

Strategi Promosi Kreatif Wisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung

Yolanda Yovita, Gregorius Genep Sukendro
yolandayov@gmail.com, geneps@untar.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

Abstract

The tourism industry has an important role in terms of state development, especially influencing Regional Revenue (PAD) for Local Governments. Bangka Belitung is one of the islands in Indonesia that has a variety of interesting tours that can be offered to local and foreign tourists. Therefore, the local government, namely the Department of Culture and Tourism of the Bangka Belitung Islands must plan various attractive promotional strategies. By utilizing various parties and mass media channels to describe the wealth of Bangka tourism, the Culture and Tourism Agency can form creative promotion strategies. The purpose of this study was to find out the creative promotion strategies carried out by the local government to promote tourism on Bangka Island. The theory used in the research includes tourism theory, promotion strategies, creativity and their interrelationships with one another. The research method used in this study is a qualitative descriptive research method. Data collection is done by interview, observation, and documentation. From the results of the study, the conclusion of the researchers is that the Department of Culture and Tourism of the Bangka Belitung Islands does have a diverse and interesting tourism promotion strategy, but it is not sufficiently creative to be associated with existing theories. Creative must be different and keep up with the times that are adjusted to the promotion target.

Keywords: *Culture and Tourism Service, Promotion Strategy, Creative Promotion, Bangka Island.*

Abstrak

Industri pariwisata mempunyai peranan penting dalam hal pembangunan negara khususnya berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) bagi Pemerintah Daerah. Bangka Belitung merupakan salah satu kepulauan di Indonesia yang memiliki beragam wisata menarik yang dapat ditawarkan kepada wisatawan lokal maupun mancanegara. Maka dari itu, pemerintah daerah yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kepulauan Bangka Belitung harus merencanakan berbagai strategi promosi yang menarik. Dengan memanfaatkan berbagai pihak maupun saluran media massa untuk menggambarkan kekayaan pariwisata Bangka, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dapat membentuk strategi-strategi promosi yang kreatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi kreatif yang dilakukan pemerintah setempat guna mempromosikan wisata di Pulau Bangka. Teori yang digunakan pada penelitian mencakup teori pariwisata, strategi promosi, kreativitas serta keterkaitannya satu sama lain. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian, kesimpulan peneliti bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kepulauan Bangka Belitung memang memiliki strategi promosi wisata yang beragam dan menarik namun belum cukup dikatakan kreatif jika dikaitkan dengan teori yang ada. Kreatif itu harus berbeda serta mengikuti perkembangan jaman yang disesuaikan dengan target promosi.

Kata Kunci : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Strategi Promosi, Promosi Kreatif, Pulau Bangka.

1. Pendahuluan

Saat ini pariwisata merupakan salah satu sektor andalan dalam meningkatkan perekonomian daerah maupun negara dalam lingkup besarnya. Pariwisata dianggap baik dalam mendorong sektor perekonomian karena pariwisata merupakan sumber daya yang dapat diperbaharui menggunakan potensi-potensi lokal setempat. Selain mendukung dalam perekonomian daerah, pariwisata juga berperan penting dalam pelestarian budaya daerah karena dengan semakin meningkatnya wisatawan yang berkunjung, maka pelestarian budaya setempat juga tentunya didukung penuh. Pulau Bangka merupakan salah satu kepulauan di Indonesia yang terletak di sebelah timur Pulau Sumatra. Pulau Bangka terkenal sebagai satu-satunya kepulauan yang menjadi penghasil timah terbesar di Indonesia. Selain terkenal dengan pulau penghasil timah terbesar di Indonesia, Pulau Bangka juga memiliki alam yang indah. Maka, tidak salah jika pulau ini memiliki potensi wisata yang dapat dijadikan modal untuk memajukan daerah serta Indonesia. Pariwisata di Pulau Bangka yang memiliki potensi tersebutlah yang akhirnya membuat pemerintah hendak mengembangkan sektor tersebut semaksimal mungkin. Karena pergeseran dari model pemasaran dan promosi yang konvensional, ke sistem pemasaran yang kreatif atau modern saat ini sangat terasa, maka pemerintah seharusnya dapat memanfaatkan teknologi yang berkembang pesat dalam kegiatan pemasaran maupun promosi.

