambahi dengan peraturan pemerintah Nomor 18 tahun 2016 tentang perangkat daerah. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 18 tahun 2016 tentang perangkat daerah pasal 1 ayat 6 pemerintah daerah adalah kepala daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.

Menurut Haris (dalam Nurcholis 2007: 100), mengatakan bahwa pemerintah daerah adalah pemerintahan yang diselenggarakan oleh badan-badan daerah yang dipilih secara bebas dengan tetap mengakui supremasi pemerintahan nasional. Pemerintahan ini diberi kekuasaan, diskresi (kebebasan mengambil kebijakan) dan tanggung jawab tanpa dikontrol kekuasaan yang lebih tinggi. Dengan melalui pemerintah daerah akan lebih membantu pemerintah pusat dalam mengontrol pembangunan di daerah.

Hossein dalam nurcholis (2010: 20) Menjelaskan bahwa pemerintah daerah dapat mengandung tiga artikulasi yaitu:

1. Dalam arti menunjuk pada lembaga/organnya. Maksudnya adalah pemerintah daerah disini sebagai badan pemerintah di tingkat daerah atau wadah yang menyelenggarakan kegiatan pemerintah di daerah.

2. Merujuk pada arti fungsi/kegiatannya. Pemerintah daerah disini adalah pemerintah daerah yang merupakan bentuk aktifnya. Jadi pemerintahan daerah adalah kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah daerah itu sendiri.
3. Pemerintah daerah diartikan sebagai otonom, yaitu subdivisi politik nasional yang diatur oleh hukum dan secara substansial mempunyai kontrol atas urusan-urusan lokal, termasuk kekuasaan untuk memungut pajak atau memecat pegawai untuk tujuan tertentu.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pemerintah daerah merupakan lembaga yang ada ditingkat daerah yang memiliki fungsi sebagai penyelenggaraan pemerintahan di daerahnya sendiri yang mempunyai kontrol atas urusan-urusan lokal tidak termasuk beberapa urusan yang harus dibicarakan dulu pada pemerintah pusat terlebih dahulu. Pemerintah daerah yang dimaksud di atas :

1. Pemerintah daerah propinsi yaitu pemerintah provinsi dan DPRD provinsi, yang terdiri dari Gubernur, Bupati atau walikota dan perangkat daerah yang meliputi sekretariat daerah, dinas daerah dan lembaga teknis daerah.
2. Pemerintah daerah kabupaten/kota yaitu pemerintah daerah/kota, yang terdiri dari sekretariat daerah, dinas daerah, lembaga teknis daerah, kecamatan dan kelurahan.

Muluk (2007: 57) menambahkan bahwa pandangan tradisional tentang pemerintah daerah memiliki tugas untuk melindungi masyarakat dari ketidakadilan serta bertugas menegakan keadilan secara pasti, sehingga pandangan mengenai pemerintah daerah hanya terbatas. Berbagai kewenangan yang dimiliki pemerintah daerah pusat dan provinsi di serahkan kepada pemerintah daerah kabupaten/kota yang dimaksudkan untuk meningkatkan keefesiensi dalam menyelenggarakan urusan pemerintahan. Berdasarkan pendapat di atas

dapat disimpulkan bahwa pemerintah daerah merupakan suatu badan atau organisasi yang menyelenggarakan tugas dan fungsi sebagai pemimpin dan pengatur pemerintah daerah serta berhak menentukan prioritas pembangunan di daerahnya sendiri sesuai potensi yang dimiliki.

2. Peran Pemerintah Daerah

Peran pemerintah sangat diperlukan guna menciptakan suatu penyelenggaraan pemerintah yang baik. Pemerintah berperan sebagai pembuat kebijakan dan peraturan untuk masyarakat. Menurut adam smith dalam muluk (2009:111) pemerintah memiliki tugas melindungi masyarakat dari pelanggaran dan invasi masyarakat lainnya, dan sejauh mungkin bertugas melindungi setiap anggota masyarakat dari ketidakadilan atau tekanan dari anggota masyarakat lainnya, serta bertugas menegakkan administrasi keadilan secara pasti.

Pengertian peran pemerintah di atas menyatakan bahwa hak-hak setiap masyarakat dalam memperoleh perlindungan dari pemerintah. Namun peran pemerintah sangat kompleks sekarang karena menyangkut pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat. Berbeda dengan Kuncoro (2004:110), yang menyatakan bahwa peran pemerintah setidaknya mencakup peran minimal yang meliputi penyediaan barang-barang publik dan perlindungan terhadap si miskin, namun pemerintah juga bisa saja mengambil peran aktif, seperti mendorong kegiatan swasta dan retribusi aset. Pengertian menurut Kuncoro lebih kompleks

daripada pengertian menurut Adam Smith yang hanya meminta perlindungan dari pemerintah saja, peran pemerintah menurut Kuncoro meminta penyediaan kebutuhan publik bagi masyarakat untuk mensejahterakan masyarakatnya, tetapi hanya terpacu pada masyarakat miskin saja.

World Bank menjelaskan bahwa peran pemerintah secara umum terdiri dari peran minimal, peran antara, dan peran aktif yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Peran Pemerintah

	Menanggulangi Kegagalan Pasar	Meningkatkan Pemerataan
Peran Minimal	• Menyediakan barang-barang public • Pertahanan • Keamanan • Manajemen ekonomi makro • Penyediaan fasilitas kesehatan public	Melindungi si miskin: Program pengentasan kemiskinan Bantuan Bencana
	Menanggulangi Kegagalan Pasar	Meningkatkan Pemerataan
Peran Antara	Menanggulangi eksternalitas: • Pendidikan dasar • Perlindungan lingkungan	Menyediakan asuransi Sosial: Pemerataan pensiun Dana pensiun Tunjangan pengangguran
	Mengatur monopoli: • Peraturan jasa umum • Kebijakan anti monopoli	
	Mengatasi informasi yang tidak sempurna: • Asuransi (kesehatan, jiwa, pension) • Peraturan keuangan • Perlindungan konsumen	
Peran Aktif	Mengkoordinasi kegiatan swasta: • Mendukung fungsi pasar • Memberikan inisiatif	Retribusi Aset

Sumber: World Bank (1997)

Bedasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa peran pemerintah tidak hanya ditujukan pada pemenuhan aspek kebutuhan dasar masyarakat, namun pemerintah juga berperan dalam penanganan isu kemiskinan, kesehatan dan pemerataan perekonomian. Hal ini dikarenakan dalam konteks otonomi daerah pemerintah khususnya pemerintah daerah diberikan kewenangan dalam mengatasi isu-isu yang berkenaan dengan permasalahan masyarakat yang mendasar, sehingga proses penyelenggaraan pemerintahan dan penanganan permasalahan yang timbul dalam masyarakat dapat dilaksanakan secara lebih efektif dan efisien. Dalam hal ini pemerintah daerah tidak terlalu bergantung dengan pemerintah pusat yang mana akan mempermudah dalam mengurus urusan pemerintah daerah dan tidak bergantung pada pemerintah pusat.

Peran pemerintah yang begitu kompleks menjadikan dasar pembentukan sebuah pemerintahan untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi penyelenggaraan pemerintahan tersebut. Pemerintahan sebelumnya yang masih terpusat diatur langsung dari pemerintah pusat sudah tidak efisien lagi dalam penyelenggaraan pemerintahan saat ini. Pemerintahan harusnya sudah dilimpahkan kepada pemerintah daerah untuk mengatur daerahnya sendiri. Maka dari itu terbentuklah Undang-Undang nomor 23 tahun 2014 tentang pemerintahan daerah, yang mengatur tentang pemerintahan daerah.

Asas-asas otonomi daerah berdasarkan undang-undang nomor 23 tahun 2014 tentang pemerintahan daerah, otonomi daerah memiliki asas-asas yaitu:

1. Asas Sentralisasi adalah pemusatan seluruh penyelenggaraan pemerintah negara pemerintahan pusat.
2. Asas Desentralisasi adalah segala pelimpahan kewenangan pemerintah pusat kepada pemerintah daerah.
3. Asas Dekonsentrasi adalah pelimpahan wewenang dari pemerintah gubernur sebagai wakil pemerintah dan perangkat pusat di daerah.
4. Asas Pembantuan adalah asas yang menyatakan turut sertadalam pelaksanaan urusan pemerintah yang ditugaskan kepada pemerintah daerah dengan kewajiban untuk mempertanggungjawabkan kepada yang memberi tugas.

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang pemerintahan daerah, pasal 17 ayat (1) menyatakan bahwa daerah berhak menetapkan kebijakan daerah untuk menyelenggarakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah. Pemerintah daerah dalam menetapkan kebijakan daerah wajib berpedoman pada norma, standar, prosedur, dan kriteria yang telah ditetapkan oleh pemerintah pusat. Pemerintah daerah memiliki wewenang dalam membuat kebijakan tertentu di daerahnya sendiri sesuai dengan norma, standar, prosedur dan kriteria pemerintah pusat. Kebijakan pemerintah daerah harus bisa memaksimalkan sumber daya yang ada di daerahnya untuk kesejahteraan masyarakat.

Peran pemerintah daerah sangatlah penting untuk memajukan daerahnya masing-masing. Dengan adanya otonomi daerah diharapkan pemerintah daerah bisa memaksimalkan sumber daya yang ada di

daerahnya masing-masing. Dengan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa peran pemerintah daerah adalah mengatur dan melindungi masyarakat serta sumber daya yang ada di daerahnya masing-masing dengan tetap mengikuti syarat dari pemerintah pusat.

D. Promosi

1. Definisi Promosi

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran di mana komunikasi tersebut merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan meningkatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Pengertian promosi menurut Kotler dan Armstrong (2012) *“Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it”*, artinya promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.

Promosi bisa disebut juga sebagai usaha untuk memperkenalkan barang ke tengah pasaran, dimana barang setelah selesai diproduksi dan dikemas di perusahaan manufaktur (produsen) dipromosikan melalui beberapa media untuk mencapai hasil penjualan yang maksimal.

Dalam menjalankan promosinya, perusahaan dapat menggunakan sarana atau media promosi seperti iklan, promosi

penjualan, penjualan pribadi, penjualan langsung dan Humas. Promosi merupakan fungsi informasi atau pemberitahuan, pembujukan pengambilan keputusan pembelian konsumen. Dalam promosi tersaji pesan ditunjukkan untuk membantu penjualan barang dan jasa. Dibawah ini pengertian promosi menurut Henry Simamora (2000) Promosi adalah pengkomunikasian informasi antara penjual dan pembeli potensial atau pihak-pihak lainnya dalam saluran distribusi guna mempengaruhi sikap dan pelakunya. selain promosi suatu informasi produk yang beraneka ragam bentuknya yang mempunyai tujuan untuk menyampaikan produk yang diproduksi suatu perusahaan dengan tujuan membujuk konsumen agar membelinya. Adapun kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi adalah periklanan, personnal selling, promosi penjualan, dan publisitas.

Promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran yang sering dikenal dengan istilah *four P's* yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan Tjiptono (2008).

Tujuan promosi menurut Sukmawati (2013) adalah memengaruhi calon wisatawan untuk mau berkunjung serta menjaga agar wisatawan selalu ingat dan berkeinginan untuk melakukan kunjungan kembali. Yonathan (2013) menyebutkan promosi yang efektif akan mampu mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap nilai produk yang ditawarkan oleh pihak penyedia jasa pariwisata sekaligus lebih efisien dalam penggunaan anggaran promosi. Promosi bagi instansi yang bergerak di bidang pariwisata bertujuan untuk memperkenalkan, menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi calon wisatawan untuk mau berkunjung serta menjaga agar wisatawan selalu ingat dan berkeinginan untuk melakukan kunjungan kembali. Selain itu Muskitta (2014) juga mengatakan bahwa tujuan promosi pariwisata adalah untuk menghimbau, merayu atau membujuk calon wisatawan agar melakukan perjalanan wisata. Oleh karena itu, pesan atau informasi mengenai daya tarik suatu wisata tersebut harus dikemas semenarik mungkin agar wisatawan pada akhirnya dapat membeli produk tersebut atau dengan kata lain calon wisata dapat mengunjungi objek wisata tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, kegiatan promosi memegang peranan penting dalam memberikan informasi mengenai potensi pariwisata kepada calon wisatawan promosi merupakan salah satu komponen penting dalam pencapaian tujuan yang diharapkan. Terdapat lima jenis teknik yang dimaksud dengan bauran promosi, yaitu iklan

(*advertising*), penjualan tatap muka (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat dan publisitas (*public relations and publicity*) dan pemasaran langsung (*direct selling*).

1. Periklanan (*advertising*)

Iklan menurut Kusumastuti (2012) merupakan model komunikasi yang dapat menjangkau publik secara luas. Iklan juga dapat digunakan untuk membangun image jangka panjang dan juga mempercepat quick sales. Selain itu, iklan juga bersifat baku dan dapat ditayangkan berulang-ulang serta dapat memperoleh efek dramatisasi dari iklan yang telah ditayangkan tersebut. Menurut Morissan (2009) media iklan dikategorikan menjadi tiga yaitu media penyiaran, media cetak, dan media internet. Sedangkan menurut Shimp (2000) Media periklanan merupakan metode telekomunikasi umum yang membawa pesan periklanan. Meskipun pesan-pesan yang efektif penting untuk periklanan yang sukses, tetapi pesan tersebut menjadi tidak berarti jika media periklanan yang digunakan tidak mampu mencapai khalayak sasaran yang dituju.

2. Penjualan tatap muka (*Personal selling*)

Personal selling adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk

pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya. Menurut Kusumastuti (2012) *personal selling*, merupakan alat promosi yang paling efektif pada siklus terakhir dari proses pembelian. Hal ini terjadi karena *personal selling* dapat membuat hubungan interaktif secara dekat, sehingga dapat mengenal konsumen secara lebih dalam dan lebih baik, sehingga dapat memberikan respon yang tepat.

3. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan/atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Menurut Stanton (1996) promosi penjualan direncanakan untuk menambah dan mengkoordinasikan kegiatan penjualan personal dan periklanan. Promosi penjualan meliputi antara lain kegiatan pembuatan pameran di toko, menyelenggarakan pameran dagang, membagikan contoh, premi atau kupon-kupon “*cents-off*” (untuk pembulatan harga ke bawah).

Menurut Kusumastuti (2012) promosi penjualan mempunyai manfaat yaitu sebagai sarana untuk menarik perhatian dan memberikan informasi yang akhirnya mengarahkan konsumen kepada produk. Hal tersebut memberikan kontribusi nilai

tambah kepada konsumen dan juga dapat secara aktif mengajak konsumen membeli produk yang ditawarkan.

4. Hubungan masyarakat dan publisitas (*Public relations and publicity*)

Public relation merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. Menurut Stanton (1996) public relation merupakan usaha terencana oleh suatu organisasi untuk memengaruhi sikap atau pendapat golongan terhadap badan usaha tersebut. Namun menurut Kusumastuti (2012) alat promosi ini dapat menarik perhatian khalayak ramai jika memiliki kredibilitas yang tinggi dan tidak memasukan unsur penjualan, jadi hanya sebagai pemberi informasi.

5. Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Direct marketing adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi di sembarang lokasi. Dalam direct marketing, komunikasi promosi ditujukan langsung kepada konsumen individual, dengan tujuan agar pesan-pesan tersebut ditanggapi konsumen yang bersangkutan baik melalui telepon, pos, atau dengan datang ke tempat langsung ke tempat pemasar.

Berbeda dengan promosi lainnya, dalam melakukan promosi pariwisata produk yang akan ditawarkan ke calon wisatawan adalah obyek dan daya tarik wisata. Menurut Yoeti (1985) daya tarik wisata atau “*tourist attraction*”, istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Menurut Wibowo (2008) pengusahaan obyek dan daya tarik wisata terbagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata alam merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan tata lingkungannya yang telah ditetapkan sebagai obyek dan daya tarik wisata untuk dijadikan sasaran wisata;
2. Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata budaya merupakan usaha seni budaya bangsa yang telah dilengkapi sebagai obyek dan daya tarik wisata untuk dijadikan sasaran wisata;
3. Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata minat khusus merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan atau potensi seni budaya bangsa untuk dijadikan sasaran wisatawan yang mempunyai minat khusus.

2. Pengertian Bauran Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2012) Bauran promosi adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual. Bauran promosi menurut Kotler dan Keller (2012:500) terdiri dari :

- a. Periklanan. Setiap bentuk presentasi nonpersonal berbayar dan promosi gagasan, barang atau jasa oleh sponsor diidentifikasi melalui media cetak, media penyiaran media jaringan media elektronik dan media tampilan yang terdiri dari :
 - 1) Surat kabar
 - 2) Televisi
 - 3) Radio
 - 4) Majalah
 - 5) Halaman web
 - 6) Billboard
- b. Promosi penjualan. Berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa termasuk promosi konsumen, promosi perdagangan bisnis dan tenaga penjual promosi yaitu :
 - 1) Kupon
 - 2) Kontes
 - 3) Sampel

- 4) Potongan harga
- c. Acara dan pengalaman. Perusahaan yang mensponsori program yang dirancang untuk menciptakan interaksi harian atau merek terkait khusus dengan konsumen dan karena sebaiknya acara lebih sedikit kegiatan formal seperti :
 - 1) Olahraga
 - 2) Seni
 - 3) Hiburan
 - d. Hubungan masyarakat dan publisitas Berbagai program diarahkan secara internal kepada karyawan dari perusahaan atau eksternal kepada konsumen, perusahaan lain, pemerintah, dan media untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk komunikasi individu yaitu :
 - 1) Sponsor
 - 2) Donasi
 - 3) Berita
 - e. Pemasaran langsung Penggunaan mail, telepon, fax, e-mail atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau meminta respon atau dialog dari pelanggan tertentu dan prospek.
 - f. Pemasaran interaktif Online dan program yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan langsung atau tidak langsung mengingatkan kesadaran, meningkatkan citra, atau menimbulkan penjualan produk atau jasa.

