

PELAKSANAAN PENGEMBANGAN WISATA DI KOTA BENGAWAN SURAKARTA

Muh Isa Al Mansyur¹

¹Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Boyolali
Korespondensi : isaalmansyur@gmail.com

ABSTRAK

Sosialisasi promosi wisata dalam rangka pelaksanaan pengembangan objek wisata berpengaruh kepada kemampuan Dinas Pariwisata dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, keberadaan pelaku seni dan ruang kreatif itu memiliki keterkaitan yang mampu menjadi daya tarik baru untuk sektor kepariwisataan. Sejak lama Pemkot melakukan pendekatan tersebut, hasilnya beberapa giat kepariwisataan dalam skala besar mulai menjadi agenda rutin.

Kata kunci : Pengembangan Wisata, Komunikasi dan Sumber Daya Manusia

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kawasan terumbu karang terkaya di dunia dengan lebih dari 18% terumbu karang dunia, serta lebih dari 3.000 spesies ikan, 590 jenis karang batu, 2.500 jenis moluska, dan 1.500 jenis udang-udangan. Kekayaan biota laut tersebut menciptakan sekitar 600 titik selam yang tersebar dari Sabang hingga Merauke. Raja Ampat di Provinsi Papua Barat adalah taman laut terbesar di Indonesia yang memiliki beraneka ragam biota laut dan dikenal sebagai lokasi selam scuba yang baik karena memiliki daya pandang yang mencapai hingga 30 meter pada siang hari.

Keanekaragaman flora dan fauna yang ada di seluruh nusantara menjadikan Indonesia cocok untuk pengembangan agrowisata. Kebun Raya Bogor yang terletak di Bogor merupakan lokasi agrowisata populer yang telah berdiri sejak abad 19 dan merupakan yang tertua di Asia dengan koleksi tumbuhan tropis terlengkap di dunia. Hingga Maret 2010, Kebun Raya Bogor memiliki koleksi 3.397 spesies jenis koleksi umum, 550 spesies tumbuhan anggrek, serta 350 tumbuhan non-anggrek yang berada di rumah kaca. Taman Wisata Mekarsari merupakan taman buah tropis terbesar dan terlengkap di dunia. Koleksi taman ini mencapai 100.000 tanaman buah yang terdiri dari 78 famili, 400 spesies, dan 1.438 varietas.

Berdasarkan data sensus 2010, Indonesia terdiri dari 1.128 suku bangsa. Keberagaman suku bangsa tersebut mengakibatkan keberagaman hasil budaya seperti jenis tarian, alat musik, dan adat istiadat di Indonesia. Beberapa pagelaran tari yang terkenal di dunia internasional misalnya Sendratari Ramayana yang menceritakan tentang perjalanan Rama dan dipentaskan di kompleks Candi Prambanan. Desa Wisata Batubulan yang terletak di Sukawati, Gianyar merupakan desa yang sering dikunjungi untuk pentas Tari Barongan, Tari Kecak dan Tari Legong.

Setiap pulau besar di Indonesia setidaknya memiliki satu bandar udara internasional. Bandar udara terbesar adalah Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta yang terletak di Tangerang, Banten. Lima bandar udara internasional lainnya yang berada di Pulau Jawa adalah Adisumarmo di Solo, Juanda di Surabaya, Husein Sastranegara, di

Bandung dan Adisucipto di Yogyakarta. Transportasi darat lain kereta api tersedia hampir di seluruh pulau di Indonesia. (https://id.wikipedia.org/wiki/Pariwisata_di_Indonesia, 2002).

Beberapa kota menyediakan sistem transportasi Bus Rapid Transit seperti Trans Jakarta di Jakarta, Trans Jogja di Yogyakarta, Trans Metro Bandung di Bandung, Batik Solo Trans di Surakarta, dan TransSemarang di Semarang. Kendaraan khas seperti bajaj, becak, dan bemo tersedia di kota-kota tertentu, selain itu transportasi umum informal seperti ojedapat ditemukan di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung dan Surabaya. (<https://www.matamatapolitik.com/kunjungan-militer-fokuskan-hubungan-keamanan-indonesia-vietnam-analisis/>).

Pariwisata telah lama diakui sebagai sektor andalan perolehan devisa nonmigas dalam pembangunan nasional. Pariwisata juga telah diakui oleh para pelaku wisata, pemerintah daerah dan masyarakat setempat sebagai dunia bisnis yang menggiurkan, menantang sekaligus beresiko tinggi. Meskipun pariwisata sangat menjanjikan, namun bagi daerah yang baru mulai mengolah potensi wisatanya, pekerjaan ini bukanlah sesuatu yang mudah, seperti membalik telapak tangan. Banyak langkah yang harus di tempuh, mulai dari inventarisasi potensi wisata, pembangunan sarana dan prasarana, pemberdayaan masyarakat sampai kepada sosialisasinya kepada masyarakat luas.

