

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Pati

Banyaknya tempat wisata di Pati menjadikan Kabupaten Pati sebagai salah satu tujuan destinasi wisata masyarakat Pati dan sekitarnya. Mengingat potensi wisata di Kabupaten Pati, pembangunan pariwisata menjadi bagian dalam membangun perekonomian masyarakat Kabupaten Pati. Pembangunan pariwisata juga akan memberikan jaminan kesejahteraan bagi masyarakat Kabupaten Pati.

Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Pati (untuk selanjutnya akan disebut Dinporapar Kabupaten Pati) dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Pati Nomor 13 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah. Kewenangan Dinporapar Kabupaten Pati diatur dalam Peraturan Bupati Nomor 44 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Pati. Dinporapar Kabupaten Pati dalam melaksanakan kewenangannya mengacu pada Perubahan Rencana Strategis yang diatur dalam Peraturan Bupati Pati Nomor 98 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Bupati Pati Nomor 34 Tahun 2018 tentang Rencana Strategis Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pati Tahun 2017-2022. Kedudukan Dinporapar Kabupaten Pati merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan di bidang kepemudaan, olahraga, dan pariwisata, yang dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggungjawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.¹ Adapun tugas Dinporapar Kabupaten Pati adalah sebagai berikut.

¹ Dokumentasi Arsip, 'Data Renstra Dinporapar Kabupaten Pati', 12 Agustus 2024.

- a. Tugas Bidang Kepemudaan
Menyiapkan perumusan kebijakan teknis, pembinaan, pelaksanaan dan pengelolaan kegiatan pengembangan dan pemberdayaan pemuda, dan kegiatan pengembangan dan pemberdayaan lembaga kepemudaan.
 - b. Tugas Bidang Keolahragaan
Menyiapkan perumusan kebijakan umum dan teknis, pembinaan, pelaksanaan dan pengelolaan kegiatan pembinaan olahraga pendidikan dan rekreasi, dan kegiatan pembinaan olahraga prestasi.
 - c. Tugas Bidang Destinasi Peasaran
Menyiapkan perumusan kebijakan teknis, pembinaan, pelaksanaan dan pengelolaan kegiatan pengelolaan daya tarik wisata, dan kegiatan pengembangan sumber daya pariwisata.
 - d. Tugas Bidang Pemasaran Pariwisata
Menyiapkan perumusan kebijakan teknis, pembinaan, pelaksanaan dan pengelolaan kegiatan promosi pariwisata, dan kegiatan pengembangan ekonomi kreatif.
- 2. Fungsi Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Pati**

Berikut adalah beberapa fungsi yang dimiliki Dinporapar Kabupaten Pati.

- a. Perumusan kebijakan urusan pemerintahan daerah bidang kepemudaan, bidang keolahragaan dan bidang pariwisata.
- b. Pelaksanaan kebijakan urusan pemerintahan daerah bidang kepemudaan, bidang keolahragaan, bidang pariwisata.
- c. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan urusan pemerintahan daerah bidang kepemudaan, bidang keolahragaan, bidang pariwisata.
- d. Pelaksanaan administrasi urusan pemerintahan daerah bidang kepemudaan, bidang keolahragaan, bidang pariwisata.
- e. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya.²

² <https://dinporapar.patikab.go.id/halaman/detail/profil-dinas-kepemudaanolahraga-dan-pariwisata> diakses pada 16 Agustus 2024.

3. Letak Geografis Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Pati

Dinporapar Kabupaten Pati merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan di bidang kepemudaan, olahraga, dan pariwisata yang berkantor di Jl. Panglima Sudirman No. 12 Pati 59113, telp. (0295) 385457, 385651. Adapun media yang dapat dihubungi adalah sebagai berikut.

- a. *e-Mail* : Dinporapar@patikab.go.id
- b. *Website* : Dinporapar.patikab.go.id
- c. *Instagram* : @Dinporapar.pati, @olahragapati, @pemuda_pati
- d. *Facebook* : Tic Pati

4. Visi dan Misi Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Pati

Visi dari Dinporapar Kabupaten Pati adalah “Meningkatnya Kesejahteraan Masyarakat dan Pelayanan Publik”. Untuk misi Dinporapar Kabupaten Pati adalah sebagai berikut.