- g. Pemasaran mulut ke mulut Pemasaran dari mulut ke mulut, tertulis atau komunikasi elektronik yang berhubungan dengan manfaat atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa.
- h. Penjualan perorangan Interaksi secara langsung dengan satu atau lebih calon pembeli untuk tujuan membuat presentasi, menjawab pertanyaan dan pengadaan pesanan.

Kotler & Keller (2012:514) mengemukakan berbagai faktor dalam menentukan bauran promosi, yaitu :

1. Tipe Produk/ Pasar
 - a) Perusahaan barang konsumen biasanya mengalokasikan lebih banyak dana untuk iklan, menyusun promosi penjualan, penjualan perorangan dan kemudian hubungan masyarakat.
 - b) Perusahaan barang industri menyediakan dana lebih banyak untuk penjualan
2. Kesiapan Pembeli. Pengaruh dari alat promosi itu bervariasi untuk tahap kesiapan pembeli yang berbeda. Iklan dan hubungan masyarakat, memegang peran utama dalam tahap kesadaran dan pengetahuan.
3. Daur Hidup Produk
 - a) Tahap pengenalan, iklan dan hubungan masyarakat baik untuk menghasilkan kesadaran tinggi, dan promosi penjualan bermanfaat untuk mempromosikan penjualan awal. Penjualan

perorangan harus dipakai agar pedagang mampu menjual produk tersebut.

- b) Tahap pertumbuhan, semua kiat itu dapat diperlambat karena permintaan memiliki momentumnya sendiri lewat pembicaraan dari mulut ke mulut.
- c) Tahap kemapanan (dewasa), promosi penjualan, periklanan dan penjualan perorangan semua bertambah penting, secara berurutan.

3. Tujuan Promosi

Tujuan utama dari promosi untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta meningkatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Menurut Djaslim Saladin dan Terism Oesman (2001) Tujuan promosi adalah :

- 1. Menginformasikan (Informing) adalah pemberitahuan tentang keberadaan suatu produk.
 - a) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru.
 - b) Memperkenalkan cara pemakaian dari suatu produk baru.
 - c) Menjelaskan cara kerja suatu produk.
 - d) Menyampaikan perubahan harga pasar
- 2. Membujuk pelanggan sasaran (*Persuading*) adalah upaya dalam meningkatkan preferensi produk.

- a) Membentuk periklanan merk.
 - b) Mengalihkan perhatian merk tertentu.
 - c) Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk.
3. Mengingatkan (*Reminding*) adalah iklan yang dilakukan secara berulang-ulang untuk mengingatkan konsumen agar mengkonsumsi produk tersebut.
- a) Mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat.
 - b) Mengingatkan pembeli tetap ingat walau tidak ada kampanye iklan.
 - c) Agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

4. Elemen-Elemen Promosi

Dalam setiap perusahaan yang peranannya sebagai komunikator dan promotor secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Tugas khusus tersebut juga sering disebut sebagai promosi, menurut A.B Susanto (2000) adalah sebagai berikut :

1. Periklanan (*Advertising*)

Semua bentuk presentasi non personal dan promosi ide barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran.

2. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Penggunaan surat, telepon dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi dan mendapatkan respon dari pelanggan dan calon pelanggan tertentu.

3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau pembelian produk / jasa.

4. Hubungan masyarakat dengan Publisitas (*Public Relation and Publicity*)

5. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*)

Interaksi langsung antara satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan.

6. Internet Marketing (Pemasaran Melalui Internet)

Berdasarkan definisi diatas menjelaskan pengertian promosi merupakan kegiatan menawarkan barang dan jasa kepada konsumen, oleh karena itu pengelola obyek wisata harus berusaha untuk memperkenalkan obyek wisata, meyakinkan dan mempengaruhi pengunjung agar dapat menciptakan permintaan atas obyek tersebut.

E. Pariwisata dan Wisatawan

1. Definisi Pariwisata dan Wisatawan.

Secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan meninggalkan tempat semula

dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Menurut Cooper dalam Heriawan (2004) Pariwisata adalah serangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau keluarga atau kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan. Kunjungan yang dimaksud bersifat sementara dan pada waktunya akan kembali ke tempat tinggal semula. Hal tersebut memiliki dua elemen yang penting, yaitu: perjalanan itu sendiri dan tinggal sementara di tempat tujuan dengan berbagai aktivitas wisatanya.

Menurut WTO (1999) *Tourism-activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leasure, business and other purposes ;* pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya, perjalanan wisata ini berlangsung dalam jangka waktu tidak lebih dari satu tahun secara berturut-turut untuk tujuan bersenang- senang , bisnis dan yang lainnya.

Wisata menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh

seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata diselenggarakan dengan prinsip memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup, memberdayakan masyarakat setempat, memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan dan proporsionalitas.

Pariwisata merupakan sektor ekonomi yang strategis karena dapat berkontribusi dan menunjang terhadap pertumbuhan perekonomian, menciptakan lapangan kerja di saat krisis finansial dan ketidak pastian perekonomian dunia, sektor pariwisata juga berpengaruh pada perkembangan investasi, peningkatan pendapatan masyarakat serta penerimaan keuangan negara maupun daerah.

Dalam visi pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf “a” adalah terwujudnya Indonesia sebagai negara tujuan pariwisata berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat. Sebagaimana telah dijelaskan pembangunan pariwisata berkelanjutan yang disebutkan dalam Piagam Pariwisata Berkelanjutan, adalah pembangunan yang dapat didukung secara ekologis sekaligus layak secara ekonomi, juga adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat. Pembangunan berkelanjutan adalah upaya terpadu dan terorganisasi untuk mengembangkan kualitas hidup dengan cara mengatur

penyediaan, pengembangan, pemanfaatan, dan pemeliharaan sumber daya secara berkelanjutan (kemenpar.go.id).

Definisi wisatawan menurut Norval dalam Yoeti (1995) merupakan setiap orang yang datang dari suatu Negara yang alasannya bukan untuk menetap atau bekerja di situ secara teratur, dan yang di Negara dimana ia tinggal untuk sementara itu membalanjakan uang yang didupakannya di lain tempat. Sedangkan menurut Soekadijo (2000), wisatawan adalah pengunjung di Negara yang dikunjunginya setidak-tidaknya tinggal 24 jam dan yang datang berdasarkan motivasi.

Sedangkan menurut UN-WTO (Cooper 2006, Ritchie dan Goeldner, Gee 1999) Wisatawan dapat digolongkan berdasarkan 3 kelompok tujuan kunjungan, diantara lain: (Ismayanti, 2010)

1. *Leisure and recreation* (vakansi dan rekreasi)

Segala kegiatan yang memiliki tujuan: (1) vakansi dan rekreasi; (2) mengunjungi event budaya; (3) kesehatan; (4) olah raga aktif (yang bukan professional); dan (5) tujuan liburan lain termasuk dalam kategori bersenang- senang.

2. *Business and professional* (Bisnis dan professional)

Beberapa tujuan kunjungan dalam kategori bisnis dan professional adalah: (1) rapat; (2) misi; (3) perjalanan intensif; (4) bisnis. Tujuan-tujuan itu berhubungan erat dengan pekerjaan. Perjalanan yang dilakukan tidak untuk mencari nafkah, tetapi kegiatannya berdampak pada pekerjaanya

3. *Other Tourism purposes* (Tujuan wisata lain)

Wisata untuk (1) belajar; (2) pemulihan kesehatan; (3) transit; dan (4) berbagai tujuan lain. Tujuan lain diantaranya melakukan kunjungan kepada kerabat dan saudara, ia melakukan ziarah, ia melakukan perjalanan keagamaan atau religi, ia melakukan widyawisata.

2. **Pengembangan Wisata**

Pengembangan pariwisata merupakan tugas semua pihak pemerintah, swasta maupun masyarakat. Dengan kerjasama yang dilakukan berbagai pihak akan menguntungkan semua pihak yang terlibat tidak keterkecuali masyarakat yang akan terlaksana kesejahteraan dan kemakmuran hidup di masa yang akan datang. Adapun pengembangan pariwisata menurut Munasef (1995) yang diikuti oleh Hadiwijoyo (2012) adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana dan prasarana, barang dan jasa fasilitas yang diperlukan, guna melayani kebutuhan wisatawan. Ketika melakukan pengembangan pariwisata hal yang dibenahi tidak hanya obyek wisata ataupun pengembangan akomodasi dan restoran. Akan tetapi semua yang dapat menunjang pengembangan pariwisata tersebut. Selain itu keamanan serta kenyamanan para wisatawan tidak boleh dianggap remeh karena hal tersebut yang akan membuat wisatawan berkunjung lebih lama.

Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri atas rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, rencana induk kepariwisataan provinsi, dan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota. Dan pembangunan kepariwisataan sebagai dimaksud diatas merupakan bagian integral dari rencana pembangunan jangka panjang nasional. Rencana induk pembangunan kepariwisataan/kota diatur dengan peraturan daerah kabupaten/kota yang meliputi perencanaan pembangunan industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran, dan kelembagaan kepariwisataan.

Pembangunan pariwisata terdapat beberapa komponen yang akan menunjang keberhasilan. Apapun, komponen pengembangan pariwisata menurut Inskeep (1999) yang dikutip oleh Hadiwijoyo (2012) secara garis besar dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

a) Atraksi dan Aktifitas Pariwisata

Semua atraksi baik yang bersifat alami, maupun khusus serta berbagai aktifitas yang berkaitan dengan kawasan yang menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.

b) Akomodasi

Hotel dan fasilitas lain yang sejenis, serta jasa layanannya yang dimana wisatawan menginap selama waktu kunjungannya

c) Fasilitas dan jasa layanan wisata lainnya

Fasilitas-fasilitass jadi pelayanan yang diperlukan untuk mengembang pariwisata, antara lain meliputi ; operasioanl tour dan travel, restoran dan caffe, bank dan *Money Changer*, kantor informasi pariwisata, fasilitas keamanan, dan sebagainya.

d) Fasilitas dan jasa layanan transportasi

Fasilitass dan jasa layanan meliputi kemudahan akses transportasi masuk ke kota dan area pengembangannya, transportasi pada era pengembangan.

e) Infrastruktur lain seperti air, listrik dan telekomunikasi

f) Elemen institusional

Elemen ini penting untuk mengatur dan mengembangkan pariwisata. Elemen institusional antara lain berupa program perencanaan, pendidikan dan pelatian SDM, promosi dan pemasaran strategis, kebijakan investasi, dan program pengendalian pengaruh ekonomi, lingkungan dan sosial kultural.

3. Jenis Pariwisata

Pariwisata dibedakan menurut bentuk jenisnya sesuai dengan maksud dan tujuan wisatawan untuk berkujung. Menurut Spillane (1994) jenis-jenis pariwisata antara lain :

- a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)
- b. jenis wisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar,

menikmati keindahan alam, mendapatkan ketegangan dan keadamaian diluar kota.

c. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

Dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki hari liburnya untuk istirahat, memulai kesegaran. Biasanya mereka tinggal selama mungkin di tempat mereka anggap benar-benar menjamin tujuan rekreasi, misalnya kepantai maupun kepegunungan.

d. Pariwisata kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Ditandai dengan rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat-istiadat, kelmbagaan, dan cara hidup, peninggalan masa lampau, kesenian dan tarian rakyat.

e. Pariwisata untuk olah raga (*Sport Tourism*)

Jenis pariwisata ini dibagi menjadi dua yaitu

- 1) *Big sport event* : pariwisata olah raga besar yang menarik banyak minat.
- 2) *Sporting tourism of practitioner* : pariwisata bagi mereka yang ini mempratekan diri

f. Pariwisata untuk berkonvensi (*Concentration Tourism*)

Berupa penyediaan tempat pertemuan dan konvensi dengan fasilitas penunjang mutakhir yang diperlukan untuk efisiensi

operasi konvesi, jenis wisata ini berusaha dikembangkan di Indonesia.

g. Pariwisata diperlukan untuk usaha dagang (*Business Tourism*)

Dilakukan untuk transaksi ataupun pertemuan para pengusaha untuk keperluan bisnis.

Selain itu, Pendit (1994) juga mengklasifikasi jenis pariwisata yang dikelompokkan yaitu :

- a. Wisata Cagar Alam : jenis wisata ini terkait dengan kegemaran akan keindahan alam, hawa dan udara yang segar dipegunungan, keajaiban hidup binatang dan marga satwa langka serta tumbuhan-tumbuhan yang jarang ditempat lain.
- b. Wisata Budaya : tujuannya adalah ingin memperluas pandangan hisap dan kunjungan ketempat lain atau keluar negeri, mempelajari keadaan masyarakat setempat, kebiasaan dan adat-istiadat, cara hidup, budaya dan kesenian daerah.
- c. Wisata Pertanian : mengandalkan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan, sambil menikmati segarnya aneka raga tanaman.
- d. Wisata Bahari : wisata yang dihubungkan dengan olah raga air atau lautan seperti memancing, menyelam,berlayar, selancar, melihat tanaman laut serta berbagai rekreasi perairan lainnya.

- e. Wisata Kesehatan : keperluan istirahat dalam arti jasmani dan rohani yang mengunjungi tempat peristirahatan, seperti air panas yang mengandung mineral, iklim yang sejuk dan menyehatkan.
- f. Wisata Komersial : mengadakan perjalanan mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial seperti pameran industri, pameran dagang dengan memeriahkan dengan berbagai atraksi seni.
- g. Pilgrim : dikaitkan dengan agama, sejarah, adat dan kepercayaan umat atau kelompok masyarakat dengan mengunjungi tempat suci, makam orang besar, pemimpin yang diagungkan, tempat penuh legenda, bukit atau gunung yang dianggap keramat.

4. Sarana dan Prasarana Pariwisata.

1. Prasarana Pariwisata

Prasarana (*infrastuctures*) adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, pelayanan kesehatan, terminal/ pelabuhan, dan lain sebagainya Suwanto (2004)

2. Sarana Pariwisata

Sarana kepariwisataan (*tourism infrastructure*) adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar prasarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam . Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Suwanto (2004)

Sarana pokok kepariwisataan, yang dimaksud dengan sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan - perusahaan angkutan wisata, hotel dan jenis akomodasi lainnya, bar dan restoran, serta rumah makan lainnya, sarana olahraga. Lothar A.Kreck dalam Yoeti (1996)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pemilihan metode ini didasari anggapan bahwasannya metode ilmiah yang dianggap paling tepat untuk menjangkau, menjelaskan dan menggambarkan segala permasalahan dan data yang ada dengan lebih mendalam yang sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Menurut Zuriah (2009) menjelaskan penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Sedangkan menurut Usman dan Akbar (2009) menjelaskan penelitian deskriptif bermaksud membuat tujuan pemerian (penyandaran) secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi tertentu.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yang bersifat kualitatif karena dalam penelitian ini melakukan penyusunan kata-kata untuk menjelaskan dan memperoleh gambaran atas hasil yang akan diteliti. Penelitian kualitatif menurut Moleong dalam Herdiansyah (2010) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya. Secara holistik dan

dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2005) memberikan penjelasan tentang pendekatan kualitatif adalah sebagai berikut:

Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesa, tetapi perlu memandangnya sebagai dari sesuatu keutuhan.

Melalui metode kualitatif peneliti pada tahap awal melakukan penjelajahan, selanjutnya melakukan pengumpulan data yang mendalam sehingga dapat ditemukan hipotesis yang berupa hubungan antar gejala dalam hal ini dengan memberikan gambaran dan analisis secara mendalam terkait peran media massa sebagai media promosi pariwisata. Menurut Moleong (2011) mengatakan bahwa “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah”.

Maka dari itu, dalam penelitian ini penulis menyampaikan data dari kutipan orang lain, wacana, atau teks lainnya. Dengan menggunakan jenis ini penulis bermaksud mendapatkan data dan gambaran yang mendalam

tentang peran pemerintah daerah dalam penyelenggaraan promosi pariwisata sumber podang Kabupaten Kediri.

B. Fokus Penelitian

Seorang peneliti harus menetapkan fokus penelitian, agar penelitian yang dilakukan fokus terhadap masalah yang akan diteliti. Menurut Usman dan Akbar (2009) menjelaskan fokus penelitian atau pembatasan masalah ialah usaha untuk menetapkan batasan dari masalah penelitian yang akan diteliti. Batasan masalah ini berguna untuk mengidentifikasi faktor mana saja yang termasuk dalam ruang lingkup masalah penelitian, dan faktor mana yang tidak termasuk dalam ruang lingkup masalah penelitian.