Dalam penelitian ini akan mencari tahu apa saja strategi promosi wisata yang telah diterapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung dalam meningkatkan kunjungan. Kemudian kepada tujuan utama penelitian ini yaitu mengetahui apakah pemerintah khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung telah membuat strategi promosi yang bisa dikatakan kreatif, yang mengikuti perkembangan teknologi serta disesuaikan dengan target komunikasinya. Maka, diharapkan dengan adanya penelitian ini, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung ke depannya dapat merancang berbagai strategi promosi yang kreatif atau lebih kreatif lagi dari sebelumnya. Keseluruhan penelitian ini akan mengacu pada teori kreativitas berdasarkan para ahli juga berbagai literatur serta hasil wawancara dengan narasumber terkait.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan di dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus termasuk dalam penelitian analisis kualitatif deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2015) deskriptif analitis merupakan metode yang bertujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap suatu objek penelitian yang diteliti melalui sampel atau data yang telah terkumpul dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

Metode yang biasanya dimanfaatkan adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan. Penelitian dengan metode ini memusatkan diri secara intensif terhadap suatu objek yang mempelajarinya sebagai suatu kasus.

Maka, penelitian ini akan dijelaskan secara akurat, sistematis, dan faktual dari data atau informasi yang diperoleh lalu dideskripsikan sesuai dengan kenyataan yang

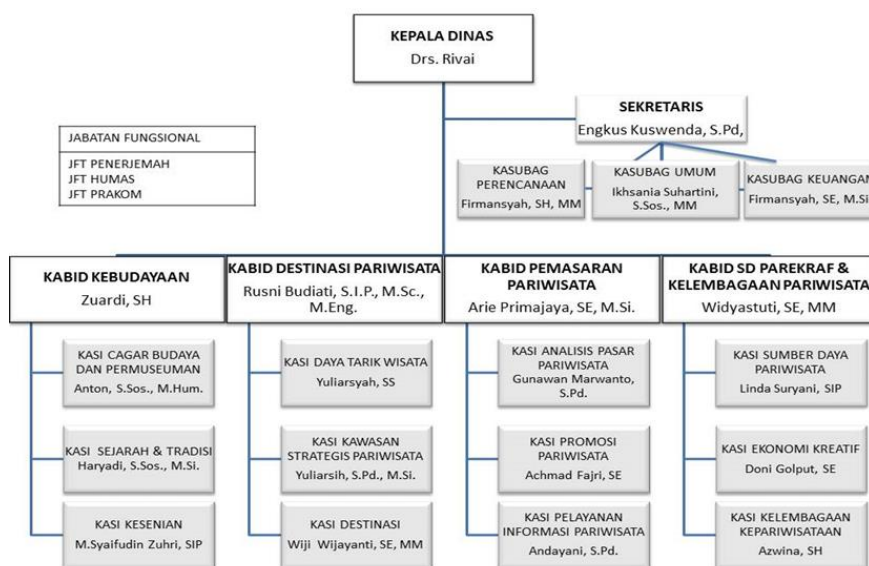
ada di lapangan dan disajikan dalam bentuk kata-kata atau kalimat kemudian ditarik suatu kesimpulan.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Provinsi Bangka menyimpan keindahan wisata yang patut untuk dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara. Oleh karena itu, sebagai Pemerintah Daerah Provinsi Bangka Belitung, sudah selayaknya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung membuat sebuah strategi promosi untuk mengkomunikasikan berbagai wisata di Pulau Bangka ke masyarakat luas.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung merupakan salah satu Perangkat Daerah (PD) yang mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan daerah di bidang kebudayaan dan pariwisata. Perlu peran aktif dan strategis bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung agar tujuan dari Dinas yang menangani bidang pariwisata dan kebudayaan ini memberikan dedikasi yang berarti dalam pengembangan pariwisata serta pelestarian budaya di Pulau Bangka maupun Belitung.