- a. Meningkatkan akhlak, budi pekerti sesuai budaya dan kearifan lokal (pendidikan akhlak dan budi pekerti).
- b. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui peningkatan pelayanan pendidikan dan kesehatan (pendidikan dan kesehatan).
- c. Meningkatkan pemberdayaan masyarakat sebagai upaya pengentasan kemiskinan (pengentasan kemiskinan).
- d. Meningkatkan tata kelola pemerintahan yang akuntabel dan mengutamakan pelayanan publik (tata kelola pemerintahan yang baik).
- e. Meningkatkan pemberdayaan UMKM dan pengusaha, membuka peluang investasi, dan memperluas lapangan kerja (lapangan kerja).
- f. Meningkatkan daya saing daerah dan pertumbuhan ekonomi daerah berbasis pertanian, perdagangan dan industri (daya saing daerah dan pertumbuhan ekonomi).

- g. Meningkatkan pembangunan infrastruktur daerah, mendukung pengembangan ekonomi daerah (infrastruktur daerah).
 - h. Meningkatkan kualitas lingkungan hidup guna mendukung pembangunan yang berkelanjutan (lingkungan hidup).
- 5. Tugas, Fungsi, dan Struktur Organisasi Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Pati**

Dinporapar Kabupaten Pati sebagai unsur pelaksanaan teknis Pemerintah Daerah mempunyai struktur organisasi yang terdiri atas beberapa bagian berikut.³

- a. Kepala Dinas
- b. Sekretariat
 - 1) Sub Bagian Program dan Keuangan
 - 2) Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
- c. Bidang Kepemudaan
 - 1) Seksi Pengembangan dan Pemberdayaan Pemuda
 - 2) Seksi Pengembangan dan Pemberdayaan Lembaga Kepemudaan
- d. Bidang Keolahragaan
 - 1) Seksi Pembinaan Olahraga Pendidikan dan Rekreasi
 - 2) Seksi Pembinaan Olahraga Prestasi
- e. Bidang Destinasi Pariwisata
 - 1) Seksi Pengelolaan Daya Tarik Wisata
 - 2) Seksi Pengembangan Sumber Daya Pariwisata
- f. Bidang Pemasaran Pariwisata
 - 1) Seksi Promosi Pariwisata
 - 2) Seksi Pengembangan Ekonomi Kreatif
- g. Kelompok Jabatan Fungsional
- h. Unit Pelaksana Teknis Dinas

³ <https://dinporapar.patikab.go.id/halaman/detail/profil-dinas-kepemudaanolahraga-dan-pariwisata> diakses pada 16 Agustus 2024.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinporapar Kabupaten Pati⁴



Renstra Dinporapar Kab. Pati Tahun 2017-2022

8

Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan di bidang Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata. Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata dalam menjalankan tugasnya mempunyai fungsi:

- a. perumusan kebijakan urusan pemerintahan daerah bidang kepemudaan, bidang keolahragaan dan bidang pariwisata;
- b. pelaksanaan kebijakan urusan pemerintahan daerah bidang kepemudaan, bidang keolahragaan dan bidang pariwisata;
- c. pelaksanaan evaluasi dan pelaporan urusan pemerintahan daerah bidang kepemudaan, bidang keolahragaan dan bidang pariwisata;
- d. pelaksanaan administrasi urusan pemerintahan daerah bidang kepemudaan, bidang keolahragaan dan bidang pariwisata; dan
- e. pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh bupati terkait tugas dan fungsinya.

⁴ Dokumentasi Arsip, 'Data Renstra Dinporapar Kabupaten Pati', 12 Agustus 2024.

Kewenangan bidang Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata sesuai dengan Peraturan Bupati Pati Nomor 44 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, dan Fungsi, serta Tata Kerja Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata, meliputi beberapa hal berikut.⁵