Peneliti menentukan fokus penelitian untuk membatasi studi sehingga penelitian yang dilakukan lebih terarah dan juga dapat menyaring informasi yang lebih relevan. Selain itu dalam penelitian kualitatif juga menghendaki batas dalam penelitiannya atas dasar fokus yang timbul sebagai masalah dalam penelitian. Seperti yang diungkapkan oleh moleong sebelumnya, dengan adanya fokus penelitian yang tepat dan jelas maka akan memudahkan peneliti untuk memilah data yang sekiranya perlu ataupun tidak untuk digunakan. Dengan penjelasan tersebutlah, maka peneliti merasa penting untuk menentukan fokus penelitian.

Berdasarkan judul dari penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu, peran Pemerintah Daerah Dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata

Sumber Podang Kabupaten Kediri, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Peran Pemerintah Daerah Dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata Sumber Pondang Kabupaten Kediri.

- a) Periklanan (*advertising*)
- b) Penjualan tatap muka (*personal selling*)
- c) Promosi Penjualan (*sales promotion*)
- d) Hubungan Masyarakat dan publisitas (*public relations and publicity*)
- e) Pemasaran langsung (Direct marketing)

2. Faktor pendukung dan penghambat Peran Pemerintah Daerah Dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata Sumber Podang Kabupaten Kediri:

- a) Faktor pendukung Peran Pemerintah daerah Dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata Sumber Podang Kabupaten Kediri
 - 1) Potensi Alam yang bagus.
 - 2) Partisipasi masyarakat sekitar.
- b) Faktor penghambat Peran Pemerintah daerah Dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata Sumber Podang Kabupaten Kediri
 - 1) Aksebilitas kurang memadai
 - 2) Masih minimnya investasi

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Moleong (2011) menjelaskan bahwa lokasi penelitian ialah tempat dimana peneliti melakukan penelitian terutama dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Penentuan lokasi penelitian, cara terbaik yang ditempuh dengan jalan mempertimbangkan teori substantif dan menjajaki dengan menjajaki lapangan untuk mencari kesesuaian dengan kenyataan. Sementara itu, Bogdan dan Taylor (1992) mengemukakan bahwa lokasi yang layak dipilih untuk diteliti adalah lokasi yang didalamnya terdapat persoalan substantif dan teoritik. Dapat diambil kesimpulan bahwa pengertian lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti melakukan penelitian terhadap obyek yang akan diteliti. Berdasarkan pemaparan di atas maka lokasi penelitian ini dilakukan di Kabupaten Kediri. Hal ini dikarenakan masih terbatasnya informasi mengenai promosi wisata sumber podang.

Sedangkan yang dimaksud dengan situs penelitian ialah menunjukkan dimana sebenarnya peneliti dapat menangkap keadaan dari obyek yang akan diteliti, sehingga keakuratan data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan sesuai dengan fokus penelitian dapat diperoleh Henny, (2014). Maka yang menjadi situs dalam penelitian ini adalah:

Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Kediri.

Alasan pemilihan lokasi dan situs penelitian di atas juga didasari atas pertimbangan-pertimbangan pribadi peneliti dan juga masukan dari berbagai

pihak. Pemilihan lokasi dan situs ini dikarenakan (a) dibutuhkan media komunikasi sebagai media promosi untuk pengembangan pariwisata (b) kurangnya informasi mengenai Pariwisata sumber pandang wisatawan belum banyak yang mengetahui tentang adanya wisata sumber pandang di kabupaten Kediri.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data merupakan tahapan dalam proses penelitian yang penting, karena hanya dengan mendapatkan data yang tepat maka proses penelitian akan berlangsung sampai peneliti mendapatkan jawaban dari perumusan masalah yang sudah ditetapkan Sarwono (2006).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama atau secara langsung diperoleh ditempat penelitian di Kabupaten Kediri. Menurut Sarwono (2006) Data Primer diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner atau lisan dengan menggunakan metode wawancara narasumber. Data primer dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bapak Nadirin Kepala Seksi Pengembangan dan Promosi Wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri

- b. Bapak Dedi Staff Bagian Promosi Pariwisata Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kediri.
- c. Bapak Sunarwan selaku ketua kelompok sadar wisata (POKDARWIS) Podang Lestari
- d. Zainul Akshan Wisatawan Pariwisata Sumberpondang

2. Data Sekunder

Data sekunder berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat, atau mendengarkan Sarwono, (2006). Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung biasanya data itu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang lain diluar penelitian.

Dalam penelitian ini data sekundernya adalah

- a. Renstra Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri 2016 – 2020
- b. Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- c. Data kunjungan Wisatawan Kabupaten Kediri
- d. RPJM-Desa Joho Tahun 2015-2020
- e. Dokumen-dokumen, catatan-catatan, laporan serta arsip yang berada pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri

Data tersebut merupakan data sekunder yang diperoleh ataupun pihak lain yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri serta desa Joho Kabupaten Kediri.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan Sugiyono, (2008). Menurut Sugiyono (2012) membedakan teknik pengumpulan data menjadi empat bagian yaitu observasi, interview, dokumentasi, dan gabungan ketiganya (*triangulasi*). Oleh karena itu, untuk memperoleh data yang valid, relevan, tepat dan akurat dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Teknik wawancara ini berguna untuk mendapatkan data dari tangan pertama (*primer*), pelengkap teknik pengumpulan lainnya, menguji hasil pengumpulan data lainnya. Pada tahap ini peneliti berhadapan langsung dengan narasumber untuk mengadakan tanya jawab secara lebih lanjut dan memperjelas data dan informasi yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti dengan bantuan panduan wawancara Usman dan Akbar (2009).

Mengadakan wawancara langsung dengan responden. Wawancara yang dilakukan berhubungan dengan perumusan masalah yang diambil oleh peneliti. Dalam penelitian ini wawancara tersebut dilakukan dengan narasumber sebagai berikut:

- 1) Bapak Nadirin Selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri. Wawancara 2 kali.
- 2) Bapak Dedi Selaku Kepala Seksi Bidang Promosi Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri. wawancara 2 kali
- 3) Bapak Sunarwan selaku ketua POKDARWIS Podang Lestari wawancara dilakukan 1 kali.
- 4) Wisatawan Zaynul Aksan wisatawab wawncara dilakukan 1 kali

2. Observasi

Observasi sebagai suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu Cartwright dan Cartwright dalam Herdiansyah (2010). Menurut Herdiansyah (2010) inti dari observasi adalah adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingin dicapai. Perilaku yang tampak dapat berupa perilaku yang dapat dilihat langsung oleh mata, dapat didengar, dapat dihitung, dan dapat diukur.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti

kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan Herdiansyah (2010).

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Arikunto dalam Hasan (2002) adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri Sugiyono, (2012). Sedangkan menurut Arikunto (2006), Instrumen penelitian adalah alat fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.

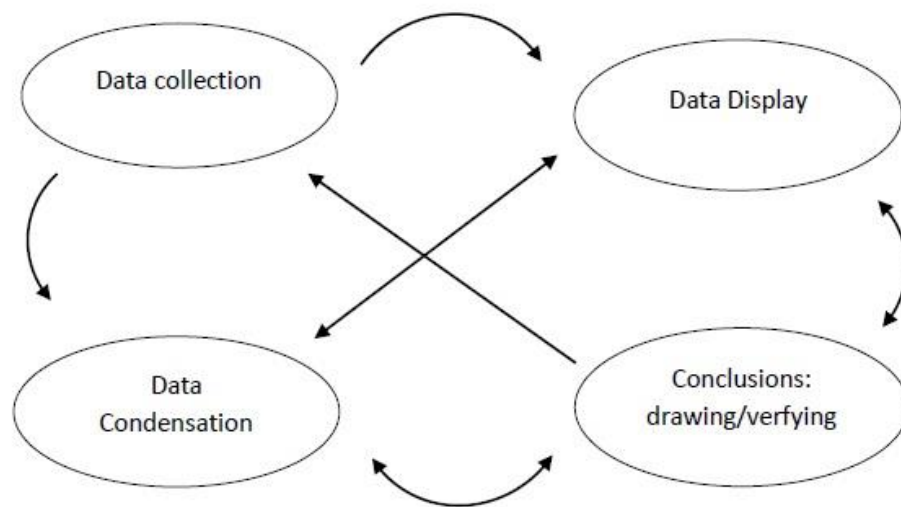
Dalam penelitian ini instrumen atau alat yang digunakan adalah:

1. Peneliti, dalam penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Data yang dimaksud adalah terkait dengan peran Pemerintah Daerah Dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata Kabupaten Kediri

2. Pedoman wawancara (*interview guide*), hal ini berguna untuk membatasi dan mengarahkan peneliti dalam mencari data-data yang diperlukan guna kegiatan penelitian. Sebelum melakukan wawancara peneliti membuat pedoman wawancara untuk mengetahui data apa yang diinginkan baik untuk memulai pencarian data, maupun memperdalam data yang sudah didapatkan sebelumnya. Pedoman wawancara dalam hal ini mencakup Peran Pemerintah Daerah Dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata Sumber Podang
3. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa peralatan penunjang, diantaranya yaitu alat rekaman dan foto melalui HP peneliti, serta buku catatan.

G. Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sedang muncul dibenak peneliti. Peneliti menggunakan analisis data kualitatif, dengan berdasarkan model interaktif oleh Miles & Huberman. Adapun komponen-komponen analisis dalam model interaktif ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Komponen Analisis Data Model Interaktif

Sumber : Miles Huberman dan Saldana, 2014.

Pada gambar tersebut, terdiri dari empat alur kegiatan yang terjadi, yaitu dimulai dari *data collection* (pengumpulan data), *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), *conclusions : drawing / verifying* (penarikan kesimpulan atau verifikasi). Hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Data Collection* / Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data, peneliti mengumpulkan data yang berkaitan dengan kebutuhan data penelitian. Data yang dikumpulkan berupa data wawancara, dokumentasi, dan dokumen yang dibutuhkan selama penelitian berdasarkan fokus penelitian. Pada tahap wawancara dilakukan dengan melakukan wawancara kepada Kepala Seksi Pengembangan dan Promosi Wisata. Dokumentasi dilakukan berupa gambar, yang berguna untuk mendukung kebutuhan data penelitian, dan sebagai bukti validitas dari peneliti. Sedangkan data yang berupa dokumen dikumpulkan sesuai dengan

kebutuhan data penelitian yang bersumber dari dokumen resmi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kediri.

2. *Data Condensation* / Kondensasi Data

Kondensasi data merupakan satu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (seperti membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi tema, dan menulis memo). Pada kondensasi data bertujuan untuk lebih memfokuskan data-data yang telah didapatkan melalui proses pengumpulan data. Data wawancara dari hasil wawancara dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kediri dirangkum dengan tujuan mempermudah dalam membuat laporan penelitian tanpa menghilangkan data.

3. *Data Display* / Penyajian Data

Penyajian data merupakan alur penting dalam kegiatan analisis. Dengan melakukan penyajian data-data, peneliti dapat memahami suatu peristiwa yang sedang terjadi dan tindakan yang seharusnya dilakukan. Bentuk penyajian data yang digunakan adalah bentuk teks naratif. Pada tahap penyajian data, peneliti menyajikan data penelitian yang telah selesai melalui tahap kondensasi data. Data disajikan sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditetapkan, hal tersebut bertujuan

agar penelitian dapat fokus dan mempermudah dalam analisis data. Pada tahap ini penyajian data di bagi menjadi dua yaitu Gambaran umum dan Penyajian Data Fokus Penelitian. Gambaran Umum berisikan gambaran terkait lokasi penelitian dan gambaran umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kediri. Sedangkan Penyajian Data Fokus Penelitian menyajikan data yang telah dikondensasikan dan disajikan sesuai fokus penelitian. Data fokus penelitian mencakup peran media massa sebagai media promosi pariwisata Sumber Podang di Desa Joho Kecamatan Semen Kabupaten Kediri.

4. *Drawing and Verifying Conclusions*/Menggambarkan dan Memferifikasi Kesimpulan.

Penarikan kesimpulan-kesimpulan juga perlu diverifikasi selama penelitian berlangsung. Dengan kata lain, makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekokohannya, dan kecocokannya, yaitu merupakan validitasnya. Pada tahap ini data yang telah disajikan akan dilakukan analisis dengan menggunakan teori yang digunakan peneliti. Setelah proses analisis, peneliti menarik kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi dan Situs Penelitian

1. Gambaran Umum Kabupaten Kediri

a. Sejarah Singkat Kabupaten Kediri

Sejarah Kabupaten Kediri ini penulis ambil dari website resmi Pemerintah Kabupaten Kediri. Nama Kediri ada yang berpendapat berasal dari kata “Kedi” yang artinya “Mandul” atau “wanita yang tidak berdatang bulan”. Menurut Kamus Jawa Kuno Wojo Wasito, “Kedi” berarti Orang Kediri Bidan atau Dukun. Di dalam lakon wayang, Sang Arjuno pernah menyamar Guru Tari di Negara Wirata, bernama “Kedi Wrakantolo”. Bila kita hubungkan dengan nama tokoh Dewi Kilisuci yang bertapa di Goa Selomangkleng, “Kedi” berarti suci atau wadad.

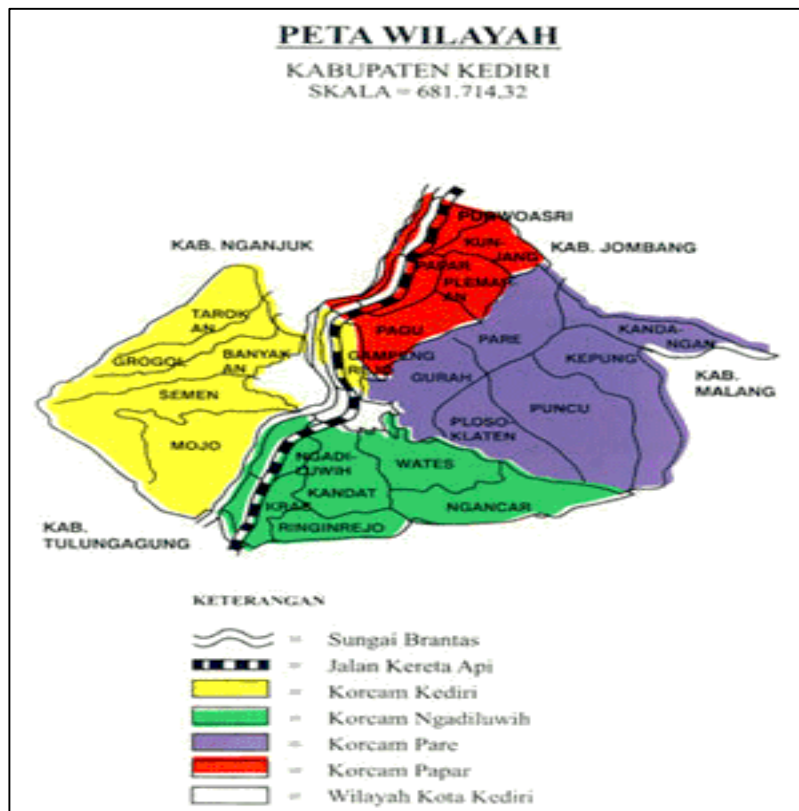
Disamping itu kata Kediri berasal dari kata “Diri” yang berarti Adeg, Angdhiri, menghadiri atau menjadi Raja (bahasa jawa Jumenengan). Untuk itu dapat kita baca pada prasasti “Wanu” tahun 830 saka, yang diantaranya berbunyi: “Ing Saka 706 centra nasa danami sakla pa ka sa wara, angdhiri rake panaraban”, artinya : pada tahun saka 706 atau 734 Masehi, bertahta raja Pake Panaraban. Nama Kediri banyak terdapat pada kesusatraan Kuno yang berbahasa jawa kuno seperti : kitab Samaradana, Pararaton, Negara Kertagama dan Kitab Calon Arang. Demikian pula pada beberapa prasasti yang menyebutkan nama Kediri seperti : Prasasti Ceber, berangka tahun 1109 saka

yang terletak di Desa Ceker, sekarang Desa Sukoanyar Kecamatan Mojo. Dalam prasasti ini menyebutkan, karena penduduk Ceker berjasa kepada Raja, maka mereka memperoleh hadiah, "Tanah Perdikan". Dalam prasasti itu tertulis "Sri Maharaja Masuk Ri Siminaninaring Bhuwi Kadiri" artinya raja telah kembali kesimanya, atau harapannya di Bhumi Kadiri. Prasasti Kamulan di Desa Kamulan Kabupaten Trenggalek yang berangkat tahun 1116 saka, tepatnya menurut Damais tanggal 31 Agustus 1194. Pada prasasti itu juga menyebutkan nama Kediri yang diserang oleh raja dari kerajaan sebelah timur "Aka ni satru wadwa kala sangke purnowo", sehingga raja meninggalkan istananya di Katangkatang ("tatkala nin kentar sangke kadetwan ring katangkatang deni nkir malr yatik kaprabon sri maharaja siniwi ring bhumi kadiri").