Di era otonomi daerah ini, setiap kabupaten atau kota mempunyai kebebasan untuk menggali potensi daerahnya masing-masing untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, sesuai dengan UU no. 22 tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah terkandung prinsip – prinsip demokratisasi dan memperhatikan keanekaragaman daerah. Setiap daerah diberi kesempatan yang seluas – luasnya untuk mengelola rumah tangganya sendiri, sehingga potensi alamnya dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk perkembangan daerah tersebut, yang dapat digunakan untuk menambahkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Didalam UU no. 22 tahun 1999 pasal 5 terkandung dasar pertimbangan terbentuknya daerah otonom diantaranya :

Kemampuan ekonomi, potensi daerah, sosial budaya, sosial politik, jumlah penduduk, luas daerah, serta pertimbangan lain yang memungkinkan terselenggaranya otonomi daerah. Setiap daerah baik itu yang berpotensi alam tinggi, maupun rendah, sama-sama dituntut untuk tetap bisa memaksimalkan potensi daerah tersebut, dengan dibantu oleh pemerintah pusat. Pemerintah kota memiliki peran dan tugas yang cukup besar dalam pembangunan kepariwisataan. Berdasarkan UU No. 10 tahun 2009 pada BAB IV Pembangunan Pariwisata meliputi: Industri Pariwisata, Destinasi Pariwisata, Pemasaran, dan Kelembagaan kepariwisataan.

Kebijakan sebagai salah satu bentuk dari pembangunan pariwisata kota yang dilakukan oleh pemerintah kota surakarta. Dengan visi pembangunan Kota Solo adalah kota budaya yang berorientasi pada nilai masa lalu. Dan konsep masa lalu ini sebagai konsep yang mengarah pada “budaya”. Konsep ini perlu mendapat perhatian, karena “budaya” tak melulu menyangkut masa lalu, namun yang utama adalah menyangkut “masa depan”. Jika visi ke depan pembangunan Kota Solo adalah masa lalu, yang jadi pekerjaan selanjutnya adalah bagaimana menggabungkan visi “masa depan” budaya dengan kondisi “masa lalu” Solo

Perkembangan pelestarian kebudayaan di Kota Solo semakin meningkat. Hal ini juga tidak lain merupakan nilai tambah bagi Pemerintah kota dalam menerapkan realisasi dari visi dan misi Kota Solo dengan menerapkan berbagai slogan sebagai ajang promosi Kota Solo, antara lain; Solo ke depan adalah Solo tempo dulu; Solo Kotaku, Jawa

Budayaku; Solo The Spirit Of Java. Disini, secara tidak sengaja nama Solo lebih famous dan marketable di Dunia.

Tak hanya berhenti sampai pada bangkitnya citra kota budaya, justru kedepan diharapkan citra yang sudah terbangun ini kelak akan dapat memberikan multiplier effect (efek ganda terhadap bidang ekonomi, sosial dan budaya), termasuk di antaranya dalam menambah Pemasukan Asli Daerah (PAD). Peranan pariwisata dalam membangun ekonomi nasional cukup tinggi, maka dari itu pemerintah hendaknya mengalokasikan dana yang lebih besar untuk menggenjot promosi pariwisata.

Pemerintah Kota Surakarta bekerjasama dengan berbagai pihak yang peduli terhadap semua warisan budaya tersebut membuat berbagai event yang memiliki nilai budaya diharapkan akan dapat menarik minat wisatawan baik mancanegara maupun domestik untuk datang ke kota Solo. Beberapa peraturan telah dikeluarkan untuk memberi pengukuhan terhadap citra budaya kota Surakarta seperti tentang penulisan tata nama menggunakan aksara Jawa, dan mengadakan event – event budaya, merupakan langkah – langkah yang ditempuh sebagai pencitraan Kota Solo.

Dalam konteks ini, pemahaman proses komunikasi menurut Harold D Laswell bisa sangat membantu. Menurut Laswell, proses komunikasi bisa diringkas dalam pertanyaan-pertanyaan berikut: Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect. Dari konsepsi itu, kentara bahwa komunikasi terdiri dari beberapa elemen, yakni : (a) komunikator atau penyampai pesan; (b) pesan yang disampaikan; (c) sarana penyampaian pesan; (d) komunikan atau penerima pesan; dan (e) efek komunikasi.