Gambar 1 : Struktur Organisasi Disbudpar Prov. Bangka Belitung



Sumber : Dokumentasi Peneliti

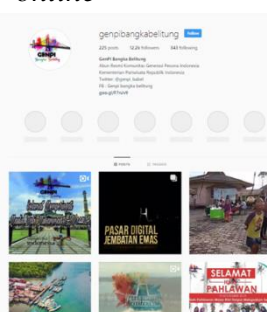
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung memang memiliki strategi promosi dalam rangka memberitahu, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan yaitu wisata di Pulau Bangka untuk mencapai tujuan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung. Berkaitan dengan teori tujuan promosi oleh Basu Swastha dan Irawan (1983: 353), ditemukan bahwa tujuan promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung sesuai dengan teori tersebut yaitu memberikan informasi serta berusaha mengubah tingkah laku, disini yaitu tingkah laku masyarakat yang belum tahu atau belum pernah berkunjung ke Pulau Bangka menjadi tahu dan memutuskan untuk berkunjung ke Pulau Bangka, selain itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung melalui

kegiatan promosi yang diadakannya bertujuan untuk mengingatkan calon wisatawan baik lokal maupun asing bahwa Indonesia memiliki Pulau yang patut dikunjungi yaitu Pulau Bangka.

Penelitian ini lebih memfokuskan pembahasan pada Strategi Promosi Kreatif yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung. Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, berbagai macam strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung diantaranya adalah kegiatan pameran luar daerah dan luar negeri, *roadshow* di luar Babel, bekerja sama dengan media massa (media cetak, televisi, *online*, *blogger*, *youtuber*, *fotografer*), mengadakan *famtrip*, bekerja sama dengan Humas Kemenpar RI, menjalin hubungan dengan Forwapar (forum wartawan pariwisata), TIC (*tourism information centre*), *Leaflet*, *Booklet*, DVD (dokumenter), *Kalendar Event*, Website, *Event* dan Perayaan Wisata dan Budaya, GENPI Babel (Generasi Pesona Indonesia). Dari berbagai macam strategi promosi yang biasa dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung, yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah strategi kreatifnya. Menurut narasumber, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung melakukan beberapa strategi promosi juga pemasaran di atas dengan cara yang kreatif, dimana mampu meminimalisir anggaran tanpa mengurangi promosi.

Menurut narasumber utama, yang termasuk dalam strategi promosi kreatif dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung yaitu, bekerjasama dengan Kementerian Pariwisata RI dalam setiap kegiatan promosi mengingat bahwa anggaran di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata masih terbilang cukup minim, maka strategi kreatif untuk tetap melakukan promosi yaitu dengan selalu memanfaatkan kesempatan untuk bekerjasama dengan Kemenpar RI dalam rangkaian kegiatan promosi seperti beriklan sampai mengadakan *event* wisata dan budaya. Selain itu, dengan GENPI Babel, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung memanfaatkan para anak-anak muda asal Bangka untuk ikut berpartisipasi mempromosikan wisata dan budaya Bangka melalui bermacam-macam akun media sosial. Pihak Dinas merasa sangat terbantu dengan dibentuknya GENPI Babel ini, dimana melalui anak muda asal daerah sendiri dengan kreatif menghasilkan foto serta video juga konten menarik di media sosial GENPI Babel untuk mempromosikan wisata, karena melalui media sosial anak-anak muda asal Bangka Belitung yang disebut GENPI Babel ini bisa mempublikasikan apa saja terkait wisata dan budaya Bangka Belitung sehingga bukan hanya masyarakat lokal yang dapat melihat tetapi juga bisa menyebar luas.