Menurut bapak MM. Sukarto Kartoatmojo menyebutkan bahwa "Hari jadi Kediri" muncul pertama kalinya bersumber dari tiga buah prasasti Harinjing A-B-C, namun pendapat beliau, nama Kadiri yang paling tepat dimunculkan pada ketiga prasasti. Alasannya Prasti Harinjing A tanggal 25 Maret 804 masehi, dinilai usianya lebih tua dari pada kedua prasasti B dan C, yakni tanggal 19 September 921 dan tanggal 7 Juni 1015 Masehi. Dilihat dari ketiga tanggal tersebut menyebutkan nama Kediri ditetapkan tanggal 25 Maret 804 M. Tatkala Bagawantabhari memperoleh anugerah tanah perdikan dari Raja Rake Layang Dyah Tulodong yang tertulis di ketiga prasasti Harinjing. Nama Kediri semula kecil lalu berkembang menjadi nama Kerajaan Panjalu yang besar dan sejarahnya terkenal hingga sekarang. Selanjutnya ditetapkan surat Keputusan Bupati Kepada Derah Tingkat II Kediri tanggal 22

Januari 1985 nomor 82 tahun 1985 tentang hari jadi Kediri, yang pasal 1 berbunyi “Tanggal 25 Maret 804 Masehi ditetapkan menjadi Hari Jadi Kediri”

b. Keadaan Geografis Kabupaten Kediri



Gambar 2 Peta Kabupaten Kediri

Sumber : Website Resmi Pemerintah Kabupaten Kediri

Wilayah Kabupaten Kediri terletak di bagian selatan Provinsi Jawa Timur yang membentang antara 111° 47' 05" s/d 112° 18' 20" Bujur Timur dan 7° 36' 12" s/d 8° 0' 32" Lintang Selatan. Kabupaten Kediri memiliki luas wilayah sebesar 1.386,05 Km² atau 138.605 Ha yang terbagi menjadi 26 kecamatan, dengan 344 kelurahan/desa. Topografi wilayah yang cukup beragam dengan rata-rata ketinggian tanah diantara 0 – 500 meter dari

permukaan laut (mdpl). Wilayah bagian utara-selatan Kabupaten Kediri merupakan dataran rendah dengan ketinggian antara 0 – 200 mdpl, sementara pada wilayah bagian barat-timur merupakan wilayah perbukitan dan bergelombang. Berdasarkan topografinya, wilayah Kabupaten Kediri terbagi menjadi 4 (empat).

Kabupaten Kediri memiliki Sungai Brantas yang membelah wilayahnya dan bahkan menjadi faktor klasifikasi karakteristik geologis wilayahnya. Karakteristik wilayah Kabupaten Kediri dapat diklasifikasikan menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu: 1) Bagian Barat Sungai Brantas, merupakan perbukitan lereng Gunung Wilis dan Gunung Klotok, sebagian besar merupakan daerah kurang subur; 2) Bagian Tengah, merupakan dataran rendah yang sangat subur, melintas aliran Sungai Brantas dari selatan ke utara yang membelah wilayah Kabupaten Kediri; dan 3) Bagian Timur Sungai Brantas, merupakan perbukitan kurang subur yang membentang dari Gunung Argowayang di bagian utara dan Gunung Kelud di bagian selatan. Wilayah tersebut berbatasan langsung dengan beberapa kabupaten lain, yaitu sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Jombang dan Kabupaten Nganjuk, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Blitar dan Kabupaten Tulungagung, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Malang dan Kabupaten Jombang dan sebelah barat adalah Kabupaten Nganjuk dan Kabupaten Tulungagung.

Ditinjau dari jenis tanahnya, Kabupaten Kediri dapat dibagi menjadi 5 (lima) golongan, yaitu:

- 1) Regosol coklat kekelabuan seluas 77.397 Ha atau 55,84 %, merupakan jenis tanah yang sebagian besar ada di wilayah kecamatan Kepung, Puncu, ngancar, Plosoklaten, Wates, Gurah, Pare, kandangan, kandat, Ringinrejo, Kras, papar, Purwoasri, Pagu, Plemahan, Kunjang dan Gampengrejo
- 2) Aluvial kelabu coklat seluas 28,178 Ha atau 20,33 merupakan jenis tanah yang dijumpai di Kecamatan Ngadiluwih, Kras, Semen, Mojo, Grogol, Banyak, Papar, Tarokan dan Kandangan\
- 3) Andosol coklat kuning, regosol coklat kuning, litosol seluas 4.408 Ha atau 3,18 %, dijumpai di daerah ketinggian di atas 1.000 dpl seperti Kecamatan Kandangan, Grogol, Semen dan Mojo.
- 4) Mediteran coklat merah, grumosol kelabu seluas 13.556 Ha atau 9,78 %, terdapat di Kecamatan Mojo, Semen, Grogol, banyak, tarokan, Plemahan, Pare dan Kunjang.
- 5) Litosol coklat kemerahan seluas 15.066 Ha atau 10.87%, terdapat di kecamatan Semen, Mojo, Grogol, banyak, tarokan dan kandangan.

Wilayah Kabupaten Kediri diapit oleh dua gunung yang berbeda sifatnya, yaitu Gunung Kelud di sebelah Timur yang bersifat Vulkanik dan Gunung Wilis di sebelah barat yang bersifat non vulkanik, sedangkan tepat di bagian tengah wilayah Kabupaten Kediri melintas sungai Brantas yang membelah Wilayah Kabupaten Kediri menjadi dua bagian, yaitu bagian Barat sungai Brantas: merupakan perbukitan lereng Gunung Wilis dan Gunung Klotok, dan bagian timur Sungai Brantas

c. Visi dan Misi Kabupaten Kediri

- Visi

Adapun visi dari Kabupaten Kediri adalah “Terwujudnya Ketahanan Pangan bagi Masyarakat Kabupaten Kediri yang Religius, Cerdas, Sehat, Sejahtera, Kreatif, dan Berkeadilan, yang didukung oleh Aparatur Pemerintah yang Profesional”.

- Misi

Untuk mewujudkan Visi tersebut, ditetapkan Misi pembangunan Kabupaten Kediri tahun 2016 – 2021 sebagai berikut :

1. Melaksanakan ajaran agama dan/atau kepercayaan dalam kehidupan bermasyarakat yang penuh toleransi, tenggang rasa, dan harmoni.
2. Mempercepat pembangunan di sektor pertanian, peternakan, perikanan, dan perkebunan untuk memperkuat kemandirian masyarakat menuju swasembada pangan.
3. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang ditandai dengan terpenuhinya kebutuhan pangan, sandang, dan papan dalam lingkungan masyarakat yang tertib dan aman.
4. Menumbuhkembangkan layanan pendidikan murah (terjangkau) dan berkualitas pada semua jenis, jenjang dan jalur pendidikan.
5. Mewujudkan masyarakat yang mandiri dan berkeadilan di bidang kesehatan

6. Menumbuhkembangkan kreatifitas, produktifitas dan pendapatan masyarakat melalui kebijakan ekonomi kerakyatan dengan memajukan industri menengah, kecil dan mikro.
7. Melanjutkan pembangunan kepariwisataan dan kebudayaan sebagai upaya meningkatkan ekonomi masyarakat dan melestarikan budaya daerah.
8. Mengembangkan koperasi sebagai salah satu soko guru pembangunan ekonomi kerakyatan.
9. Mengoptimalkan pelayanan perizinan bagi kepentingan kehidupan masyarakat, terutama dalam menggiatkan investasi dan dunia usaha.
10. Memantapkan pembangunan kependudukan, yang meliputi ketertiban sistem pendataan dan pemberdayaan warga masyarakat terutama di wilayah pedesaan, khususnya kaum perempuan
11. Mewujudkan aparatur pemerintah yang profesional dan melanjutkan reformasi birokrasi
12. Membangun infrastruktur penunjang pembangunan di berbagai bidang.
13. Membangun dan mengembangkan jaringan sistem informasi dan komunikasi
14. Meningkatkan pembangunan lingkungan hidup yang sehat, serasi dan seimbang
15. Pembangunan sektor ketenagakerjaan untuk kesejahteraan masyarakat.

d. Jumlah Penduduk Kabupaten Kediri

Jumlah Penduduk Kabupaten Kediri hingga akhir tahun 2015, tidak kurang dari 1.545.209, terdiri dari 778.616 laki-laki dan 766.593 perempuan. Konsentrasi penduduk lebih berpusat pada Kecamatan Pare sebanyak 100.239 jiwa, kemudian disusul Kecamatan Wates sebanyak 87.288 jiwa, serta Kecamatan Kepung sebanyak 79.452, selengkapnya terkait jumlah penduduk perkecamatan adalah seperti terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4 Jumlah Penduduk Kabupaten Kediri Tahun 2015

No	Nama Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Semen	24.691	24.131	48.822
2	Mojo	36.715	35.692	72.407
3	Kras	30.282	30.389	60.671
4	Ngadiluwih	37.287	37.152	74.439
5	Kandat	29.645	29.522	59.167
6	Wates	43.934	43.354	87.288
7	Ngancar	23.090	22.632	45.722
8	Puncu	30.438	29.539	59.997
9	Plosoklaten	35.049	34.462	69.511
10	Gurah	39.659	39.267	78.926
11	Pagu	18.996	18.897	37.893
12	Gampengrejo	16.556	16.078	32.644
13	Grogol	22.740	21.941	44.681
14	Papar	25.958	25.961	51.919
15	Purwoasri	29.897	30.348	60.245
16	Plemahan	29.717	29.638	59.355
17	Pare	50.336	49.903	100.239
18	Kepung	40.424	39.028	79.452
19	Kandangan	24.926	24.446	49.372
20	Tarokan	30.122	28.858	58.980
21	Kunjang	18.475	18.416	36.891
22	Banyakan	27.551	26.790	54.341
23	Ringinrejo	26.629	25.719	52.348
24	Kayen Kidul	22.896	23.010	45.906
25	Ngasem	30.490	30.378	60.868
26	Badas	32.103	31.042	63.145
	Jumlah	778.616	766.593	1.545.209

Sumber : Dispendukcapil Kabupaten Kediri, 2016

2. Gambaran Umum Situs Penelitian

a. Profil Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Dinas Pariwisata dan Kabupaten Kediri atau yang biasa disebut dengan DISBUDPAR beralamat di Jl. Erlangga No 1 Kabupaten Kediri

b. Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

- 1) Visi : Terwujudnya Ketahanan Pangan bagi Masyarakat Kabupaten Kediri yang Religius, Cerdas, Sehat, Sejahtera, Kreatif, dan Berkeadilan, yang didukung oleh Aparatur Pemerintah yang Profesional
- 2) Misi :
 - a) Melaksanakan ajaran agama dan/atau kepercayaan dalam kehidupan bermasyarakat yang penuh toleransi, tenggang rasa, dan harmoni.m
 - b) elanjutkan pembangunan kepariwisataan dan kebudayaan sebagai upaya meningkatkan ekonomi masyarakat dan melestarikan budaya daerah.
 - c) Membangun infrastruktur penunjang pembangunan di berbagai bidang.

c. Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan

Sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Kediri Nomor 5 Tahun 2016 dan Peraturan Bupati Nomor 41 Tahun 2016, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri mempunyai tugas sebagai berikut :

Tugas Pokok :

Membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah di bidang Pariwisata dan Kebudayaan.

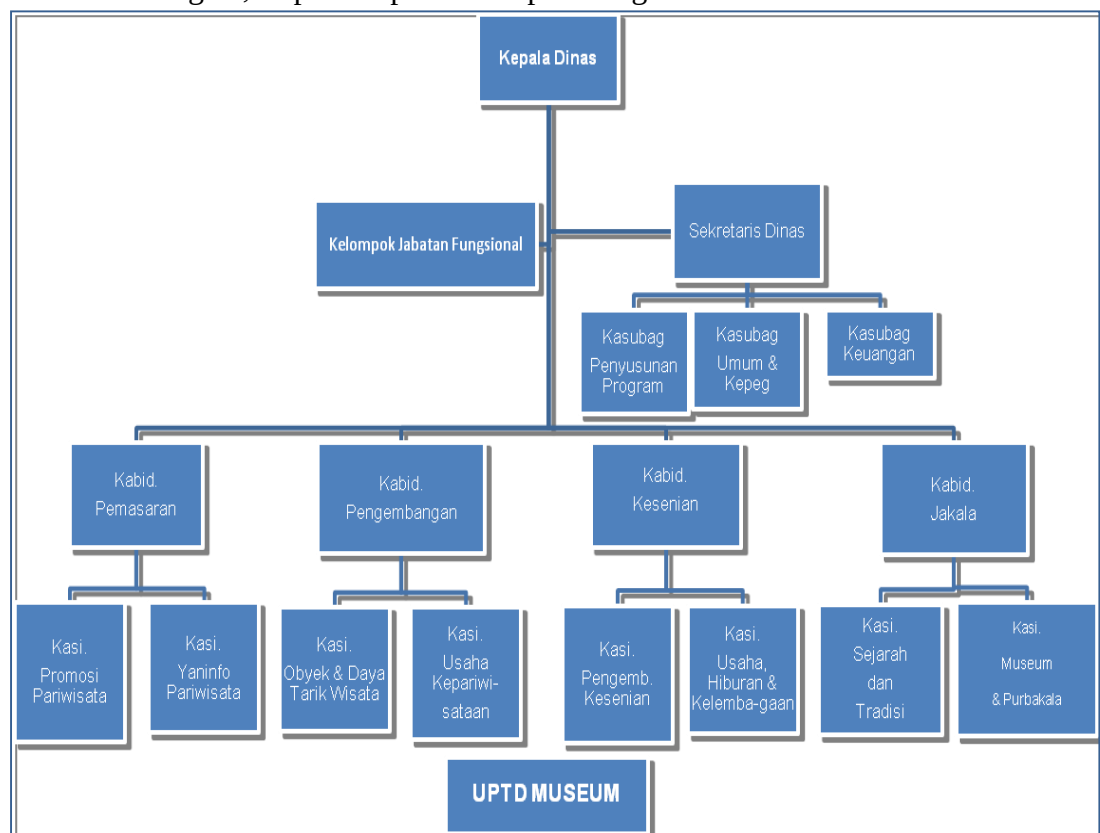
Fungsi :

- a. Penyusunan kebijakan teknis pariwisata dan kebudayaan Pemerintahan Kabupaten;
- b. Penyusunan perencanaan program dan anggaran pariwisata dan kebudayaan pemerintahan Kabupaten;
- c. Pelaksanaan pariwisata dan kebudayaan di pemerintahan kabupaten;
- d. Pemantauan, evaluasi dan pelaporan atas pelaksanaan pariwisata dan kebudayaan di kabupaten;
- e. Koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan pariwisata dan kebudayaan lingkup pemerintahan kabupaten;
- f. Pembinaan penyelenggaraan pariwisata dan kebudayaan di wilayah kabupaten;
- g. Pembinaan UPTD;

- h. Pelaksanaan administrasi Pariwisata dan Kebudayaan daerah kabupaten.
- i. Penyusunan dan perumusan laporan capaian kinerja secara periodik kepada Bupati; dan
- j. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas & fungsinya.

d. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri dipimpin oleh seorang Kepala Dinas dengan dibantu oleh seorang Sekretaris, empat Kepala Bidang, delapan Kepala Seksi dan tiga Kepala Sub Bagian, seperti dapat dilihat pada Bagan 1 berikut:



Gambar 3 struktur organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Sumber : Website Resmi Pemerintah Kabupaten Kediri

3. Gambaran Umum Wisata Sumber Podang.

Sumber podang merupakan wisata yang terletak di Kabupaten Kediri yang terkenal dengan potensi alamnya. Sumber podang terletak di desa joho Kecamatan Semen bagian barat. Aksesibilitas menuju wisata Sumber podang kurang lebih 20 km dari terminal Kota Kediri ke arah barat. Perjalanan ke wisata Sumber podang dapat ditempuh melalui kendaraan roda dua (2) maupun roda empat (4).

Daya tarik di sumber podang adalah keindahan alam. Selain potensi alam, Sumber Podang terdapat pula kekayaan budaya, sejarah dan edukasi. Wisata sejarah yang bisa Anda kunjungi yaitu Candi Gangsang dan Musholla Syech Bela Belo. Sementara untuk wisata edukasi, bisa belajar beternak lebah madu, belajar kerajinan anyaman bambu dan janur, belajar memasak nasi goreng tiwul dan belajar bercocok tanam sayur. Terdapat pula beberapa wisata yaitu kawasan wisata sumber podang yang menjadi icon utama sumber podang di Desa Joho , selain itu goa lalat, taman bunga kelir, dan lain sebagainya. Daya tarik lain di sumber podang adalah madu asli yang menjadi produk unggulan dari Desa joho dan telah terkenal sejak lama. Bahkan Desa Joho menjadi salah satu sentranya madu di Kabupaten Kediri. Perkembangan sumber podang di Desa Joho dari tahun ke tahun semakin mengalami peningkatan. Salah satu nya pada tahun 2016 Desa Joho mendapat anugrah dari Kabupaten Kediri kategori desa terbaik dalam pembangunan.

4. Gambaran Umum Desa Joho

a. Sejarah Desa

Menurut sumber cerita dari para sesepuh Desa Joho saat ini, bahwa terjadinya Desa Joho dimulai sekitar tahun 1800-an. Ketika itu ada seseorang dari daerah joho Jawa Tengah yang babat alas dan bertempat tinggal di daerah tersebut. Lama kelamaan banyak orang yang menetap dan akhirnya daerah tersebut dinamakan daerah joho.