Dalam tiap perancangan proses komunikasi, termasuk dalam proses mengkomunikasikan kota, bukan saja masalah esensi pesan dan sarana penyampaian pesan yang harus diperhitungkan. Penentuan secara tepat siapa komunikan dari proses komunikasi tersebut juga merupakan hal yang teramat signifikan.

Wujud utama dari komunikasi yang dipengaruhi hasrat ekonomi adalah pemasaran. Dalam ihwal kota, ia mewujudkan dalam proses marketing kota kepada turis dan investor. Tentu saja, tendensi menarik turis dan menggandeng investor bukan sebuah kesalahan. Memasarkan kota, bagaimanapun, menjadi proses yang mutlak terjadi di pelbagai kota di belahan dunia manapun. Masalahnya, keinginan memasarkan kota seharusnya tidak menjadi orientasi satu-satunya dalam mengkomunikasikan kota.

Sebagai komunikator, pemerintah kota tidak hanya berhadapan dengan turis luar negeri sebagai komunikan. Warga masyarakat yang sehari-hari bergulat dalam hidup yang penuh peluh di kota, juga merupakan komunikan, bahkan komunikan utama. Mengkomunikasikan kota kepada para turis yang dalam bahasa marketing disebut sebagai “branding kota” tidak boleh menghalangi proses pengkomunikasian kota pada warga masyarakat. (Haris Firdaus (Dimuat di Suara Merdeka, 9 Juni 2009)

Mengambil pemikiran Jurgen Habermas, komunikasi seharusnya dilakukan dengan tujuan untuk membangun sikap saling mengerti dan mewujudkan sebuah konsesus tanpa dominasi. Karena itu pula, komunikasi kota seharusnya tidak semata bertendensi ekonomi tapi juga merupakan proses sosial di mana semua elemen masyarakat kota berusaha membangun sikap saling pengertian dan pemahaman bersama ihwal kota mereka.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil suatu program dimana fokus dari penelitian ini tentang bagaimana pelaksanaan pengembangan wisata dan program pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam menerapkan komunikasi pemasaran untuk obyek wisata dan event kebudayaan yang tentunya memerlukan langkah-langkah khusus dengan tujuan – tujuan tertentu yang pada akhirnya

bermuara pada kembalinya citra Kota Solo sebagai kota budaya. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata merupakan langkah awal Pemerintah Kota Surakarta dalam melakukan serangkaian kegiatan upaya pelaksanaan pengembangan wisata yang moderen.

Berdasarkan dari pemaparan fenomena permasalahan dalam pengembangan di bidang pariwisata yang terkait dengan kondisi di Kota Bengawan Surakarta di atas, maka dalam penelitian ini pembahasannya menggunakan landasan teori yang terkait dengan pelaksanaan pengembangan pariwisata yang telah peneliti kemukakan di atas, maka peneliti menggunakan acuan teori George C Edward III, dalam pendekatan teori tersebut terdapat empat variabel yang menjelaskan bahwa pelaksanaan pengembangan akan berhasil apabila keempat faktor kritis yang dimaksud dan mendukung adalah : Komunikasi, Sumberdaya, Disposisi, dan Struktur birokrasi. (George C. Edward III, 1990,149-154.)

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Melalui metode deskriptif akan diketahui gambaran ilmiah yang menjelaskan tentang pelaksanaan pengembangan wisata di Kota Bengawan Surakarta sebagai destinasi wisata. Alasan lainnya peneliti bahwa Kota Bengawan Surakarta menawarkan beberapa keindahan wisata alamnya secara analogis bisa untuk refreking dan berkreasi dengan keluarga setelah sepekan bekerja.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen utama, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif menekan pada makna (Sugiyono, 2008: 205). Pada dasarnya penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian yang merujuk pada objek dan fenomena yang terjadi secara alami. Adapun data yang akan diperoleh akan bersifat deskriptif karena menggunakan pendekatan induktif.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan induktif dimana peneliti melakukan pengamatan atas permasalahan kebijakan perlindungan dan pelestarian alam, budaya dan sosial ekonomi, serta benda-benda peninggalan sejarah yang ada di Kota Bengawan Surakarta. Kemudian menarik kesimpulan secara umum dengan dukungan dari beberapa informasi, sehingga data yang akan diperoleh akan bersifat deskriptif.