- 1) Kepala Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga mempunyai rincian tugas sebagai berikut.
 - a) Merumuskan dan menetapkan program dan rencana kerja serta rencana kegiatan urusan Pemerintahan Daerah bidang Kepemudaan, bidang Keolahragaan dan bidang Pariwisata sebagai pedoman pelaksanaan tugas.
 - b) Menelaah dan mengkaji peraturan perundang-undangan, petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis urusan Pemerintahan Daerah bidang Kepemudaan, bidang Keolahragaan dan bidang Pariwisata guna pedoman pelaksanaan tugas.
 - c) Membina, mengarahkan, dan memberi petunjuk kebijakan urusan Pemerintahan Daerah bidang Kepemudaan, bidang Keolahragaan dan bidang Pariwisata, serta mendistribusikan tugas kepada bawahan sesuai tugas pokok dan fungsinya agar tugas-tugas dapat diselesaikan dengan tepat, efektif, dan efisien.
 - d) Menyelenggarakan koordinasi baik vertikal maupun horizontal guna sinkronisasi dan kelancaran pelaksanaan tugas.
 - e) Merumuskan kebijakan teknis urusan Pemerintahan Daerah bidang Kepemudaan, bidang Keolahragaan dan bidang Pariwisata sesuai dengan petunjuk teknis dan ketentuan yang berlaku sebagai pedoman pelaksanaan tugas.
 - f) Mengkoordinasikan pelaksanaan program urusan Pemerintahan Daerah bidang Kepemudaan, bidang Keolahragaan dan bidang Pariwisata secara berkala

⁵ Dokumentasi Arsip, 'Data Renstra Dinporapar Kabupaten Pati', 12 Agustus 2024.

sesuai dengan bidang permasalahan guna terwujudnya keterpaduan pelaksanaan tugas.

- g) Menyelenggarakan kegiatan urusan Pemerintahan Daerah bidang Kepemudaan, bidang Keolahragaan dan bidang Pariwisata sesuai dengan petunjuk teknis dan ketentuan yang berlaku guna kelancaran pelaksanaan tugas.
 - h) Menyelenggarakan pembinaan dan fasilitasi urusan Pemerintahan Daerah bidang Kepemudaan, bidang Keolahragaan dan bidang Pariwisata sesuai ketentuan yang berlaku guna terwujudnya sinkronisasi pelaksanaan tugas.
 - i) Menyelenggarakan pemantauan, evaluasi dan pelaporan urusan Pemerintahan bidang Kepemudaan, bidang Keolahragaan dan bidang Pariwisata sesuai dengan ketentuan secara berkala sebagai bahan kebijakan lebih lanjut.
 - j) Mengarahkan dan mengendalikan pelaksanaan program kesekretariatan, bidang Kepemudaan, bidang Keolahragaan, bidang Destinasi Pariwisata, bidang Pemasaran Pariwisata sesuai dengan ketentuan yang berlaku agar terkendali dalam penyelenggaraan kegiatan.
 - k) Mengevaluasi dan menilai prestasi kerja bawahan berdasarkan sasaran kerja pegawai dan perilaku kerja sesuai ketentuan dalam rangka peningkatan karier, pemberian penghargaan dan sanksi.
 - l) Melaporkan pelaksanaan program dan kegiatan urusan Pemerintahan Daerah bidang Kepemudaan, bidang Keolahragaan dan bidang Pariwisata baik secara lisan maupun tertulis kepada Bupati sebagai wujud akuntabilitas dan transparansi pelaksanaan tugas.
 - m) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh pimpinan, baik lisan maupun tertulis.
- 2) Sekretariat mempunyai tugas pokok menyiapkan perumusan teknis, pembinaan dan pelaksanaan program keuangan, umum dan kepegawaian, hukum, hubungan masyarakat dan

organisasi, serta pengoordinasian perencanaan dan pelaporan bidang di lingkungan Dinas. Sekretaris dalam menjalankan tugasnya mempunyai fungsi sebagai berikut.⁶

- a) Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan bidang umum dan kepegawaian, program dan keuangan.
- b) Pengelolaan dan pelayanan program, keuangan dan administrasi umum dan kepegawaian serta hukum, hubungan masyarakat dan organisasi untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi Dinas.
- c) Pengoordinasian pelaksanaan penyusunan program dan kegiatan di lingkungan Dinas.
- d) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Berikut rincian tugas Sekretariat Dinporapar Kabupaten Pati.