Pada tahun 1908 Desa Pagung Joho adalah satu desa, kemudian pada tahun 1967 dipecah menjadi dua yaitu Desa Joho dan Desa Pagung. Pada awalnya Desa Joho masuk wilayah Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri, kemudian pada tahun 1976 Desa Joho masuk ke wilayah Kecamatan Semen Kabupaten Kediri. Adapun Lurah dan Kepala Desa Joho semenjak berdirinya Desa Joho sebagai berikut :

Tabel 5 Periode Jabatan Kepala Desa Joho

No	Nama	Masa Jabatan	Keterangan
1	Kasmin Adi Wiyono	Seumur Hidup	Lurah Pertama
2	Marsi Iskak	4 Tahun	PJ. Lurah
3	Hartono	8 Tahun	Lurah Kedua
4	Tomo	8 Tahun	Lurah Ketiga
5	Suratmin	1 Tahun	PJ. Lurah
6	Sulastri	6 Tahun	Lurah Keempat
7	Deddy Saputra, SKM	Aktif	Kepala Desa Ke Lima

Sumber : RPJM-Desa Joho Tahun 2015-2020

b. Demografi

Luas wilayah Desa Joho dengan luas wilayah 351,209 ha. Desa joho terdiri dari tiga (3) dusun, yaitu:

1. Dusun Joho
2. Dusun Dasun
3. Dusun Nongkopahit

Kekayaan Sumber Daya Alam yang ada di Desa Joho sangat mendukung baik dari segi pengembangan ekonomi maupun sosial-budaya serta di dukung letak geografis desa yang cukup strategis dan merupakan daerah wisata (Sumber Podang, Goa Lalat, Taman Bunga Kelir, petilasan Syeh BelaBelu dan Punden Gesang).

Tabel 6 Kesenian Di Desa Joho

No	Jenis Kesenian	Jumlah Kelompok	Status
1	Bela Diri	2	Aktif
2	Jaranan	1	Aktif
3	Rebana/Hadrah	3	Aktif
4	Cadas Bambu Laras	1	Aktif

Sumber : RPJM Desa Joho 2015-2020

c. Visi dan Misi

- Visi

Visi adalah suatu gambaran tentang perencanaan keadaan masa depan yang diinginkan dengan melihat potensi dan kebutuhan desa. Visi Desa Joho adalah “Terbangunnya Desa Joho yang Berdaya Guna dalam Mengembangkan Sumber Daya yang Dimiliki Demi Terwujudnya Kesejahteraan Masyarakat Desa Joho”

- Misi

Misi merupakan turunan/penjabaran dari visi yang akan menunjang keberhasilan tercapainya sebuah visi. Dengan kata lain

misi merupakan penjabaran lebih operatif dari visi. Penjabaran dari visi ini diharapkan dapat mengikuti dan mengantisipasi setiap terjadinya perubahan situasi dan kondisi lingkungan di masa yang akan datang dari usaha-usaha mencapai visi desa selama masa jabatan kepala desa. Untuk meraih visi seperti yang sudah dijabarkan diatas, dengan mempertimbangkan aspek masalah dan potensi yang ada di desa yang berdasarkan potret desa, kalender musim dan kelembagaan desa , maka disusunlah misi desa sebagai berikut :

1. Pembinaan umat di segala bidang untuk menciptakan kerukunan antar umat beragama
2. Peningkatan pelayanan masyarakat dibidang keadilan dan kemakmuran untuk menciptakan kesejahteraan sosial.
3. Peningkatan pemahaman masyarakat tentang keamanan dan ketertiban serta kesadaran hukum dan nilai-nilai kebangsaan dalam kehidupan bermasyarakat,berbangsa dan bernegara.
4. Meningkatkan semua potensi kegiatan masyarakat di bidang pendidikan untuk mencapai sumber daya manusia yang berkualitas.
5. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang ditandai dengan terpenuhinya kebutuhan pangan, sandang dan papan serta terwujudnya keluarga sehat jasmani dan rohani.
6. Meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat akan pola hidup sehat sebagai langkah nyata menuju hidup sehat.

7. Mengembangkan kegiatan masyarakat berbasis pertanian yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani.
8. Menciptakan suasana kondusif sehingga membuat kehidupan masyarakat menjadi tentram
9. Melaksanakan kegiatan pemerintahan desa yang bertujuan untuk peningkatan pelayanan masyarakat.

d. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan berpengaruh pada kualitas sumber daya manusia. Proses pembangunan desa akan berjalan dengan lancar apabila masyarakat memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi. Akses untuk mendapatkan pendidikan jauh lebih mudah karena jarak tempat pendidikan baik tingkat SD sampai SMA dekat dengan pemukiman warga, akan tetapi kalau dilihat dari data statistik masih rendahnya tingkat pendidikan merupakan suatu permasalahan yang harus segera dipecahkan terutama dalam membangun kesadaran masyarakat akan arti pentingnya pendidikan.

Data penduduk menurut tingkat pendidikannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 7 Tingkat Pendidikan Masyarakat

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah penduduk
1	Tidak Sekolah/Buta Aksara	215
2	Tidak Tamat SD/Sederajat	131
3	Tamat SD/Sederajat	435
4	Tamat SLTP/Sederajat	225
5	Tamat SLTA/Sederajat	187
6	Tamat D1, D2, D3	17

7	Sarjana/S-1	14
Jumlah		1224

Sumber : Data potensi sosial ekonomi Desa/ Kelurahan tahun 2015

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan penduduk di Desa Joho masih tergolong rendah karena jumlah penduduk yang tidak sekolah berada pada posisi paling atas dan jumlah penduduk dengan tamatan Sekolah Dasar atau SD merupakan yang paling banyak.

e. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Mata pencaharian penduduk di Desa Joho sebagian besar masih berada di sektor pertanian. Masyarakat Desa Joho banyak yang menggantungkan pendapatan dari sektor pertanian. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pertanian memegang peranan penting dalam bidang ekonomi masyarakat. Data menurut mata pencaharian penduduk dapat lihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 8 Mata Pencaharian Masyarakat

No	Mata Pencaharian	Jumlah Penduduk
1	Petani	205
2	Pegawai Negeri	14
3	Peternak	22
4	Pengrajin	2
5	TNI/POLRI	-
6	Pensiunan	2
7	Pedagang	54
8	Lain-lain	630

Sumber : Data potensi sosial ekonomi desa/kelurahan tahun 2015

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat bahwa sebagian besar penduduk Desa Joho bermata pencaharian sebagai petani. Hal tersebut

didasari karena sebagian besar lahan di Desa Joho adalah area persawahan. Sehingga sektor ekonomi yang mendongkrak pendapatan penduduk Desa Joho sebelum adanya wisata adalah dari sektor pertanian.

f. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan fasilitas-fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Adapun fasilitas yang ada di Desa Joho adalah:

1. Prasarana Kesehatan

- Posyandu :7 unit
- Polindes :1 unit
- Bidan Desa :1 orang

2. Prasarana Pendidikan

- Taman Kanak-Kanak/TK :2 unit
- SD/MI :2 unit
- TPA/TPQ :5 unit

3. Prasarana umum lainnya

- Tempat ibadah :15 unit
- Lapangan Olahraga : 1 unit

B. Penyajian Data dan Fokus Penelitian.

1. Peran Pemerintah Daerah Dalam Penyelenggaraan Promosi

Pariwisata Sumber Podang Kabupaten Kediri.

Penyelenggaraan promosi pariwisata tidak luput dari peran pemerintah khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri. Promosi wisata merupakan upaya yang dilakukan untuk

meningkatkan jumlah wisatawan agar berkunjung pada suatu objek wisata. Sumber podang adalah wisata yang menawarkan beragam jenis wisata dan terkenal dengan keindahan alamnya. Untuk memaksimalkan kegiatan promomosi pariwisata dibutuhkan Keterlibatan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri dalam Penyelenggaraan promosi wisata sumber podang di Kabupaten Kediri. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Bapak Nadiri Selaku Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata sebagai berikut:

“..Promosi lebih banyak memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi promosi seperti facebook, instagram dan youtube kita masukan di website resmi dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten kediri tapi kebetulan website resmi kami sedang di retas mas jadi tibia dibuka dan disetiap ada kegiatan kita promosikan disitu. Untuk sekarang kita rasa paling bagus mempromosikan pariwisata lewat media sosial, Kita juga sering livekan di instagram @wisatakabupatenkediri setiap ada kegiatan pariwisata maupun pameran wisata. Harapannya dengan beragam media tersebut bisa menjangkau semua orang baik wisatawan domestik maupun mancanegara. (wawancara dilakukan di ruangan Bapak Nadirin pada tanggal 6 juni 2017, pukul 10:30 diruang Kerjanya)

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Dedi Selaku Kepala

Seksi Promosi Pariwisata

“..salah satu usaha kita memperkenalkan pariwisata Kabupaten Kediri sumber podang dengan cara lewat siaran online Kediri Lagi Tv di Youtube bisa lihat maupun dengan Tv lokal. Pemerintah Kabupaten Kediri membantu lewat promosi diwebsite dinas pariwisata dan Pemkab Kediri. Kebetulan Situs kami sedang diretas mas jadi tidak bisa dilihat sekarang”(wawancara dilakukan pada tanggal 9 juni 2017, pukul 10:30 diruang kerjanya)...

Berdasarkan Hasil penelitian di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kediri dapat diketahui dalam Penyelenggaraan promosi pariwisata dilakukan untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke

wisata Sumber podang, yakni menggunakan media promosi seperti periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan tatap muka (*personal selling*) hubungan masyarakat dan publitas (*public relations and publicity*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Penjelasan lebih lanjut mengenai promosi yang dilakukan dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri adalah sebagai berikut :

a. Periklanan (*advertising*)

Periklanan merupakan usaha untuk memperkenalkan atau memberikan informasi mengenai pariwisata dan secara tidak langsung membujuk untuk berkunjung. Iklan dibuat semenarik mungkin dan iklan menjadi sangat penting untuk memasarkan pariwisata seperti yang dikatakan oleh Bapak Nadirin Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata sebagai berikut:

“..untuk priklanan upaya kita dalam mengiklankan promosi pariwisata sumber podang pastinya menggunakan surat kabar, media cetak dan media elektronik itu seperti brosur, bener, buku dan majalah media elektronik seperti radio dan tv lokal kita sering iklankan disitu tapi untuk sekarang kita memanfaatkan instagram”(wawancara dilakukan di ruangan Bapak Nadirin pada tanggal 6 juni 2017, pukul 10:30 diruang Kerjanya)

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Sunarwan selaku ketua POKDARWIS Podang Lestari sebagai berikut:

“..Untuk periklanan sumber podang biasanya dibantu oleh Dinas Pariwisata mas seperti surat kabar dan poster-poster promosi lewat website dan stasiun Kediri Lagi Tv dan kita selaku POKDARWIS membantu lewat media sosial seperti Facebook, Instagram kalau ada pameran wisata dari kabupaten biasanya kita juga diundang untuk mempromosikan wisata-wisata”.(wawancara dilakukan dikediaman Bapak Sunarwan pada tanggal 6 juni 2017 pukul 13.02).

Hal tersebut didukung oleh pernyataan Mas Zaynul Aksan wisatawan asal Trenggalek, sebagai berikut :

“..awalnya kita tahu wisata disini dari media sosial, dari postingan teman di instagram itu kok kita lihat bagus pemandangannya ada cafenya juga, trus kita penasaran ahirnya ya datang kesini untuk ngopi sekalian berwisata. (wawancara dilakukan di caffe sumber podang pada hari senin tanggal 7 Juni 2017 pukul 15.07)

Berdasarkan pendapat diatas upaya dinas pariwisata dalam mengiklankan pariwisata sumber podang menggunakan berbagai media media cetak maupun media elektronik. untuk menunjang penyelenggaraan promosi pariwisata yang ada di Kabupaten Kediri bentuk priklanan untuk sumber podang pada umumnya banyak menggunakan media sosial. dalam hal ini Promosi menggunakan media kedepannya dapat membantu dalam memberikan informasi mengenai pariwisata. Agar promosi pariwisata Dinas Pariwisata menggunakan media sosial seperti instagram. Dengan menggunakan priklanan, promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri akan dapat diketahui oleh masyarakat secara luas baik dalam negeri atau luar negeri. Berikut adalah bentuk priklanan menggunakan instagram yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan:



Gambar 4 Periklanan Instagram Storys

Sumber: Akun Instagram Resmi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri. (@wisatakabupatenkediri)

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan atau *sales promotion* adalah bentuk promosi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Melalui promosi penjualan, perusahaan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba produk baru, mendorong pelanggan untuk membeli lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan pembelian tanpa rencana sebelumnya. *Sales promotion* merupakan kegiatan pemasaran yang mendorong efektifitas pembelian dengan menggunakan alat-alat promosi seperti, brosur dan pameran. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Bapak Nadin Selaku Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata sebagai berikut:

“..Dalam melakukan promosi langsung wisata sumber podang kita menggunakan discount dan memberikan atau membuat video kenang-kenangan seperti video dokumenter kita buat secara tidak langsung itu bentuk kita mempromosikan pariwisata..(wawancara dilakukan di ruangan Bapak Nadirin pada tanggal 6 juni 2017, pukul 10:30 di ruang Kerjanya)

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Sunarwan selaku ketua POKDARWIS Podang Lestari sebagai berikut:

“..biasanya masyarakat memberikan discount jika ada wisatawan yang ingin menginap (*homestay*) sekarang disediakan penginapan untuk inap desa (wawancara dilakukan di kediaman Bapak Sunarwan pada tanggal 6 Juni 2017 pukul 13.02)

Berdasarkan pendapat diatas promosi penjualan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan memberikan discount dan membuat video dokumenter. Melalui pemberian discount dan pembuatan video kenang-kenangan bertujuan untuk mengiklankan wisatawan untuk mengingat objek wisata yang ditawarkan di Kabupaten Kediri. Beberapa kegiatan seperti pemberian discount dan pembuatan video dokumenter diharapkan wisatawan akan berkunjung ke wisata yang ada di Kabupaten Kediri. Dari hasil wawancara promosi penjualan dalam pemberian discount dan pembuatan video dokumenter banyak menarik wisatawan mahasiswa dan pelajar dengan harga tiket rendah maka akan banyak menarik pengunjung wisata yang ada di Kabupaten Kediri.



Gambar 5 kegiatan sumber podang festival

Sumber: Akun Instagram Resmi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri. (@wisatakabupatenkediri)

Gambar diatas merupakan bentuk promosi pemasaran langsung yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri menggunakan media Instagram dengan memberikan discount minum 1000 gelas madu gratis bersama bupati Kabupaten Kediri yang di lakukan wisata Sumber Podang Kabupaten.

c. Penjualan tatap muka (*Personal selling*)

Penjualan pribadi atau *personal selling* adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pembeli dan membentuk

pemahaman pelanggan terhadap produk tersebut. Hal ini sehingga mereka akan mencoba dan membelinya atau berkunjung ke obyek wisata. Upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri menggunakan penjualan tatap muka atau *personal selling* agar menarik wisatawan berkunjung ke sumber podang. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Bapak Nadirin Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata sebagai berikut:

“..bentuk promosi yang sering kami lakukan pameran memperkenalkan dan mepresentasikan budaya dan pariwisata karena pameran menurut kami sebagai promosi yang paling akurat dapat memperlihatkan langsung kepada pengunjung tentang pariwisata yang kita kenalkan misalnya foto, dan video.(wawancara dilakukan di ruangan Bapak Nadirin pada tanggal 6 juni 2017, pukul 10:30 diruang Kerjanya)

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Dedi Selaku Kepala Seksi Promosi Pariwisata

“..Untuk pengenalan yang sering kita lakukan seperti event atau agenda tahunan festival, dan pekan budaya pariwisata Kabupaten kediri disitu kita coba perkenalkan mas ”(wawancara dilakukan pada tanggal 9 juni 2017, pukul 10:30 diruang kerjanya)...

Dari pendapat di atas menjelaskan bentuk promosi *personal selling* agar menarik wisatawan adalah memperkenalkan melalui pemeran, festival sebagai strategi promosi yang ada di Kabupaten Kediri. promosi menggunakan *personal selling* yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri untuk membangun image yang baik terhadap masyarakat dalam Kegiatan pariwisata. Berikut merupakan

bentuk promosi dalam kegiatan pameran dan festival Sumber Podang Kabupaten Kediri.



Gambar 6 bentuk promosi *personal selling* sumber podang
Sumber: Data Primer Hasil Observasi Peneliti, 2017

d. Hubungan masyarakat dan publisitas (*Public relations and publicity*)

Hubungan masyarakat dan publitas merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. mengkomunikasikan banyak tujuan antara organisasi dengan publik yang bertujuan menghasilkan kebaikan. Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata sebagai berikut:

“..Dalam mempromosikan pariwisata kita melibatkan semua pihak mas, agar mudah nantinya dalam promosi seperti kemarin kita Melibatkan pokdarwis disana, kita juga mengajak sekolah-sekolah dan menawarkan kerja sama dengan kampung inggris setelah disana siswa siswa kita perkenalkan apa saja yang disana tentang potensi apa saja yang ada disana, sumber podang. Juga melibatkan media

masa seperti tv dan media sosial (wawancara dilakukan di ruangan Bapak Nadirin pada tanggal 6 juni 2017, pukul 10:30 di ruang Kerjanya)

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Sunarwan selaku ketua POKDARWIS Podang Lestari sebagai berikut:

“kita juga punya tanggung jawab mas terhadap wisata sumber podang ya salah satunya dengan mengelola pariwisata caffe yang ada di sumber podang (wawancara dilakukan di kediaman Bapak Sunarwan pada tanggal 6 Juni 2017 pukul 13.02).