Kemudian, penentuan lokasi suatu penelitian dimaksudkan untuk mempersempit ruang lingkup pembahasan sekaligus untuk mempertajam fenomena pariwisata yang ingin dikaji. Pendekatan ini cocok untuk meneliti tentang pelaksanaan pengembangan dalam pelestarian alam wisata, serta cagar budaya maupun situs yang ditemukan diberbagai wilayah Kota Surakarta. Penelitian ini dilaksanakan dengan menganalisis data yang diperoleh dari wawancara, dokumentasi, dan observasi langsung di lapangan.

Sedangkan unit analisisnya berupa benda, personal dinas pariwisata, peneliti akan memfokuskan penelitian pada dialog/wawancara dengan petugas dinas yang terkait dengan bidang kepariwisataan, wujud tindakan, setting, ilustrasi yang terdapat lokasi wisata dengan mengetahui makna pesan apa yang terkandung dalam benda, situasi kondisi alam dan lingkungan tersebut. Dengan dibatasi pada subyek yang dikaji, diharapkan nantinya

tidak akan melebar pada persoalan-persoalan yang jauh dari subyek-subyek tersebut. Selain itu, pentingnya penentuan unit analisis ini, agar validitas reabilitas dapat terjaga.

Pada penelitian kualitatif pengumpulan data menggunakan sumber data primer dan data sekunder, pengumplan data primer dilakukan dengan wawancara terhadap informan (Sugiyono,2005:171). Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Oleh karena itu seorang informan harus benar-benar tahu atau pelaku yang terlibat langsung dengan permasalahan penelitian. Memilih seorang informan harus dilihat kompetensinya bukan hanya sekedar untuk menghadirkannya. Untuk penelitian ini, informan yang digunakan adalah dari pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yaitu Seksi Promosi dan Informasi Wisata dan Bidang Umum sebagai Data Sekunder yang berjumlah 3 orang. Sedangkan Data Premier diperoleh dari berbagai laporan, undang – undang, peraturan dan pelaku kegiatan budaya yang terlibat, yang disini peneliti mengambil data tersebut dari Masyarakat (para pelaku wisata, yakni pedagang atau pengemudi transportasi umum, karyawan hotel, karyawan restoran), dan Wisatawan yang yan semuanya berjumlah 7 orang. Serta bebrapa arsip dan dokumen resmi yang bersangkutan dengan Kebudayaan dan Pariwisata kota Surakarta semuanya berjumlah 8 orang. Serta bebrapa arsip dan dokumen resmi yang bersangkutan dengan Kebudayaan dan Pariwisata kota Surakarta.

Sumber utama dalam penelitian kualitatif ialah kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lainnya. Menurut Sugiyono (2013: 137), sumber data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari setting-nya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (natural setting), Sumber data penelitian ini merupakan sumber data primer dan sumber data sekunder yang dapat menjelaskan informasi yang diperlukan dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data observasi ini dilakukan karena dalam penelitian ini dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala dalam obyek penelitian. Observasi memungkinkan merefleksikan dan bersikap introspektif terhadap penelitian yang dilakukan, dan akan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang konteks dalam hal yang diteliti akan atau yang sedang terjadi.

Selanjutnya dilakukan wawancara, yang dilengkapi dengan menyantumkan isu-isu yang harus diliput tanpa menemukan urutan pertanyaan, bahkan mungkin tidak terbentuk pertanyaan yang eksplisit. Dengan pedoman peneliti harus memikirkan bagaimana pertanyaan tersebut akan dijabarkan secara konkrit dalam kalimat tanya dan sekaligus menyesuaikan dengan konteks actual saat wawancara berlangsung. Disamping itu disertai dengan mengumpulkan data dari dokumentasi yang terkait dengan fenomena kepariwisataan.

Berikut dalam penggunaan teknik analisa data adalah suatu teknik menyeleksi, mengorganisasikan dan menganalisis data sehingga menghasilkan data yang obyektif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisa data model interaktif, dimana untuk menganalisis serta menggunakan tiga komponen analisis yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan.

Data reduksi merupakan seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data kasar (data dari hasil wawancara) yang ada di lapangan. Proses reduksi data ini berlangsung terus menerus selama pelaksanaan penelitian sampai pada laporan akhir. Reduksi data yang dilakukan merupakan bagian analisis yang mempertegas, memperpendek,

membuat focus dan membuang hal-hal yang tidak penting serta mengatur data sedemikian rupa sehingga kesimpulan kahir dapat dilakukan.