- a) Merumuskan program dan rencana kerja serta rencana kegiatan di bidang kesekretariatan sebagai pedoman kerja agar pelaksanaan program kerja sesuai dengan rencana.
- b) Mempelajari dan menelaah peraturan perundang-undangan, petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis bidang kesekretariatan.
- c) Memberi petunjuk, arahan serta membagi tugas kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas sesuai dengan ketentuan yang berlaku agar tugas-tugas dapat diselesaikan dengan tepat, efektif, dan efisien.
- d) Menyelenggarakan konsultasi dan koordinasi baik vertikal maupun horizontal guna sinkronisasi dan kelancaran pelaksanaan tugas.
- e) Merumuskan bahan kebijakan teknis kesekretariatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan di atasnya sebagai bahan kajian pimpinan.

⁶ Dokumentasi Arsip, 'Data Renstra Dinporapar Kabupaten Pati', 12 Agustus 2024.

- f) Mengarahkan dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan program, keuangan, umum dan kepegawaian berdasarkan data yang masuk dan pemantauan lapangan untuk mengetahui perkembangan serta permasalahan yang mungkin timbul.
 - g) Mengoordinasikan perencanaan program sesuai dengan ketentuan yang berlaku guna terwujudnya keterpaduan pelaksanaan tugas.
 - h) Mengoordinasikan penyusunan dan pelaksanaan anggaran/keuangan sesuai dengan ketentuan yang berlaku guna terwujudnya keterpaduan pelaksanaan tugas.
 - i) Mengoordinasikan pelayanan administrasi umum dan kepegawaian, serta pelayanan terkait hukum, hubungan masyarakat dan organisasi dinas sesuai dengan ketentuan yang berlaku guna terwujudnya keterpaduan pelaksanaan tugas.
 - j) Mengevaluasi dan menilai prestasi kerja bawahan berdasarkan sasaran kerja pegawai dan perilaku kerja sesuai ketentuan dalam rangka peningkatan karier, pemberian penghargaan dan sanksi.
 - k) Melaporkan pelaksanaan program dan kegiatan bidang kesekretariatan baik secara lisan maupun tertulis kepada atasan sebagai wujud akuntabilitas dan transparansi pelaksanaan tugas.
 - l) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh pimpinan baik lisan maupun tertulis.
- 3) Bidang Kepemudaan mempunyai tugas menyiapkan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan dan pengelolaan kegiatan Pengembangan dan Pemberdayaan Pemuda, dan kegiatan Pengembangan dan Pemberdayaan Lembaga Kepemudaan. Bidang Kepemudaan dalam menjalankan tugas mempunyai fungsi sebagai berikut.⁷

⁷ Dokumentasi Arsip, 'Data Renstra Dinporapar Kabupaten Pati', 12 Agustus 2024.

- a) Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan kegiatan Pengembangan dan Pemberdayaan Lembaga Kepemudaan.
- b) Pengelolaan dan penyelenggaraan kegiatan Pengembangan dan Pemberdayaan Pemuda, serta kegiatan Pengembangan dan Pemberdayaan Lembaga Kepemudaan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi Dinas.
- c) Pengoordinasian dan pengendalian pelaksanaan kegiatan Pengembangan dan Pemberdayaan Pemuda, dan kegiatan Pengembangan dan Pemberdayaan Lembaga Kepemudaan.
- d) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan rencana.

Berikut rincian tugas Bidang Kepemudaan Dinporapar Kabupaten Pati.

- a) Merencanakan operasional program dan rencana kerja serta rencana kegiatan di bidang Kepemudaan sebagai pedoman kerja agar pelaksanaan program kerja sesuai dengan rencana.
- b) Mempelajari dan menelaah peraturan perundang-undangan, petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis Seksi Pengembangan dan Pemberdayaan Pemuda, Seksi Pengembangan dan Pemberdayaan Lembaga Kepemudaan.
- c) Memberi petunjuk, arahan, serta membagi tugas kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas sesuai dengan ketentuan yang berlaku agar tugas-tugas dapat diselesaikan dengan tepat, efektif dan efisien.
- d) Mengoordinasikan pelaksanaan tugas bawahan sesuai ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
- e) Menyelenggarakan konsultasi dan koordinasi baik vertikal maupun horizontal guna sinkronisasi dan kelancaran pelaksanaan tugas.