Gambar 2 : Tangkapan layar Instagram GenPI Babel untuk promosi wisata *online*



Sumber : Instagram

Selain itu, *output* yang menjadi bahan promosi juga dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung adalah leaflet dan booklet yang bisa didapatkan di TIC yang ada di Bandara Internasional Soekarno-Hatta maupun TIC yang terpat di Bandara Depati Amir Pangkalpinang. Leaflet dan booklet ini berukuran kecil (*mini pocket*) dengan isi yang lengkap terkait wisata dan budaya yang ada di Pulau Bangka bahkan sampai Pulau Belitung, hal ini dilakukan untuk memudahkan para wisatawan yang berkunjung membawa leaflet dan booklet ini saat jalan-jalan sebagai petunjuk.

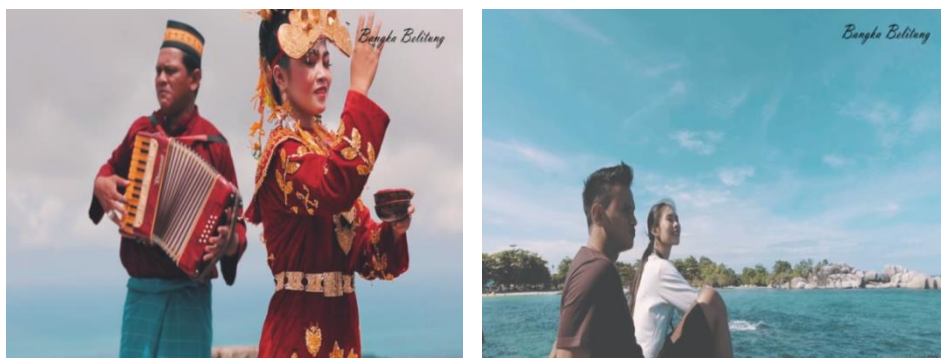
Gambar 3 : Leaflet, Booklet + DVD (dokumenter)



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Kemudian yang sering dipilih sebagai media promosi saat ini yaitu film dokumenter karena pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung menganggap, melalui audio-visual, informasi akan lebih mudah untuk disampaikan serta diterima oleh calon wisatawan yang melihat. Dalam film dokumenter ini, visual sengaja diambil sedemikian rupa secara kreatif. Untuk penyebaran, film dokumenter ini biasa dimasukkan ke dalam DVD yang dapat diperoleh juga di TIC Bandara, dan juga melalui media sosial yaitu youtube.

Gambar 4 : Tangkapan layar film dokumenter wisata dan budaya Babel



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Selain film dokumenter, ternyata Event wisata dan budaya seperti contohnya event “Bangka Culture Wave” menjadi salah satu Festival Kebudayaan dan Alam yang diselenggarakan di Bangka tepatnya di Kota Sungailiat. Event ini bisa dikatakan merupakan salah satu strategi promosi kreatif karena memiliki kombinasi konsep yang menarik, dimana unsur alam dan kebudayaan bergabung dalam sebuah festival yang dikemas sedemikian rupa, yang belum diterapkan *event* di Pulau Bangka sebelumnya.

Gambar 5 : *Event* Bangka Culture Wave



Sumber : Dokumentasi

Namun, setelah melakukan wawancara dengan narasumber lain yang merupakan pakar periklanan serta masyarakat yang menyukai dunia *travelling*, mereka memberikan tanggapan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terhadap wisata Bangka belum bisa dikatakan kreatif karena masih termasuk kategori biasa saja, masih perlu banyak perbaikan. Selain itu, pakar iklan mengatakan sebenarnya tidak bisa memberikan pernyataan mutlak terkait kreatifitas dari strategi promosi Disbudpar Bangka ini karena konsep awalnya belum jelas mau ke arah mana (baik dari targetnya sampai ke benang merah apa yang mau disampaikan).