Sebelum memasuki tahap analisa data, data yang telah berhasil digali harus diusahakan kemantapan dan kebenarannya. Sehingga dapat dikembangkan validitas datanya. Sebab dalam memandang suatu benda, bilamana hanya memakai satu perspektif maka hanya akan melihat satu bentuk. Jika benda tersebut dilihat dari beberapa perspektif yang berbeda, maka dari setiap hasil pandangan akan menemukan bentuk yang berbeda dengan bentuk yang dihasilkan dari pandangan lain. Selanjutnya, setelah data yang terkumpul telah dibandingkan sehingga teruji kebenarannya dengan data lainnya, maka peneliti bisa masuk ke tahap analisa data berikutnya yaitu sajian data. Sajian data adalah suatu rakitan organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan data dilakukan. Pada bagian ini informasi-informasi yang telah diperoleh selama penelitian dirakit untuk mempermudah dalam penarikan kesimpulan.

Langkah berikutnya yaitu dengan Teknik validasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik triangulasi data. Teknik triangulasi data menurut (Gunawan, 2014, 217) merujuk pada penggabungan berbagai metode dalam suatu kajian tentang satu gejala tertentu. Keandalan dan kesahian data dijamin dengan membandingkan data yang diperoleh dari sumber atau metode lain. Konsep ini dilandasi asumsi bahwa setiap bias (kesalahan yang konsisten dalam memperkirakan sebuah nilai) yang inheren (menjelaskan) dalam sumber data, peneliti, metode tertentu, akan dinetralkan oleh sumber data, peneliti atau sumber lainnya.

Triangulasi, data atau informasi dari satu pihak harus dicek kebenarannya dengan cara memperoleh data itu dari sumber lain, misalnya dari pihak kedua, ketiga dan seterusnya dengan menggunakan metode yang berbeda-beda. Tujuannya ialah membandingkan informasi tentang hal yang sama yang diperoleh dari berbagai pihak, agar ada jaminan tentang tingkat kepercayaan data, cara tersebut untuk mencegah bahaya yang subjektif atau sesuatu yang tidak diharapkan tentang kesesuaian data.

DISKUSI

1. Komunikasi

Komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana kebijakan Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo mensosialisasikan tentang kebijakan dinas pariwisata dalam pelaksanaan pengembangan Objek wisata khususnya Objek wisata di wilayah Kota Bengawan Surakarata kepada masyarakat dan pengunjung objek wisata, sebagai instansi yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam pengembangan wilayah-wilayah yang mempunyai nilai wisata, kegiatan promosi tentunya salahsatu langkah dari bagian pengembangan suatu daerah. Pada bagian selanjutnya akan dibahas mengenai 3 indikator komunikasi yaitu: transmisi, kejelasan komunikasi dan model komunikasi.

a. Transmisi komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses penyaluran informasi mengenai suatu hal dari Kepala Dinas Pariwisata kekepala bidang bagian pariwisata dan kepada masyarakat. Dalam hal pelaksanaan pengembangan objek wisata, transmisi komunikasi disalurkan melalui proses penyaluran informasi dari Kepala Dinas Pariwisata kepada Kepala Bagian melalui rapat koordinasi antar bidang.

Sosialisasi dalam pengembangan objek wisata berwawasan lingkungan kepada masyarakat dilakukan di setiap kawasan wisata termasuk kawasan wisata Taman Balekambang adalah taman yang dibangun oleh KGPAA Mangkunegara VII untuk kedua

putrinya, yaitu GRAY Partini dan GRAY Partinah, Bengawan Solo di kawasan Jurug, Surakarta. Oleh karena itu, dua patung dari putri ini juga diletakkan di Kawasan Strategis Pariwisata Kampung Batik Laweyan, Kawasan Strategis Jurug, Kawasan Strategis Pariwisata Budaya dan Pendidikan dan Kawasan Strategis Pariwisata Perdagangan dan Jasa Solo bagian Utara dalam taman(Wikipedia), sosialisasi secara tidak langsung seperti pemanfaatan pamflet, baliho dan sebagainya, sehingga informasi yang didapatkan oleh masyarakat kurang maksimal. Kraton Surakarta Hadinngrat, bangunan bersejarah Surakarta, Jawa Tengah. Oleh karena itu Dinas Pariwisata sebaiknya melakukan sosialisasi secara langsung dengan rutin/ terus-menerus kepada masyarakat.