- f) Merumuskan bahan kebijakan teknis Kepemudaan sebagai bahan kajian pimpinan.
 - g) Mengarahkan dan mengendalikan pelaksanaan Seksi Pengembangan dan Pemberdayaan Pemuda, Seksi Pengembangan dan Pemberdayaan Lembaga Kepemudaan berdasarkan data yang masuk dan pemantauan lapangan untuk mengetahui perkembangan serta permasalahan yang mungkin timbul.
 - h) Menyelenggarakan kegiatan Seksi Pengembangan dan Pemberdayaan Pemuda sesuai dengan petunjuk teknis serta ketentuan yang ada guna peningkatan mutu kegiatan.
 - i) Menyelenggarakan kegiatan Seksi Pengembangan dan Pemberdayaan Lembaga Kepemudaan sesuai dengan petunjuk teknis serta ketentuan yang ada guna peningkatan mutu kegiatan.
 - j) Mengevaluasi dan menilai prestasi kerja bawahan berdasarkan sasaran kerja pegawai dan perilaku kerja sesuai ketentuan dalam rangka peningkatan karier, pemberian penghargaan dan sanksi.
 - k) Melaporkan pelaksanaan program dan kegiatan bidang Kepemudaan baik secara lisan maupun tertulis kepada atasan sebagai wujud akuntabilitas dan transparansi pelaksanaan tugas.
 - l) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh pimpinan, baik lisan maupun tertulis.
- 4) Bidang Keolahragaan mempunyai tugas menyiapkan perumusan kebijakan umum dan teknis, pembinaan dan pelaksanaan dan pengelolaan kegiatan Pembinaan Olah Raga Pendidikan dan Rekreasi, serta kegiatan Pembinaan Olahraga Prestasi.⁸ Bidang Keolahragaan dalam menjalankan tugas mempunyai fungsi sebagai berikut.
- a) Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan kegiatan Pembinaan

⁸ Dokumentasi Arsip, 'Data Renstra Dinporapar Kabupaten Pati', 12 Agustus 2024.

Olahraga Pendidikan dan Rekreasi, Serta kegiatan Pembinaan Olahraga Prestasi.

- b) Pengelolaan dan penyelenggaraan kegiatan Pembinaan Olahraga Pendidikan dan Rekreasi, Serta kegiatan Pembinaan Olahraga Prestasi untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi Dinas.
- c) Memberi petunjuk, arahan, serta membagi tugas kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas sesuai dengan ketentuan yang berlaku agar tugas-tugas dapat diselesaikan dengan tepat, efektif, dan efisien.
- d) Mengoordinasikan pelaksanaan tugas bawahan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
- e) Menyelenggarakan konsultasi dan koordinasi baik vertikal maupun horizontal guna sinkronisasi dan kelancaran pelaksanaan tugas.
- f) Merumuskan bahan kebijakan teknis bidang Keolahragaan sesuai peraturan perundang-undangan sebagai bahan kajian pimpinan.
- g) Mengarahkan dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan Seksi Pembinaan Olahraga Pendidikan dan Rekreasi serta kegiatan Seksi Pembinaan Olahraga Prestasi berdasarkan data yang masuk dan pemantauan lapangan untuk mengetahui perkembangan serta permasalahan yang timbul.
- h) Menyelenggarakan kegiatan Seksi Pembinaan Olahraga Pendidikan dan Rekreasi sesuai dengan petunjuk teknis serta ketentuan yang ada guna peningkatan mutu kegiatan.
- i) Menyelenggarakan kegiatan Seksi Pembinaan Olahraga Prestasi sesuai dengan petunjuk teknis serta ketentuan yang ada guna peningkatan mutu kegiatan.
- j) Mengevaluasi dan menilai prestasi kerja bawahan berdasarkan sasaran kerja pegawai dan perilaku kerja sesuai ketentuan dalam rangka peningkatan karier, pemberian penghargaan dan sanksi.

- k) Melaporkan pelaksanaan program dan kegiatan bidang Keolahragaan baik secara lisan maupun tertulis kepada atasan sebagai wujud akuntabilitas dan transparansi pelaksanaan tugas.
 - l) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh pimpinan, baik lisan maupun tertulis.
- 5) Bidang Destinasi Pariwisata mempunyai tugas menyiapkan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan kegiatan pengelolaan daya tarik wisata, dan pengembangan sumber daya pariwisata. Bidang Destinasi Pariwisata dalam menjalankan tugas mempunyai fungsi sebagai berikut.⁹
- a) Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan kegiatan pengelolaan daya tarik wisata, dan kegiatan pengembangan sumber daya pariwisata.
 - b) Pengelolaan dan penyelenggaraan kegiatan pengelolaan daya tarik wisata, kegiatan pengembangan sumber daya pariwisata untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi Dinas.
 - c) Pengoordinasian dan pengendalian pelaksanaan kegiatan Pengelolaan Daya Tarik Wisata, Seksi Pengembangan Sumber Daya Pariwisata.
 - d) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Berikut rincian tugas Bidang Destinasi Pariwisata Dinporapar Kabupaten Pati.