Maka, berdasarkan penelitian yang penulis telah lakukan serta hasil wawancara dengan beberapa narasumber yang berbeda, peneliti masih belum bisa mengatakan bahwa strateginya kreatif karena menurut penulis serta diperkuat dengan pendapat kedua narasumber yang bukan pihak Dinas Kebudayaan dan Provinsi Bangka Belitung masih terdapat hal-hal yang kurang, seperti konsep promosinya ke arah mana, targetnya siapa saja, tema besarnya apa, sampai penggunaan media sosial dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitungnya sendiri. Karena strategi promosi kreatif saat ini harus dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, karena pada kenyataan sekarang orang-orang pada umumnya akan tertarik dengan hal-hal yang kreatif dan inovatif.

4. Simpulan

Pulau Bangka merupakan salah satu kepulauan di Indonesia yang terletak di sebelah timur Pulau Sumatra. Pulau Bangka terkenal sebagai satu-satunya kepulauan yang menjadi penghasil timah terbesar di Indonesia. Selain terkenal dengan pulau penghasil timah terbesar di Indonesia, Pulau Bangka juga memiliki alam yang indah.

Strategi Promosi Wisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung beragam, diantaranya yaitu Pameran Wisata dalam maupun luar negeri, *roadshow* di luar Babel, bekerja sama dengan media massa, kegiatan *famtrip*, kerjasama dengan *travel agent*, bekerja sama dengan Humas Kemenpar RI untuk mempromosikan pariwisata Bangka, menjalin hubungan dengan Forwapar (Forum Wartawan Pariwisata), TIC (*Tourist Information Centre*), *Leaflet* dan *Booklet*, DVD (film dokumenter), Kalendar *Event*, Situs Web resmi, *Event* dan Perayaan Wisata Budaya, GENPI Babel.

Strategi Promosi yang kreatif menurut Narasumber utama penelitian ini (pihak KABID Pemasaran di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata) yaitu bekerjasama dengan Kementerian Pariwisata RI dalam setiap kegiatan promosi, GENPI Babel, *Leaflet dan Booklet*, Film Dokumenter (DVD), serta *event* Bangka *Culture Wave*.

Hasil analisa peneliti terhadap temuan justru tidak menjawab judul laporan penelitian skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Kreatif Wisata Bangka oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung”, setelah melalui analisis yang peneliti lakukan, strategi promosi yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung ini tidak bisa dikatakan kreatif sepenuhnya karena konsep mengkomunikasikan ke calon wisatawan belum terarah serta kurang bisa mengikuti perubahan jaman yang lebih mengarah ke digital saat ini meskipun pihak Dinas memiliki bantuan promosi digital melalui Kemenpar RI serta GENPI Babel.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin berterima kasih kepada narasumber serta kerabat yang telah mendukung dalam penulisan penelitian ini baik secara materil maupun moril, terutama kepada Bapak Arie Primajaya selaku Kepala Bidang Pemasaran Disbudpar Provinsi Babel, Bapak Yuliarsyah dan Yusak yang telah memberikan kesempatan serta meluangkan waktunya kepada peneliti untuk memperoleh informasi lengkap terkait strategi promosi wisata Bangka, melalui beliau peneliti memperoleh banyak pengetahuan baru di bidang pariwisata terutama perihal strategi pemasaran dan promosi. Terimakasih juga peneliti ucapkan pada Yosephine serta Bapak Sony selaku pakar periklanan. Kedua, penulis berterima kasih kepada dosen pembimbing yaitu Bapak Gregorius Genep Sukendro serta seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Untar yang telah membantu proses penyelesaian penelitian ini. Tentu semua masukan dari narasumber serta dosen pembimbing sangat bermanfaat bagi peneliti dalam mengembangkan penelitian ini, terkait teori serta temuan peneliti.

6. Daftar Pustaka

Basu Swastha Dh dan Irawan. (1983). *Management Pemasaran Modern, Edisi Dua*, Liberty, Yogyakarta.

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta

<https://kbbi.web.id/kreativitas> (diakses pada 03 November 2018)

Aprilia, R., & Sukendro, G. G. (2018). Strategi Kreatif Promosi Film Danur. *Prologia*, 1(2), 549-554

Retrieved from

<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/1986>