Dari pendapat diatas dapat diketahui promosi pariwisata tidak lepas dari kerja sama dinas pariwisata dan kebudayaan pariwisata Kabupaten Kediri dengan lembaga instansi maupun swasta dalam penyelenggaraan promosi pariwisata sumber podang.

Dinas pariwisata dan Kebudayaan mengomunikasikan tentang pariwisata yang ada di Kabupaten Kediri untuk mendapat perhatian dan mempengaruhi opini tentang pariwisata. Hal ini promosi menggunakan hubungan masyarakat yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan belum banyak karna penggunaan seminar, talkshow dan siaran pers menggunakan biaya yang cukup banyak. Berikut bentuk promosi publitas pariwisata menggunakan youtube di wisata Sumber podang.



Gambar 7 bentuk publitas kemenfo menggunakan youtube
Sumber : youtube keminfo kediri

e. Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Pemasaran langsung merupakan cara pemasaran yang cukup bermanfaat bagi pengunjung karena dapat berkomunikasi langsung dengan pihak penyedia wisata untuk menginformasikan pariwisata atau mendiskusikan obyek wisata seperti yang dikatakan oleh Bapak Nadirin Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata sebagai berikut:

“..untuk mengenalkan pariwisata sumber pondang kepada masyarakat saat ini dalam bentuk secara sosialisasi ke masyarakat tentang pariwisata kita perkenalkan itulah ada pariwisata di desa joho sumber podang menggunakan media internet itu mas dan juga memasukan nomer telfon dan email diwebsite..(wawancara dilakukan di ruangan Bapak Nadirin pada tanggal 6 juni 2017, pukul 10:30 diruang Kerjanya)”

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Sunarwan selaku ketua POKDARWIS Podang Lestari sebagai berikut:

“..kita melakukan sosialisasi mengenai pariwisata tujuannya kita melakukan sosialisasi agar masyarakat mengetahui tentang pariwisata, agar masyarakat mempunyai pengetahuan tentang

pariwisata itu mas, jadi masyarakat ikut serta dalam pengembangan pariwisata. (wawancara dilakukan di kediaman Bapak Sunarwan pada tanggal 6 Juni 2017 pukul 13.02).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa upaya promosi *direct marketing* agar dapat berjalan secara efektif yakni dengan sosialisasi secara langsung oleh dinas pariwisata berkerja sama dengan sekolah maupun instansi/swasta dengan para pengelola pariwisata pemasaran langsung sangat bermanfaat untuk menginformasikan dan berkomunikasi secara langsung. Dalam hal ini website juga merupakan pemasaran langsung dikarenakan website berisi informasi mengenai pariwisata seperti foto-foto dan lokasi pariwisata.



Gambar 8 bentuk promosi pemasaran langsung Dinas Pariwisata
Sumber : arsip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri

2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Peran Pemerintah Daerah Kabupaten Kediri, khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam penyelenggaraan promosi yang tentunya terdapat faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat dalam pelaksanaannya. Berikut ini adalah faktor-faktor yang menjadi pendukung serta menjadi penghambat dalam penyelenggaraan Promosi pariwisata Kabupaten Kediri.

a) Faktor pendukung

Faktor pendukung ialah faktor-faktor yang sangat berpengaruh dalam peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam penyelenggaraan promosi. Dalam penyelenggaraan promosi pariwisata sumber pokok Dinas Pariwisata mendapatkan faktor-faktor pendukung. Menurut bapak Nadin Selaku Kepala Sub bagian Promosi Pariwisata menyatakan antara lain :

“Memang potensi alamnya bagus, kemudian, apa namanya pokdarwisnya juga jalan dan masyarakatnya juga suport..”(wawancara dilakukan di ruangan Bapak Nadin pada tanggal 6 juni 2017, pukul 10:30 di ruang Kerjanya)

Berdasarkan pernyataan diatas dukungan yang di dapat Dinas Pariwisata adalah potensi yang ada sudah bagus dan kerja sama antarmasyarakat yang mendukung adanya kegiatan penyelenggaraan promosi masyarakat ikut serta dalam kegiatan promosi pariwisata.

Pendapat yang sama dikemukakan oleh Bapak Dedi selaku staff pemasaran pariwisata. Menurut Bapak dedi faktor pendukung dalam penyelenggaraan promosi pariwisata sumber podang sebagai berikut :

“..dalam rangka memaksimalkan potensi pariwisata kita mengundang masyarakat untuk ikut andil dalam kegiatan promosi pariwisata. Kita sebagai fasilitator membantu melakukan promosi,pariwisata seluruh yang ada di kabupaten kediri”(wawancara dilakukan di ruangan Bapak Dedi pada tanggal 9 juni 2017, pukul 10:30 diruang kerjanya)

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Sunarwan selaku ketua POKDARWIS Podang Lestari sebagai berikut:

“kita menawarkan minum kopi sambil melihat pemandangan di sumber podang ini mas dan juga madu di sumber podang juga sudah terkenal bisa buat oleh-oleh mas. (wawancara dilakukan dikediaman Bapak Sunarwan pada tanggal 6 Juni 2017 pukul 13.02).

Berdasarkan pendapat diatas dapat diperoleh informasi faktor yang mendukung penyelenggaraan promosi pariwisata adalah potensi alam yang melimpah dan pariwisata sumber podang menawarkan pemandangan yang indah dan juga madu di sumber podang sudah dikenal masyarakat sehingga menjadi nilai tambah pariwisata sumber podang Kabupaten Kediri

b) Faktor penghambat.

Faktor penghambat ialah faktor-faktor yang sangat mempengaruhi namun memberikan hambatan terhadap Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri dalam penyenyelenggaraan promosi Pariwisata Faktor penghambat menurut Bapak Nadirin Selaku Kepala Promosi Pariwisata Kabupaten Kediri sebagai berikut :

“...Kalau faktor penghambatnya aksesibilitas, mobil besar seperti bus belum bisa masuk ke lokasi wisata hanya bisa dilalui dengan kendaraan mobil roda empat.(wawancara dilakukan dikediaman Bapak Nadirin)”

Berdasarkan pernyataan diatas dapat di peroleh faktor penghambat dalam penyelenggaraan promosi pariwisata sarana infrastuktur menuju wisata belum dikelola atau masih minim sarana hal ini bisa membuat wisatawan tidak ingin berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa infrastuktur jalan juga menjadi faktor penghambat dalam penyelenggaraan promosi dikarenakan jalan belum bisa dilalui bus besar. Berikut merupakan jalan menuju pariwisata sumber podang.



Gambar 9 Jalan Menuju lokasi wisata Sumber Podang
Sumber: Data Primer Hasil Observasi Peneliti, 2017

Pendapat berbeda di sampaikan oleh Bapak Dedi selaku Staf Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri sebagai berikut :

“...masih minimnya investasi yang ada di Kabupaten Kediri oleh pihak swasta mas, dalam pengembangan pariwisata sehingga belum optimal secara menyeluruh..”(wawancara dilakukan di ruangan Bapak Dedi pada tanggal 9 juni 2017, pukul 10:30 diruang kerjanya)

Berdasarkan pendapat diatas peneliti mendapat faktor penghambat dalam penyelenggaraan promosi pariwisata jika dilihat dari akses jalan masih belum memadai untuk kendaraan besar atau rombongan tour pariwisata, hal ini dikarnakan jalan menuju lokasi sangat sempit, sedangkan yang menjadi faktor penghambat dari Pemerintah daerah masih belum optimal dikarnakan masih minimnya investasi. Penyelenggaraan promosi membutuhkan upaya dan kerja sama yang dilakukan oleh Pemerintah yang saling bekerja sama dengan pihak *stakeholder* terkait di bidang kepariwisataan.

C. Analisis dan Interpretasi Data.

Setelah data yang dikumpulkan dengan metode (observasi, wawancara, dan dokumentasi), data kemudiann dinalisis dan diinterpretasi. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana metode ini ditunjukkan untuk dapat menggambarkan kejadian atau fenomena yang terjadi dalam Peran Pemerintah Daerah Dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata Sumber Podang di Kabupaten Kediri Berikut ini analisis data yang dimaksud:

1. Analisis Terhadap Peran Pemerintah Daerah dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata Sumber podang di Kabupaten Kediri.

Peran pemerintah dalam penyelenggaraan promosi pariwisata Sumber Podang Kabupaten Kediri terdapat dalam dokumen Rencana Strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri 2016-2020 Strategi dan Kebijakan dalam Renstra Perangkat Daerah adalah strategi dan kebijakan Perangkat Daerah untuk mencapai tujuan dan sasaran jangka menengah Perangkat Daerah yang selaras dengan strategi dan kebijakan daerah serta rencana program prioritas dalam Rancangan Awal RPJMD.

Strategi dan kebijakan jangka menengah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menunjukkan bagaimana cara satker mencapai tujuan, sasaran jangka menengah satker, dan target kinerja hasil (*outcome*) program prioritas RPJMD yang menjadi tugas dan fungsi satker.

Rumusan strategi merupakan pernyataan-pernyataan yang menjelaskan bagaimana tujuan dan sasaran akan dicapai serta selanjutnya dijabarkan dalam serangkaian kebijakan. Sedangkan kebijakan adalah pedoman yang wajib dipatuhi dalam melakukan tindakan untuk melaksanakan strategi yang dipilih, agar lebih terarah dalam mencapai tujuan dan sasaran. Atau dengan kata lain, untuk mewujudkan tujuan dan sasaran sebagaimana diuraikan diatas, perlu ditetapkan strategis dan arah kebijakan tepat sehingga penyelenggaraan upaya-upaya yang diperlukan

mencerminkan asas–asas koordinatif, sinkronisasi, integrative, efisien dan efektif.

Strategi yang diambil, adalah sebagai berikut:

- a. Pengenalan pada agama dan atau kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa, harus dilakukan sedini mungkin terutama pada generasi muda
- b. Ketersediaan ruang informasi dan ruang pameran untuk galeri dokumentasi budaya pariwisata serta atraksi seni budaya di titik sentral zona wisata
- c. Menarik investor agar membuka usaha di Kabupaten Kediri
- d. Menjalani kerjasama dengan para stakeholder pariwisata berskala nasional maupun internasional
- e. Mengenalkan seni dan budaya daerah pada generasi muda sejak dini
- f. Mengembangkan destinasi wisata baru
- g. Menjaga dan meningkatkan kualitas sarana prasarana yang ada di kawasan wisata dan pendukung (penunjang) sekitarnya.
- h. Meningkatkan kualitas SDM di bidang pariwisata dan kebudayaan.

Berdasarkan uraian strategi di atas peran pemerintah dalam penyelenggaraan promosi pariwisata Sumber Podang terdapat pada point (f) mengembangkan destinasi wisata baru.

Kebijakan yang diambil, antara lain sebagai berikut:

- a. Meningkatkan nilai-nilai keagamaan dan atau kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa, dengan cara sering mengadakan ceramah agama ataupun pembinaan kepada para penghayat kepercayaan
- b. Mempromosikan potensi wisata unggulan ke dalam dan luar Kabupaten Kediri, serta melalui berbagai media yang ada (cetak, audio, audio visual, jejaring sosial, dan media sosial lainnya)
- c. Meningkatkan kerjasama antara pemerintah dengan pihak swasta/investor terkait pengembangan wisata di Kabupaten Kediri, serta menjaga situasi yang kondusif demi aman dan nyamannya pihak swasta berinvestasi di sektor pariwisata dan penunjangnya.
- d. Mendorong meningkatnya sektor pariwisata bagi pertumbuhan ekonomi (PDRB)
- e. Meningkatkan nilai seni dan budaya masyarakat, serta menumbuhkan rasa cinta mereka akan budaya daerah sehingga akan lestarilah budaya lokal kita.
- f. Menjadikan seni dan budaya daerah sebagai daya tarik wisata
- g. Melakukan pemetaan potensi pariwisata
- h. Melaksanakan pengembangan pariwisata sesuai dengan RIPPDA (Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah)
- i. Mendorong percepatan pembangunan infrastruktur pendukung pariwisata

- j. Mengirim Personil di bidang kebudayaan dan pariwisata untuk mengikuti pelatihan dan pendidikan demi mengembangkan kualitas dan profesionalisme mereka di bidangnya.

Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata mempunyai outcome :
 Prosentase peningkatan pengenalan obyek wisata di dalam dan luar daerah,
 meliputi beberapa kegiatan berikut:

- a. Analisis Pasar untuk Promosi dan Pemasaran Obyek Wisata dengan kelompok sasaran: Wisatawan dan calon wisatawan Kabupaten Kediri, dan indikator kinerjanya berupa Output : Jumlah data mengenai profil dan persepsi wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Kediri
- b. Peningkatan Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pemasaran Pariwisata dengan kelompok sasaran: Wisatawan dan calon wisatawan Kabupaten Kediri, dan indikator kinerjanya berupa Output : Jumlah aplikasi audio dan anjungannya
- c. Pengembangan Jaringan Kerjasama Promosi Pariwisata dengan kelompok sasaran: Pengurus organisasi kepariwisataan dan lembaga pendidikan, dan indikator kinerjanya berupa Output : Jumlah lembaga / organisasi kepariwisataan yang diajak kerja sama
- d. Koordinasi dengan Sektor Pendukung Pariwisata, dengan kelompok sasaran: Stakeholder kepariwisataan, dan indikator kinerjanya berupa Output : Jumlah stakeholder pendukung pariwisata yang diajak koordinasi

- e. Pelaksanaan Promosi Pariwisata Nusantara di Dalam dan di Luar Negeri dengan kelompok sasaran: Wisatawan dan calon wisatawan Kabupaten Kediri, dan indikator kinerjanya yakni Output : Jumlah kegiatan promosi pariwisata di dalam maupun luar negeri yang dilakukan
- f. Pengembangan Statistik Wisata Terpadu dengan kelompok sasaran: Wisatawan dan calon wisatawan Kabupaten Kediri serta stakeholder kepariwisataan, dan indikator kinerjanya Output : Jumlah sistem pengelolaan data kepariwisataan yang terpadu, akurat dan terkini dari berbagai sektor
- g. Operasional dan Pemeliharaan Website Pariwisata dengan kelompok sasaran: Wisatawan dan calon wisatawan Kabupaten Kediri, dan indikator kinerjanya yakni Output : Waktu penyediaan informasi kepariwisataan yang komunikatif, interaktif dan selalu up to date
- h. Promosi Pariwisata Melalui Pelaku Industri Pariwisata dengan kelompok sasaran: Berbagai biro perjalanan wisata dan para pelaku industri pariwisata, dan indikator kinerjanya berupa Output : Jumlah pertemuan dalam rangka promosi pariwisata dengan berbagai Pelaku Industri Pariwisata

Promosi wisata merupakan upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan dan memasarkan suatu produk wisata ke masyarakat secara umum agar mengetahui ragam wisata yang ditawarkan, sehingga mereka tertarik untuk mengadakan perjalanan wisata ke objek yang di

promosikan. Promosi bagi instansi yang bergerak di bidang pariwisata bertujuan untuk memperkenalkan, menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi calon wisatawan untuk mau berkunjung serta menjaga agar wisatawan selalu ingat dan berkeinginan untuk melakukan kunjungan kembali. Sesuai yang dinyatakan Muskitta (2014) bahwa tujuan promosi pariwisata adalah untuk menghimbau, merayu atau membujuk calon wisatawan agar melakukan perjalanan wisata. Oleh karena itu, pesan atau informasi mengenai daya tarik suatu wisata tersebut harus dikemas semenarik mungkin agar wisatawan pada akhirnya dapat membeli produk tersebut atau dengan kata lain calon wisata dapat mengunjungi objek wisata tersebut. Berkaitan dengan penyelenggaraan promosi yang dilakukan Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kediri diantaranya adalah :

a) Periklanan (*advertising*).

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri perlu memberikan informasi mengenai pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan sehingga wisatawan dapat mengetahui tempat wisata dan wisatawan mendapatkan informasi dengan mudah mengenai pariwisata salah satu caranya dengan menggunakan periklanan. Sesuai yang dinyatakan Kotler dan Armstrong (2014) periklanan dapat menyampaikan pesan secara masal kepada seluruh calon pembeli dengan harga yang relatif murah, dan penjual dapat mengulang kembali pesan yang ingin disampaikan dengan jumlah yang banyak.

Teori diatas menjelaskan bahwa periklanan merupakan segala bentuk pemaparan promosi yang ditampilkan tentang ide suatu barang dan jasa yang di publikasikan oleh seponsor tertentu. bentuk periklanan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri menggunakan berbagai media dalam menyampaikan informasi mengenai pariwisata sumber podang hal ini dapat menyampaikan pesan secara efektif dalam menjangkau masyarakat secara menyeluruh. Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri memanfaatkan berbagai media untuk mempromosikan pariwisata yang ada di Kabupaten Kediri.

Iklan yang digunakan media cetak maupun media elektronik mempunyai kelebihan masing-masing seperti brosur maupun majalah mampu menangkap pasar lokal sedangkan menggunakan media elektronik menjangkau secara luas wisatawan domestik maupun mancanegara. Seperti yang di ungkapkan Shimp (2001) media yang sering digunakan dalam periklanan yaitu :

1. Media cetak : media yang mengutamakan pesan-pesan dengan sejumlah kata, gambar, atau foto, baik dalam tata warna maupun dalam hitam putih. Jenis-jenis media cetak adalah : surat kabar, majalah, tabloid, brosur, selebaran, dan lain-lain.
2. Media elektronik : media dengan teknologi elektronik dan hanya bisa digunakan bila ada jasa transmisi siaran. Jenis-jenis media elektronik adalah : televisi, radio, dan internet.