- a) Merencanakan operasional program dan rencana kerja serta rencana kegiatan di bidang Destinasi Pariwisata sebagai pedoman kerja agar pelaksanaan program kerja sesuai dengan rencana.
- b) Mempelajari dan menelaah peraturan perundang-undangan, petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis Seksi Pengelolaan Daya Tarik Wisata, Seksi Pengembangan Sumber Daya Pariwisata.

⁹ Dokumentasi Arsip, 'Data Renstra Dinporapar Kabupaten Pati', 12 Agustus 2024.

- c) Memberi petunjuk, arahan, serta membagi tugas kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas sesuai dengan ketentuan yang berlaku agar tugas-tugas dapat diselesaikan dengan tepat, efektif, dan efisien.
- d) Mengoordinasikan pelaksanaan tugas bawahan sesuai ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
- e) Menyelenggarakan konsultasi dan koordinasi baik vertikal maupun horizontal guna sinkronisasi dan kelancaran pelaksanaan tugas.
- f) Merumuskan bahan kebijakan teknis bidang destinasi pariwisata sesuai peraturan perundang-undangan sebagai bahan kajian pimpinan.
- g) Mengarahkan dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan Pengelolaan Daya Tarik Wisata, Seksi Pengembangan Sumber Daya Pariwisata berdasarkan data yang masuk dan pemantauan lapangan untuk mengetahui perkembangan serta permasalahan yang mungkin timbul.
- h) Menyelenggarakan kegiatan Pengelolaan Daya Tarik Wisata, sesuai dengan petunjuk teknis serta ketentuan yang ada guna peningkatan mutu kegiatan.
- i) Menyelenggarakan kegiatan Seksi Pengembangan Sumber Daya Pariwisata sesuai dengan petunjuk teknis serta ketentuan yang ada guna peningkatan mutu kegiatan.
- j) Mengevaluasi dan menilai prestasi kerja bawahan berdasarkan sasaran kerja pegawai dan perilaku kerja sesuai ketentuan dalam rangka peningkatan karier, pemberian penghargaan dan sanksi.
- k) Melaporkan pelaksanaan program dan kegiatan destinasi pariwisata baik secara lisan maupun tertulis kepada atasan sebagai wujud akuntabilitas dan transparansi pelaksanaan tugas.
- l) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh pimpinan, baik lisan maupun tertulis.

- 6) Bidang Pemasaran Pariwisata mempunyai tugas menyiapkan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan dan pengelolaan kegiatan Promosi Pariwisata, dan Pengembangan Ekonomi Kreatif. Bidang Pemasaran Pariwisata dalam menjalankan tugas mempunyai fungsi sebagai berikut.¹⁰
- a) Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan kegiatan Promosi Pariwisata, dan Pengembangan Ekonomi Kreatif.
 - b) Pengelolaan dan penyelenggaraan kegiatan Promosi Pariwisata, serta Pengembangan Ekonomi Kreatif untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi Dinas.
 - c) Pengoordinasian dan pengendalian pelaksanaan kegiatan Promosi Pariwisata dan kegiatan Pengembangan Ekonomi Kreatif.
 - d) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Berikut rincian tugas Bidang Pemasaran Pariwisata Dinporapar Kabupaten Pati.

- a) Merencanakan operasional program dan rencana kerja serta rencana kegiatan di bidang Pemasaran Pariwisata sebagai pedoman kerja agar pelaksanaan program kerja sesuai dengan rencana.
- b) Mempelajari dan menelaah peraturan perundang-undangan, petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis Seksi Promosi Pemasaran dan Seksi Pengembangan Ekonomi Kreatif.
- c) Memberi petunjuk, arahan, serta membagi tugas kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas sesuai dengan ketentuan yang berlaku agar tugas-tugas dapat diselesaikan dengan tepat, efektif, dan efisien.