b. Kejelasan informasi berperan penting dalam menunjang kelancaran informasi antara Kepala Dinas Pariwisata selaku pembuat kebijakan dan bagian-bagiannya serta masyarakat selaku pelaksana kebijakan. Sosialisasi promosi wisata dalam rangka pelaksanaan pengembangan objek wisat berpengaruh kepada kemampuan Dinas Pariwisata dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, Dari sisi komunikasi pemasaran, Solo diuntungkan karena Pemerintah Pusat menetapkan Jogja-Solo-Semarang (Joglosemar) sebagai salah satu dari 10 kawasan pariwisata yang diprioritaskan,” terangnya saat dihubungi Solopos.com via ponsel, Kamis. bahwa yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Surakarta tidak lepas dari lingkup promosi.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Surakarta juga meluncurkan sebuah program baru bernama Jangkar Sangseni Sura. Program ini merupakan sebuah aplikasi yang bertujuan untuk memberikan kemudahan akses informasi soal keberadaan sanggar seni di Kota Surakarta. Melalui aplikasi tersebut, masyarakat bisa mengetahui letak sanggar-sanggar seni yang hendak dituju, lengkap bersama profil dan capaian-capaian suatu sanggar ini di bidang kesenian. Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata, Dinas Pariwisata Kota Solo, Tuti Orbawati menilai keberadaan pelaku seni dan ruang kreatif itu memiliki keterkaitan yang akhirnya mampu menjadi daya tarik baru untuk sektor kepariwisataan. Sejak lama pemkot melakukan pendekatan tersebut, hasilnya beberapa giat kepariwisataan dalam skala besar mulai menjadi agenda rutin. Jika dijabarkan berbagai isinya merupakan berbagai giat seni budaya dan ruang kreatif.

c. Model komunikasi Dinas Pariwisata dan kebudayaan dalam mengkomunikasikan objek wisata yang ada di Kota Bengawan Surakarta, meliputi:

1. Promosi dalam bentuk Personal selling, yaitu berkomunikasi langsung tatap muka antara Dinas Pariwisata kepada wisatawan guna membentuk pemahaman terhadap objek wisata seperti pameran dan event, pameran biasanya diadakan sendiri maupun mengikuti pameran di daerah lain.

2. Iklan, merupakan bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi tentang keunggulan suatu objek wisata yang ada di Kota Bengawan Surakarta, telah disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan dan melakukan kunjungan.

3. Direct marketing bauran promosi yang bersifat melakukan sosialisasi secara langsung dengan rutin/ terus-menerus kepada masyarakat. Kejelasan informasi berperan penting dalam menunjang kelancaran informasi antara Kepala Dinas Pariwisata selaku pembuat kebijakan dan bagian-bagiannya serta masyarakat selaku pelaksana kebijakan. Sosialisasi promosi wisata dalam rangka pengembangan objek wisata berwawasan lingkungan sangat berpengaruh kepada kemampuan Dinas Pariwisata dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, Komunikasi merupakan faktor penting berjalannya organisasi/ lembaga termasuk sosialisasi visi misi, strategi dan operasional

Dinas Pariwisata Kota Surakarta. Komunikasi sebagai penghubung antara pemangku kebijakan dan pelaksana kebijakan baik itu antar lembaga pemerintah dengan lembaga lain seperti dunia usaha pariwisata atau masyarakat, demikian juga untuk menjalin interaksi personal antar pelaku-pelaku pariwisata dalam menyatakan keinginan dan rencana pelaksanaan program pariwisata. Termasuk untuk memaksimalkan implementasi potensi pariwisata sebagai penggerak pemerataan dan peningkatan pembangunan.

Kepala Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif, Dinas Pariwisata Kota Surakarta. Menurut dia, optimalisasi ruang kreatif ini penting dilakukan, mengingat minimnya sumber daya alam di kota Solo. Oleh sebab itu, satu-satunya hal yang bisa dimaksimalkan adalah pendekatan dari segi SDM melalui seni tradisi dan budaya di masyarakat. Tujuannya jelas untuk mengarahkan pemanfaatan ruang kreatif sebagai penopang pertumbuhan dan perkembangan ekonomi kreatif di kota Solo. Salah satu contoh seperti pemanfaatan Pendapa Kelurahan Mangkubumen untuk kegiatan seni dan ekonomi kreatif masyarakat,” beber dia.

2. Sumber Daya.

Sumber daya adalah perangkat mutlak dalam kebijakan pelaksanaan pengembangan pariwisata pada Dinas Pariwisata Kota Surakarta membutuhkan sumber daya yang mencukupi dan memadai baik dari segi kualitas dan kuantitasnya yang terkait dengan ketrampilan, dedikasi, profesionalitas dan kompetensi dibidang pariwisata. Namun masalah utamanya sering terletak pada perhatian dan komitmen (dedikasi dan profesionalitas) sumber daya manusia yang terlibat.