3. Media luar ruangan : media iklan (biasanya berukuran besar) yang dipasang ditempat-tempat terbuka seperti di dalam bus kota, pusat keramaian, pagar tembok, dan lain-lain. Jenis-jenis media luar ruangan adalah : billboard, balon raksasa, dan umbul-umbul.
4. Media lini bawah : media-media minor yang digunakan untuk mengiklankan produk. Jenis jenis media lini bawah : pameran, kalender, surat langsung, dan poin dari pembelian.

Mengacu pada teori Shimp Iklan merupakan model komunikasi yang dapat menjangkau publik secara luas. Iklan juga dapat digunakan untuk membangun image jangka panjang. Selain itu, iklan juga bersifat baku dan dapat ditayangkan berulang-ulang serta dapat memperoleh efek dramatisasi dari iklan yang telah ditayangkan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri mendampingi dan mempromosikan menggunakan media sosial maupun media massa bahwa di sumber podang ada pariwisata dan menawarkan kepada masyarakat tentang pariwisata sumber podang. Media yang paling sering digunakan untuk melakukan promosi adalah media elektronik berupa media online yaitu instagram dan facebook, serta media cetak berupa baliho dan reklame.

Menggunakan media sosial yang sangat ramai sangatlah bagus dalam mempromosikan tempat pariwisata Sumber Podang, tetapi promosi yang dilakukan harus mengutamakan yang menjadi ciri khas dari Sumber Podang tersebut. Sejauh ini promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata

dan Kebudayaan Kabupaten Kediri masih belumlah maksimal dan belum menonjolkan ciri khas apa yang ada di Sumber Podang. Sedangkan sumber podang memiliki potensi alam yang bagus dan bisa menjadi wisata alam yang bisa menarik wisatawan sumber podang juga memiliki kekayaan budaya, sejarah dan edukasi yang bisa menjadi acuan promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri.

b) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan merupakan pemberian atau penggunaan insentif-insentif untuk mendorong penjualan produk yang ditawarkan oleh perusahaan baik berupa barang maupun jasa yang dihasilkan. Sehingga calon pembeli dapat mengetahui keberadaan produk atau jasa dan tertarik membelinya. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri dalam melaksanakan promosi penjualan harus berorientasi membangun hubungan dengan wisatawan dan memperkuat hubungan dengan wisatawan juga perlu memperhatikan posisi produk pariwisata untuk jangka panjang. Seperti yang dinyatakan Kusumastuti (2012) promosi penjualan mempunyai manfaat yaitu sebagai sarana untuk menarik perhatian dan memberikan informasi yang akhirnya mengarahkan konsumen kepada produk. Teori diatas menjelaskan promosi penjualan memberikan manfaat untuk menarik perhatian kepada wisatawan. Peneliti menemukan bentuk promosi penjualan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri yaitu memberikan discount dan memberikan kenang-kenangan seperti pembuatan video dokumenter.

Upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri dalam mempromosikan pariwisata menggunakan promosi penjualan yaitu menggunakan discount dan mengajak instansi daerah salah satunya sekolah untuk berkunjung ke wisata sumber podang dengan membuat video dokumenter. Hal ini secara tidak langsung sebagai bentuk promosi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kabupaten Kediri. Melalui promosi penjualan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan ke depan mendapatkan pelanggan baru atau wisatawan dan mempengaruhi wisatawan akan objek wisata sumber podang.

Promosi di sekolah saja masih belum cukup, Karena sasaran untuk wisata sumber podang masih terlalu sempit. Promosi penjualan haruslah lebih luas ke masyarakat umum bukan hanya sekolah saja. Sesuai dengan teori di atas, promosi penjualan yang masih menyasar sekolah saja tidak cepat dalam meningkatkan volume wisatawan yang sedang berwisata Sumber Podang. Strategi yang digunakan oleh pemerintah Kota/Kabupaten Kediri dengan diskon dan pembuatan video untuk cinderamata meningkatkan jumlah wisatawan yang datang tapi hanya sementara. Perlu adanya strategi jangka panjang untuk menarik wisatawan di Sumber Podang.

c) Penjualan tatap muka (*Personal selling*)

Penjualan tatap muka yaitu persentasi personal oleh tenaga penjualan sebuah perusahaan dengan tujuan menghasilkan transaksi penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Seperti yang

dinyatakan Kotler & Keller (2012) *personal selling* adalah interaksi langsung dengan satu calon pembeli atau lebih guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan menerima pesanan.

Dari hasil penelitian di lapangan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri sudah melakukan promosi dengan menggunakan *personal selling* yaitu dengan mengadakan seperti pameran dan kemudian mempresentasikan tentang pariwisata yang ada di Kabupaten Kediri sekaligus juga memperkenalkan setiap tempat wisata yang ada di Kabupaten Kediri salah satunya adalah Sumber Podang. Selain menggunakan pameran Dinas Pariwisata dan Kabupaten Kediri juga mempromosikan wisata Sumber Podang setiap ada event-event yang ada di Kabupaten Kediri maupun diluar daerah bertujuan untuk memperkenalkan akan adanya wisata Sumber Podang ke masyarakat luas sehingga akan menimbulkan ketertarikan berwisata ke Sumber Podang.

Peneliti menyimpulkan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri dalam mempromosikan langsung dengan mengikuti event-event yang ada sudah cukup baik, namun perlu diperhatikan sasaran yang akan dituju dalam melakukan promosi langsung tersebut. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan ketika mengikuti event-event yang ada di dalam dan di luar daerah untuk mempromosikan wisata Sumber Podang harus lebih menonjolkan apa yang ada di Sumber Podang.

d) Hubungan masyarakat dan publisitas (*Public relations and publicity*).

Hubungan masyarakat dan publisitas yaitu membangun hubungan baik dengan berbagai public perusahaan dengan sejumlah cara supaya memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus, dan menangani atau meluruskan rumor, cerita, serta *event* yang tidak menguntungkan. Sesuai dengan pendapat Stanton (1996) public relation merupakan usaha terencana oleh suatu organisasi untuk memengaruhi sikap atau pendapat golongan terhadap badan usaha tersebut.

Dari hasil penelitian di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri membangun hubungan masyarakat melibatkan semua pihak agar mencapai tujuan iklan promosi. Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri membangun hubungan baik berbagai publik agar memperoleh publisitas yang menguntungkan akan kegiatan promosi pariwisata yang ada di Kabupaten Kediri. Upaya promosi ini untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, berbagai kelompok wisatawan untuk berkunjung di sumber podang yang ada di Kabupaten Kediri. Sedangkan Publisitas yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri mencakup berbagai komunikasi informasi mengenai pariwisata untuk membangun dan mempromosikan wisata kepada wisatawan. Hubungan masyarakat dan publisitas berperan penting karna membantu membangun komunikasi dan kerjasama antara organisasi dan publik.

Menurut Kusumastuti (2012) alat promosi ini dapat menarik perhatian khalayak ramai jika memiliki kredibilitas yang tinggi dan tidak memasukan unsur penjualan, jadi hanya sebagai pemberi informasi. Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan masyarakat dan publitas berperan penting dalam promosi dan pemberian informasi mengenai pariwisata sumber podang yang ada Kabupaten Kediri karna hubungan masyarakat dan publitas mendukung terbentuknya komunikasi dan kerjasama untuk membangun promosi pariwisata Sumber Podang di Kabupaten Kediri.

e) Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Pemasaran langsung merupakan bentuk promosi yang bersifat interaktif memanfaatkan satu media atau lebih beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan transaksi disemua lokasi, dalam *direct marketing* komunikasi promosi langsung ditujukan kepada konsumen individual, seperti katalog maupun surat. Menurut Kotler dan Amstrong (2008) pemasaran langsung (*direct marketing*) adalah hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara hati-hati untuk meraih respon segera dan mencapai hubungan pelanggan yang abadi. Teori di atas menjelaskan bahwa pemasaran langsung merupakan cara promosi yang bermanfaat bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke suatu objek wisata karna dapat menerima informasi secara langsung tentang wisata yang ada di Kabupaten Kediri.

Berdasarkan hasil penelitian Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri menggunakan bentuk promosi ini untuk mengomunikasikan atau menginformasikan kegiatan Dinas Kepada wisatawan dalam bentuk sosialisasi pembagian brosur dan menggunakan media sosial dan media internet diharapkan mendapat respon dan mendapat hubungan baik kepada wisatawan agar mau berkunjung ke wisata yang ada di Kabupaten Kediri.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan bentuk promosi pemasaran langsung yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri sudah baik, Dinas Pariwisata menggunakan berbagai media untuk mempromosikan Pariwisata Sumber Podang.

1. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Terhadap Penyelenggaraan promosi Sumber Podang.

a) Faktor pendukung.

1. Potensi Alam yang bagus.

Menurut Wibowo (2008) Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata alam merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan tata lingkungannya yang telah ditetapkan sebagai obyek dan daya tarik wisata untuk dijadikan sasaran wisata. Banyaknya Obyek wisata yang berpotensi sebagai wisata dimanfaatkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri Pengelolaan kepariwisataan merupakan tanggung jawab pemerintah, baik

pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Potensi alam ini dimanfaatkan oleh Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri sebagai tempat pariwisata.

Sumber Podang yang masih memiliki alam yang bagus membuat lebih mudah di promosikan. Adanya alam yang masih bersih dan bagus dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang datang. Potensi ini bisa digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk menonjolkan wisata Sumber Podang agar calon wisatawan tertarik mendatangi tempat wisata tersebut.

2. Partisipasi masyarakat sekitar.

Adanya peran aktif masyarakat mendukung Dinas pariwisata dalam pengembangan pariwisata masyarakat antusias dalam pelibatan yang diberikan oleh Dinas pariwisata Kabupaten Kediri melalui proses meningkatkan daya tarik wisatawan. Partisipasi masyarakat sangat penting menurut qomaria menyatakan bentuk partisipasi masyarakat dalam perencanaan, dimana masyarakat yang tergabung dalam sebuah lembaga yang menangani wisata. Peran organisasi masyarakat mendapat manfaat secara langsung dari pengembangan pariwisata sumber podang. Salah satunya dengan adanya peran POKDARWIS yang ada di wisata Sumber Podang.

Aktifnya POKDARWIS di lingkungan sekitar Sumber Podang membuat mempermudah dalam mempromosikan Sumber Podang. POKDARWIS Podang Lestari merupakan unsur penggerak dilingkungan masyarakat yang berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata agar tercipta iklim kondusif dan kenyamanan bagi wisatawan. POKDARWIS Podang Lestari juga berperan untuk meningkatkan pemahaman tentang pariwisata kepada masyarakat Desa Joho. Adanya POKDARWIS yang aktif maka promosi di tempat wisata tersebut dapat berjalan dengan lancar dan mudah. Peran POKDARWIS di Desa Joho salah satunya sebagai fasilitator antara pemerintah dengan masyarakat untuk memperkenalkan dan mengajak masyarakat untuk mengamalkan Sapta Pesona yaitu Aman, Tertib, bersih Sejuk, Indah, Ramah Tamah, dan Kenangan.

b) Faktor Penghambat.

1. Aksebilitas Kurang Memadai

Aksebilitas adalah salah satu faktor penting yang mendukung pengembangan suatu wisata. Aksebilitas merupakan kemudahan suatu objek wisata untuk dapat diakses serta dijangkau oleh wisatawan. Menurut Suwantoro (2004) Aksebilitas merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata, karena menyangkut lintas sektoral, kemudahan dan keefektifan mencapai kawasan. Aksebilitas yang baik memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk menjangkau sehingga

dapat memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang datang ke lokasi wisata.

Berkaitan dengan hal diatas yang menjadi hambatan promosi pariwisata sumber podang sarana prasarana infrastuktur menuju wisata masih belum bisa dilalui dengan menggunakan Bus, jalur hanya mampu ditempuh kendaraan mobil pribadi. Masih sulitnya untuk Bus besar yang memasuki kawasan Sumber Podang mengakibatkan terhambatnya bagi para rombongan wisatawan luar daerah yang mengendarai Bus pariwisata untuk mennempuh daerah tersebut. sulitnya akses dengan menggunakan Bus mengakibatkan perberkembang Sumber Podang.

2. Masih minimnya investasi

Pariwisata merupakan sektor ekonomi yang strategis karena dapat berkontribusi dan menunjang terhadap pertumbuhan perekonomian, menciptakan lapangan kerja di saat krisis finansial dan ketidak pastian perekonomian dunia, sektor pariwisata juga berpengaruh pada perkembangan investasi,peningkatan pendapatan masyarakat serta penerimaan keuangan negara maupun daerah. Menurut Suwantoro (2004) bahwa pembangunan pariwisata melibatkan semua lapisan masyarakat, mulai dari kalangan atas sampai kalangan bawah, baik kalangan pemerintah, swasta maupun masyarakat biasa. Semua diharapkan turut membantu dan menunjang usaha pembangunan pariwisata. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kerjasama atau kemitraan hanya dilakukan oleh dua aktor yakni antara pemerintah dengan masyarakat

lokal, sedangkan aktor lain yaitu pihak swasta tidak terlibat dalam pengembangan sumber daya.

Dukungan PEMDA dalam pengembangan dan promosi pariwisata Kabupaten Kediri ditunjukkan untuk memberikan manfaat untuk masyarakat Kabupaten Kediri. Dari hasil temuan lapangan PEMDA telah menentukan Kebijakan membuka peluang bagi pengusaha Indonesia maupun lokal untuk berinvestasi di sektor pariwisata Kabupaten Kediri. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang menjadi hambatan dalam kegiatan promosi dikarenakan masih minimnya investasi di Kabupaten Kediri. Hal ini peran investor yang masih minim ini menjadi penghambat untuk pengembangan pariwisata yang ada di Kabupaten Kediri. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sedang fokus dalam pengembangan pariwisata yang ada di Kabupaten Kediri.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti serta berdasarkan hasil pembahasan yang sudah diuraikan di awal, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Peran Pemerintah Daerah Dalam Penyelenggaraan Promosi Pariwisata Sumber Podang di Desa Joho Kabupaten Kediri.
 - a. Promosi periklanan (*advertising*).

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri mengiklankan pariwisata sumber podang dengan beragam media seperti media cetak dan media sosial. Media cetak yang digunakan berupa baliho dan reklame, sementara media elektronik seperti facebook dan instagram. Sumber podang dipromosikan sering melalui facebook dan instagram. Adanya promosi lewat media massa seperti instagram yang penggunaanya cukup banyak di indonesia membuat jauh lebih mudah dalam mempromosikan melalui instagram. Potensi yang ada di Sumber Podang bisa lebih ditonjolkan lagi melalui media massa agar tertarik calon wisatawan mendatangi Sumber Podang. Selain melalui media massa seperti facebook dan instagram, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan juga mempromosikan lewat website yang dimiliki oleh Kabupaten Kediri ketika ada acara kebudayaan atau event-event penting yang bertempat di Sumber

Podang. Media yang digunakan untuk promosi event di Sumber Podang, selain menggunakan website, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menggunakan Kediri TV. Diharapkan dengan menggunakan media massa yang cukup banyak promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dapat menarik masyarakat untuk datang berwisata di Sumber Podang.

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri menggunakan discount dan mengadakan pameran untuk memperkenalkan wisata ke masyarakat dan wisatawan. Discount yang dimaksudkan ini adalah pemeberian potongan harga terhadap homestay yang ada di Sumber Podang jika ada wisatawan yang menginap. Promosi ini digunakan untuk menarik pelanggan yang ingin menginap di Sumber Podang. Penginapan yang digunakan adalah rumah-rumah warga sekitar Sumber Podang. Promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan selain menggunakan discount homestay, juga menggunakan pameran. Pameran yang ada di Sumber Podang salah satunya adalah pameran budaya yang diberi nama Sumber Podang Fesrival. Setiap tahunnya diadakan Sumber Podang Festival untuk menarik para wisatawan agar datang dan tertarik dengan kebudayaan lokal.

c. Penjualan tatap muka (*Personal selling*)

Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri menggunakan personal selling yaitu mengadakan pameran untuk memperkenalkan dan mempresentasikan tentang wisata dan Kebudayaan yang ada di kabupaten Kediri. diharapkan dapat menarik wisatawan agar mau berkunjung ke wisata sumber podang. Penjualan tatap muka yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam mempromosikan salah satunya mengikuti event promosi yang ada di daerah dengan menunjukan video dan gambar. Video dan gambar itu yang ditunjukan merupakan potensi yang ada di wisata Sumber Podang. Potensi alam Sumber Podang yang ditampilkan digunakan untuk menarik minat masyarakat agar datang berwisata ke Sumber Podang.

d. Hubungan masyarakat dan publisitas (*Public relations and publicity*)

Hubungan masyarakat dan publitas yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabuapten Kediri melibatkan semua pihak untuk mengembangkan dan mempromosikan sumber podang. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam menjalin dengan masyarakat sekitar Sumber Podang cukup baik karena kerja sama antara POKDARWIS di Sumber Podang terjalin baik. Salah satunya didirikannya pariwisata caffe yang ada di Sumber Podang yang dikelola oleh masyarakat asli daerah itu.

e. Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Pemasaran langsung yang dilakukan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kediri menggunakan sosialisasi dan memberikan info menggunakan media sosial akan adanya wisata di website resmi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri. namun saat ini Situs Resmi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri belum bisa Diakses dikarenakan sedang rusak atau Diretas. Website yang sedang diretas ini membuat Dinas kesulitan dalam update promosi pariwisata.. salah satunya cara ketika website diretas adalah dengan sosialisasi di beberapa event pariwisata di dalam dan luar daerah Kediri. Adanya sosialisasi tersebut diharapkan dapat mempermudah mempromosikan Sumber Podang kepada masyarakat luas. Karena masih rusaknya website Dinas Pariwisata yang masih nonaktif maka, untuk mendapatkan info masih ada media massa seperti facebook dan instagram yang masih aktif dalam promosi pariwisata.

2. Faktor pendukung dan penghambat.

a. Faktor pendukung.

Faktor pendukung dalam promosi pariwisata sumber podang yaitu karena potensi alam yang ada di sumber podang desa joho sudah bagus dan masih terlihat asri bersih sehingga dapat mempermudah promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Potensi Sumber Podang yang memiliki alam masih bagus dapat

digunakan sebagai daya tarik di Sumber Podang agar masyarakat tertarik berwisata di Sumber Podang. Daya tarik inilah bisa menjadikan peluang untuk mempermudah dalam promosi ke masyarakat luas. Selain itu karena POKDARWIS yang masih aktif serta masyarakat yang mendukung dengan adanya tempat wisata di Sumber Podang dapat memperlancar promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.

b. Faktor penghambat.

Faktor penghambat dari promosi pariwisata sumber podang yaitu sarana prasarana infastuktur untuk akses ke Sumber Podang masih belum bisa dilalui oleh kendaraan seperti bus. Hal ini membuat wisatawan yang mengendarai Bus dari luar daerah enggan mendatangi wisata Sumber Podang. Permasalah akses ini mengakibatkan sulitnya dalam rombongan pariwisata dari luar daerah untuk datang ke Sumber Podang. Masih minimnya investasi menjadi faktor penghambat dalam promosi pariwisata Kabupaten Kediri sehingga belum optimal dalam pengembangan maupun promosi yang ada di kabupaten Kediri.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai peran pemerintah daerah dalam penyelenggaraan promosi pariwisata sumber podang terdapat beberapa saran yang diharapkan mampu menjadikan bahan pertimbangan bagi

pemerintah daerah, para pelaku usaha pariwisata dan stakeholder yang terlibat sebagai berikut:

1. Untuk mengoptimalkan penyelenggaraan promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri, seharusnya pihak dari Dinas menambahkan tim petugas pelatihan dan tim promosi di lapangan. Agar penyelenggaraan promosi bisa maksimal dalam kegiatan dan penyelenggaraan promosi yang ada di Kabupaten Kediri.
2. Perlu adanya kerjasama dengan masyarakat khususnya adalah para pemuda untuk membantu dalam promosi pariwisata seperti pembuatan *event*, dan pameran yang melibatkan pemuda untuk memanfaatkan berbagai media social yang kebanyakan digunakan oleh para pemuda untuk kepentingan promosi pariwisata sumber podang.
3. Bagi masyarakat Desa sumber podang di Desa joho agar memanfaatkan semua fasilitas untuk meningkatkan promosi yang telah disediakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri agar meningkatkan pendapatannya, selain itu sering-sering berkonsultasi kepada petugas yang mendampingi masyarakat di lapangan.
4. Bagi Dinas terkait maupun instansi swasta sebaiknya sering mengadakan pelatihan edukasi mengenai promosi pariwisata kepada dan pengenalan untuk penggunaan teknologi baru kepada masyarakat beberapa bulan sekali sesuai anggaran dinas terkait dalam meningkatkan promosi pariwisata yang ada di Kabupaten Kediri agar menjangkau semua kalangan.

5. Perlu adanya perbaikan fasilitas berupa akses jalan menuju lokasi wisata dikarenakan bus besar tidak bisa dilalui kemudian perbaikan website dinas pariwisata yang dikarenakan sedang diretas tidak bisa di akses bagi wisatawan agar wisatawan lebih mudah mendapat informasi dan juga pembuatan website resmi untuk POKDARWIS untuk meningkatkan peran POKDARWIS dalam membantu mempromosikan obyek wisata yang ada di Kabupaten Kediri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abe, Alexander. 2005. *Perencanaan Daerah Partisipatif*. Yogyakarta : Pustaka Jogja Mandiri.
- Bilson, Simamora. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Edisi pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Djaslim Saladin, Yevis Oesman, 2002, “*Intisari Pemasaran dan Unsur Pemasaran*”, Penerbit : Lindakarya, Bandung.
- Heriawan, Rusman. 2004. “Peranan dan Dampak Pariwisata Pada Perekonomian Indonesia : Suatu Pendekatan Model I-O dan SAM”. *Disertasi*. Doktoral Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kabupaten Kediri. 2016. *Visi Misi Kabupaten Kediri*. Diakses melalui <http://www.kedirikab.go.id> pada tanggal 21 Januari 2017
- Kartasasmita, Ginanjar. 1996, *Pemberdayaan Masyarakat : Konsep Pembangunan yang Berakar pada Masyarakat*. Jakarta : Bappenas.
- Keller KL, Kotler P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13 (Alih bahasa dari Bahasa Inggris oleh Sabran B). Edisi 13. Jilid 2. Jakarta (ID): Erlangga. [Judul asli: *Marketing management , thirteenth edition*].
- Kuncoro, Mudrajad. 2004. *Otonomi Dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang*. Jakarta: Erlangga.
- Muin, Fatkhul. 2014 jurnal *Otonomi daerah dalam perspektif pembagian pemerintah-pemerintah daerah dan keuangan daerah* <http://download.portalgaruda.org/> diakses 10 oktober 2016
- Muluk, M.R Khairul. 2007. *Desentralisasi dan Pemerintahan Daerah*. Malang: Banyumedia.
- Musanef. 1995. *Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia*. Jakarta : PT Toko Gunung Agung.

- Muskitta, dkk. 2014. Perancangan promosi dan media pendukung pariwisata bahari di Ambon. <http://studentjournal.petra.ac.id/>. [diunduh tanggal 18 november 2016].
- Nurcholis, Hanif. 2005, *Teori dan Praktek Pemerintahan dan Otonomi Daerah*, Grasindo, Jakarta.
- Nurcholis, Hanif. 2007. *Teori dan praktik pemerintahan dan otonomi daerah*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Pemerintah Kabupaten Kediri. *Pengembangan Wana Wisata Sumber Podang*. <https://kedirikab.go.id/>. diakses tanggal 10 oktober 2016
- Pendit, Nyoman S. 1999. ***Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana***. Jakarta : Pradnya Paramita.
- Siagian, Sondang P. 2005. *Administrasi Pembangunan : Konsep, Dimensi, dan Strateginya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Soekadijo. 2000. ***Anatomi Pariwisata***. Jakarta : Gramedia.
- Sukmawati L, Andari R, Pancawati D. 2013. *Pengaruh kinerja bauran promosi terhadap keputusan menggunakan paket outbound di Ciwangun Indah Camp*. http://mpp.upi.edu/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/32_JURNAL-SKRIPSI-Liana-Sukmawati.pdf
- Suryono, Agus, 2010, *Dimensi-dimensi Prima Teori Pembangunan*, Malang: UB Press.
- Suryono, Agus. 2010. *Dimensi-Dimensi Prima Teori Pembangunan*. Malang: UB Press.
- Sutanto MA, Riyanto B, Yuwono EC. 2013. Perancangan promosi untuk menunjang potensi wisata bahari Kepulauan Kangean, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur. [Internet]. [diunduh tanggal 4 Oktober 2016]. 2(3): 1-20. Dapat diunduh di: <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/dkv/article/viewFile/694/603>
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar – Dasar Pariwisata*. jakarta: andi publisher.
- Tjokroamidjojo, Bintoro. 1995. *Perencanaan Pembangunan*. Jakarta: PT. Toko Gunung Agung.

Todaro, Michael, P: 2000, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, Erlangga, Jakarta.

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 *tentang kepariwisataan*

Undang-Undang No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 *Tentang Pemerintahan Daerah*.

Yoeti. 1985. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung [ID]: Angkasa

Yonathan M. 2013. Peranan dinas pariwisata dan kebudayaan Kota Batu dalam kegiatan promosi pariwisata Kota Batu. [Internet]. [diunduh tanggal 2 September 2016]. 1(2): 1-17. Dapat diunduh di: <http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/144>

LAMPIRAN



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

Jl. MT. Haryono 163, Malang 65145, Indonesia

Telp. : +62-341-553737, 568914, 558226 Fax : +62-341-558227

http://fia.ub.ac.id

E-mail: fia@ub.ac.id

Nomor : 4834/UN10.F03.11.11/PP/2017

Lampiran : -

Pengantar : Riset/Survey

Kepada : Yth. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik (KESBANGPOL)
Kabupaten Kediri

Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang mohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan kesempatan melakukan riset/survey bagi mahasiswa :

Nama : Abdul Rahman

Alamat : Jl. Mt. Haryono Brawijaya 5 no 96 B

NIM : 125030607111011

Jurusan : Administrasi Publik

Minat : Perencanaan Pembangunan

Tema : **Peran Media Massa Sebagai Media Promosi Pariwisata
Sumber Pondang (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan
Pariwisata Kabupaten Kediri)**

Lamanya : 1 (satu) bulan (1 April 2017 - 30 April 2017)

Peserta : 1 (satu) orang.

Demikian atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Malang, 29 Maret 2017

a.n. Dekan

Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik



Dr. Chotrul Saleh, M.Si

NIP. 19600112 19870 1 001



PEMERINTAH KABUPATEN KEDIRI
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
JALAN SOEKARNO HATTA NOMOR 1 TELEPON 689969
KEDIRI

Website : www.kedirikab.go.id Email: bakesbangpol@kedirikab.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN/SURVEY/KEGIATAN
NOMOR : 070/456 /418.62/2017

- Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011;
2. Peraturan Daerah Kabupaten Kediri Nomor 1 tahun 2015 tentang Tata Kerja Badan Kesatuan Bangsa dan Politik;
3. Peraturan Bupati Nomor 4 tahun 2015 tentang Penjabaran Tugas dan Fungsi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik;
- Menimbang : 1. Menunjuk Surat Saudara Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik tanggal 29 Maret 2017 Nomor : 483R/UN10.F03.11.11/PP/2017 perihal Riset/Survey.
2. Surat persetujuan lokasi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Kediri tanggal 6 Juni 2017 nomor : 070/473/418.21/2017 Perihal Persetujuan Riset/Survey.
- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kediri, memberikan rekomendasi kepada :
- a. Nama : **ABDUL RAHMAN**
b. Alamat : Jl. MT. Haryono Brawijaya 5 No. 96 B. Malang
c. Pekerjaan/Jabatan : Mahasiswa
d. Instansi/Organisasi : Univ. Brawijaya Malang
e. Kebangsaan : Indonesia
- Untuk melakukan Penelitian/Survey/Kegiatan dengan :
- f. Judul Proposal : *Peran Media massa sebagai Media Promosi Pariwisata Sumber Pondang (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Kediri)*
g. Tujuan : Survey/Riset
h. Bidang Survey : Administrasi
i. Penanggung Jawab : **Dr. Choirul Saleh, M. Si.**
j. Anggota/Peserta : -
k. Waktu : Satu bulan sejak rekomendasi diterbitkan
l. Lokasi : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri
- Dengan ketentuan : 1. Berkewajiban menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib di daerah setempat/lokasi penelitian/survey/kegiatan.
2. Pelaksanaan kegiatan agar tidak disalah gunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan keamanan dan ketertiban di daerah/lokasi setempat.
3. Data hasil pelaksanaan kegiatan penelitian/survey hanya boleh digunakan untuk kepentingan penyelesaian tugas akademis pemohon/peneliti dan tidak boleh digunakan untuk tujuan lain yang dapat merugikan pemerintah daerah/instansi lokasi kegiatan.
4. Setelah selesai melaksanakan kegiatan pemohon/peneliti agar memberikan laporan tertulis hasil kegiatannya minimal 1 exemplar kepada Bakesbangpol Kab. Kediri.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Kediri, 6 Juni 2017
a.n KEPALA BAKESBANGPOL
KABUPATEN KEDIRI
Kabid. Kewaspadaan



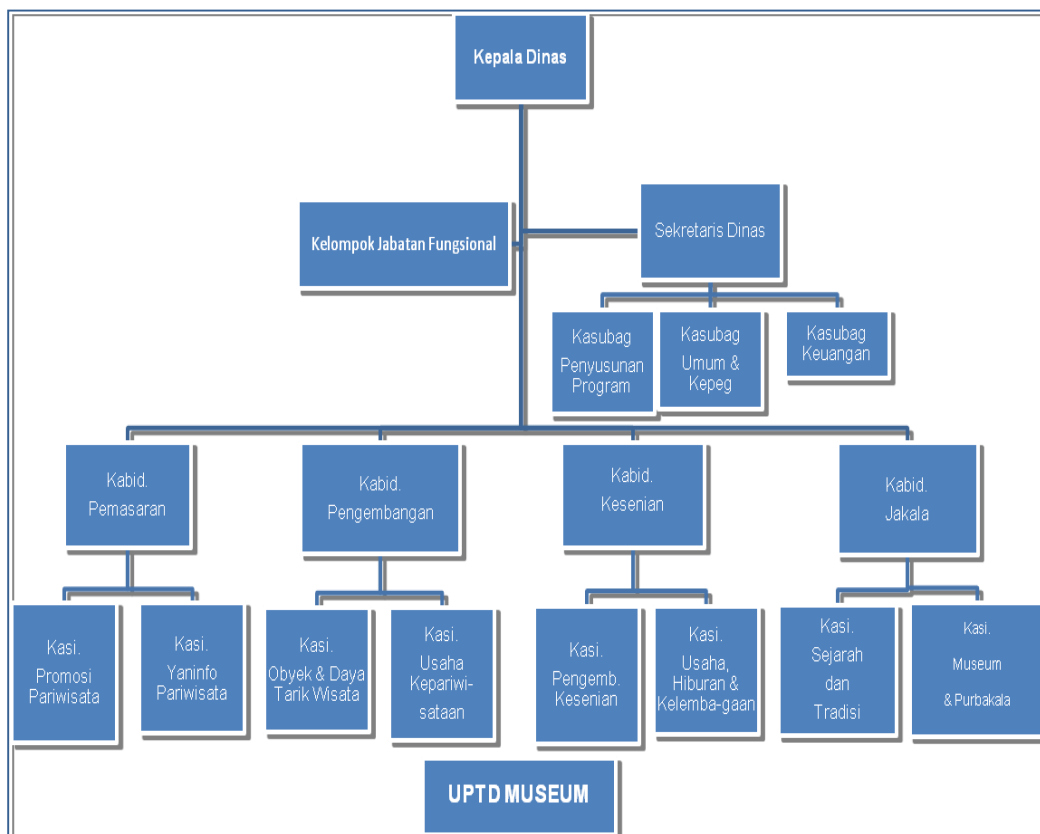
IWAN AGUS WIJAYA, S.Sos
Penata Tingkat I
NIP. 19710808 199101 1 001

TEMBUSAN : Kepada Yth.

1. Ibu Bupati Kediri (sebagai laporan);
2. Sdr. Kepala Balitbang Kabupaten Kediri;
3. Sdr. Ka. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Kediri
4. Sdr. Dekan Ilmu Administrasi Publik
Universitas Brawijaya Malang
5. **A R S I P**

Struktur organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri

..







→ C kediripost.co.id/2017/10/14/meriahnya-festival-sumber-podang-dan-1000-madu-desa-joho/ ☆

PEMERINTAHAN POLITIK HUKRIM EKONOMI WISATA EDUKASI KESEHATAN LIPSUS SPORT

Meriahnya Festival Sumber Podang dan 1000 Madu Desa Joho

By admin 02 14/10/2017 [Headline](#) [Pemerintahan](#) [Terkini](#) [Komentar Dinonaktifkan](#)
pada Meriahnya Festival Sumber Podang dan 1000 Madu Desa Joho



Sabtu (14/10) menjadi hari yang begitu istimewa bagi seluruh warga Desa Joho, Kecamatan Semen, Kabupaten Kediri. Tanggal yang masih masuk *sasi suro* dalam

- 1 Suksesan Pilkada, LSM Bekerjasama KPU Nganjuk
- 2 Dewan Gelar Sidang Paripurna Persetujuan
- 3 Warga Bulusari Mengadu ke Dewan Terkait pengusuran
- 4 Ingatkan Jaga Pancasila Sebagai Perikat Kesatuan
- 5 Komisi C Minta Percepatan Pembangunan Taman





DAPATKAN AKSES TANPA BATAS HINGGA 3 BULAN
Sewaktu Rp 117.000,- Persempitan Indidomest
TONTON SEKARANG **IndiHome** **iflix**

Recent	Popular	Comments	Tag
 Suksesan Pilkada, LSM Bekerjasama KPU Nganjuk Gelar Edukasi, Headline, Politik, Terkini	 Dapat Rekom, Hanung-Bima Siap Bertarung dalam Pilbub Headline, Politik, Terkini	 Dandim Kediri Berpatroli di Malam Natal Ekonomi, Headline, Terkini	 Gagal Usung Bunda Ita. Golkar Akan Usung Kadernya Sendiri

bentuk promosi Sumber podang