Dalam pelaksanaannya yang maksimal atau efektif dan efisien mengindikasikan perlunya sumber daya yang cukup memadai. Kurangnya perhatian dan komitmen pegawai dalam kaitannya dengan implementasi kebijakan pariwisata mengindikasikan terbatasnya sumber daya baik SDM maupun sumber dana.

Komitmen, loyalitas dan profesionalisme pegawai Dinas Pariwisata serta instansi lain perlu ditingkatkan agar mampu mengimplementasikan kebijakan pariwisata sebagai kekuatan pendorong pembangunan yang lain karena sumber daya yang lain seperti anggaran, fasilitas dan yang lainnya hanya merupakan penunjang sekalipun juga penting, namun yang terpenting adalah sumber daya manusia itu sendiri.

Terdapat kecenderungan dimana ada banyak pegawai lebih nyaman duduk-duduk saja ketika hari-hari kerja, kurang inisiatif yang muncul dari mereka kecuali pada saat mendapat instruksi dari pimpinan untuk melaksanakan kegiatan. Serta minimnya perhatian dan komitmen pegawai terhadap tugas dan tanggung jawabnya yang merupakan indikator yang berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada lingkungan Dinas.

Selain itu kurangnya pembekalan melalui program orientasi dan pelatihan tentang peran dan tanggung jawab yang diberikan kepada pegawai berkaitan dengan pengembangan pariwisata. Disamping itu sering kali ketika ada instruksi kepada pegawai mengenai hal-hal yang berhubungan dengan pariwisata, pegawai kurang memahami sehingga tidak dapat dilakukan dengan baik.

Ini semakin bertambah rumit dengan kurangnya kompetensi yang dimiliki oleh pegawai, tidak hanya itu bahkan komitmen dari pegawai dalam pelaksanaan Renstra pun sangat rendah. Apabila SDM dilatih dan menguasai pekerjaannya, mereka akan mampu berkontribusi positif dalam merealisasi tanggung jawab dan mengembangkan tugas dan kewajiban yang akan mendukung kelancaran pelaksanaan dan pencapaian tujuan Dinas Pariwisata Kota Surakarta.

Setiap tahap pelaksanaan menuntut adanya sumber daya manusia yang berkualitas sesuai dengan pekerjaan yang diisyaratkan oleh kebijakan yang telah ditetapkan secara politik. Selain sumber daya manusia, sumber daya finansial dan waktu menjadi perhitungan penting dalam keberhasilan implementasi kebijakan. (Van Meter dan Van Horn dalam Agustino, 2006:162). Dinas Pariwisata Kota Surakarta sebagai ujung tombak/leading sektor kurang memperhatikan penerimaan disposisi atau instruksi dari atasan, dan pegawai kurang memahami apa yang hendak dilakukan atau yang dimaksudkan, maka dapat dipastikan bahwa implementasi kebijakan pariwisata tidak akan berhasil, apabila masalah ini yang tergambar dalam hubungan-hubungan yang terjalin diantara perumus kebijakan pariwisata dan pelaksana kebijakan di Kota Surakarta tidak dalam satu pemikiran.

3. Disposisi

Disposisi dalam pelaksanaan kebijakan diawali penyaringan (befiltered) lebih dahulu melalui persepsi dari pelaksana (implementors) dalam batas mana kebijakan itu dilaksanakan. Terdapat tiga macam elemen respon yang dapat mempengaruhi kemampuan dan kemauannya untuk melaksanakan suatu kebijakan, antara lain terdiri dari pertama, pengetahuan (cognition), pemahaman dan pendalaman (comprehension and understanding) terhadap kebijakan, kedua, arah respon mereka apakah menerima, netral atau menolak (acceptance, neutrality, and rejection), dan ketiga, intensitas terhadap kebijakan. (Van Meter dan Van Horn dalam Agustino, 2006:163).

Pelaksanaan pengembangan wisata di Kota Surakarta, sebagaimana dikemukakan oleh informan penelitian melalui wawancara menjelaskan bahwa sesuai pengamatan peneliti dilapangan maka dapat dikatakan belum optimal hal ini dikarenakan implementasi kebijakan pariwisata belum mencerminkan political will karena pemerintah tidak menindak lanjuti rencana pengembangan pariwisata (grand design) yang telah disusun para pengelola pariwisata, dan masyarakat belum menggantungkan mata pencahariannya kepada sektor pariwisata, minimnya rasa memiliki dan usaha untuk menciptakan kreatifitas, minimnya koordinasi dengan para pemangku adat dan budaya, serta masyarakat dan pemilik wisata.

4. Struktur Birokrasi

Selama ini pemerintah Kota Surakarta kurang menjabarkan tupoksi dan struktur birokrasi antarinstansi atau antarlembaga secara integral sehingga mencegah terjadinya tumpang tindih kewenangan yang cenderung ego sektoral. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa untuk menjabarkan hubungan dan koordinasi antar instansi mengindikasikan perlunya SOP yang integral dan holistik untuk dijadikan sebagai pedoman dan acuan setiap instansi menjabarkan tupoksi yang dimiliki berkaitan dengan upaya pengembangan pariwisata di wilayah Kota Bengawan Surakarta.

Sebagaimana Suwitri (2008:261), menjelaskan istilah "Implementing Organization" maksudnya birokrasi pemerintah yang mempunyai tanggung jawab dalam melaksanakan kebijakan publik yang telah ditetapkan. Senada dengan itu Tachjan (2006:27), menjelaskan birokrasi ini memegang peran dominan dalam implementasi program dan kebijakan. Dengan demikian dapat diketahui bahwa peran pemerintah sangat penting dalam melaksanakan suatu kebijakan karena pemerintah memiliki akses untuk melakukan komunikasi dengan seluruh elemen yang berkaitan dengan kebijakan yang akan di laksanakan.

Struktur birokrasi belum terkoordinasi dengan baik dalam menjalankan tugas untuk menopang pengembangan pariwisata di Kota Surakarta, baik itu secara internal maupun eksternal Dinas Pariwisata Kota Surakarta, karena untuk memperoleh hasil yang maksimal seharusnya interaksi dalam struktur birokrasi lebih terpola, baik dari dalam lingkungan internal maupun luar instansi. Tata aliran pekerjaan dan garis perintah harus lebih jelas sekalipun telah tampak tetapi struktur birokrasi sering tidak berdaya karena tidak memiliki manajemen kerja dan kurang mengetahui apa yang harus dikerjakan seperti itu pula yang terjadi dalam pengembangan pariwisata yang berkarakter budaya di Kota Surakarta.

DISKUSI

Melihat secara keseluruhan uraian yang ada, maka peneliti memberikan kesimpulan bahwa Pelaksanaan Pengembangan Wisata pada Dinas Pariwisata Kota Surakarta belum optimal menerapkan empat variabel teori George Edward III dalam implementasi kebijakan pariwisata. Untuk itu perlu pembenahan dan pengembangan organisasi Dinas Pariwisata melalui perbaikan fungsi, peningkatan produktivitas dan efisiensi yang akan berimplikasi terhadap keputusan mengadakan perubahan secara kultur, sistem penugasan, dan penyesuaian program dan anggaran serta penerapan sistem teknologi komunikasi dan pemakaian sumber daya manusia yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Edward III, George C (edited),1990, Public Policy Implementing, Jai Press Inc, London England. Goggin, Malcolm L et al. 1990, hlm 149-154.
- Effendi, Onong Uchana. 1986. Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikologis. Bandung : Remadja Karya.
- Huberman, A. Michael, Matthew B. Miles. Analisis Data Kualitatif. Jakarta. Penerbit Universitas Indonesia. 1992.
- Imam Gunawan, 2014, Metode Kualitatif Teori dan Praktek, Bumi Aksara, Jakarta
- Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Jakarta : Grafiti.
- Kotler, Philip, 1996. Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan dan Pengendalian. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyadi, Rambat. Manajemen Pemasaran Jasa Teori &Praktik. Jakarta. Salemba. 2001.
- Huberman, A. Michael, Matthew B. Miles. Analisis Data Kualitatif. Jakarta. Penerbit Universitas Indonesia. 1992.
- Mulyana, Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Soewantoro, SH, Gamal. 1997. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta : Andy.
- Spillane, Dr. James J, 1994. Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan, Yogyakarta : Kanisius.
- Sutisna. 2003. Perilaku Konsumen & Komunikasi pemasaran. Bandung , Rosdakarya.
- Sugiyono, 2005, Metode Penelitian Administrasi Edisi ke 13, Alfabeta, Jakarta
- Sutopo, H. B. 2002. Metode Penelitian Kualitatif. Surakarta : Sebelas Maret University.
- Yoeti, Drs. Oka. 2003. Tours And Travel Marketing. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- (<https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri sektor/pariwisata/2010>).

<https://www.matamatapolitik.com/kunjungan-militer-fokuskan-hubungan-keamanan-indonesia-vietnam-analisis/>).
(https://id.wikipedia.org/wiki/Pariwisata_di_Indonesia, 2001-2002)