¹⁰ Dokumentasi Arsip, 'Data Renstra Dinporapar Kabupaten Pati', 12 Agustus 2024.

- d) Mengoordinasikan pelaksanaan tugas bawahan sesuai ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
- e) Menyelenggarakan konsultasi dan koordinasi baik vertikal maupun horizontal guna sinkronisasi dan kelancaran pelaksanaan tugas.
- f) Merumuskan bahan kebijakan teknis pemasaran pariwisata sesuai peraturan perundang-undangan sebagai bahan kajian pimpinan.
- g) Mengarahkan dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan seksi Promosi Pariwisata, Seksi Pengembangan Ekonomi Kreatif berdasarkan data yang masuk dan pemantauan lapangan untuk mengetahui perkembangan serta permasalahan yang mungkin timbul.
- h) Menyelenggarakan kegiatan Seksi Promosi Pariwisata sesuai dengan petunjuk teknis serta ketentuan yang ada guna peningkatan mutu kegiatan.
- i) Menyelenggarakan kegiatan Seksi Pengembangan Ekonomi Kreatif sesuai dengan petunjuk teknis serta ketentuan yang ada guna peningkatan mutu kegiatan.
- j) Mengevaluasi dan menilai prestasi kerja bawahan berdasarkan berdasarkan sasaran kerja pegawai dan perilaku kerja sesuai ketentuan dalam rangka peningkatan karier, pemberian penghargaan dan sanksi.
- k) Melaporkan pelaksanaan program dan kegiatan pemasaran pariwisata baik secara lisan maupun tertulis kepada atasan sebagai wujud akuntabilitas dan transparansi pelaksanaan tugas.
- l) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh pimpinan, baik lisan maupun tertulis.¹¹

6. Program Layanan Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Pati

Berikut adalah beberapa layanan yang dimiliki Dinporapar Kabupaten Pati.

¹¹ Dokumentasi Arsip, 'Data Renstra Dinporapar Kabupaten Pati', 12 Agustus 2024.

- a) Layanan Rekomendasi Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP)
- b) Layanan Pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)
- c) Layanan Pembentukan Desa Wisata (Deswita)
- d) Layanan Dispensasi Masuk Obyek Wisata
- e) Layanan Sewa Tanah atau Kios
- f) Layanan Sewa Penggunaan Gedung Olahraga (GOR) Pesantenan dan Stadion Joyo Kusumo
- g) Layanan Sewa Wisma Pemda
- h) Layanan Legalisasi Sertifikat atau Piagam Olahraga¹²

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Strategi Komunikasi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata (Dinporapar) dalam Mempromosikan Wisata di Kabupaten Pati

Untuk mempermudah dalam menginterpretasi variabel data dalam penelitian ini, maka dibutuhkan gambaran strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinporapar Kabupaten Pati dalam mempromosikan wisata di Kabupaten Pati. Berdasarkan hasil pengumpulan data, peneliti telah mewawancarai beberapa pihak yang kompeten dan berkepentingan untuk memenuhi data terkait aspek-aspek tersebut. Adapun hasil yang peneliti dapatkan selama proses pengumpulan data di lapangan disajikan sebagai berikut.

a. Bentuk Tahapan Strategi Komunikasi Dinporapar Kabupaten Pati

Dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Pati, Dinporapar Kabupaten Pati tentunya memiliki strategi khusus. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata Dinporapar Kabupaten Pati, yaitu narasumber MR, bahwa saat ini untuk mencapai pengembangan wisata di Kabupaten Pati, diperlukan strategi komunikasi pemasaran melalui media internet. Dinporapar Kabupaten Pati juga menetapkan komunikator dalam upaya

¹² Dokumentasi Arsip, 'Data Renstra Dinporapar Kabupaten Pati', 12 Agustus 2024.

memberikan informasi objek wisata kepada masyarakat. Khususnya terkait pemilihan komunikator yang tepat untuk mempromosikan objek wisata. Di era teknologi informasi yang semakin maju, media sosial dan media online menjadi pilihan utama dalam menyebarkan informasi, termasuk informasi mengenai pariwisata. Media sosial memungkinkan akses informasi yang cepat dan mudah, terutama karena hanya membutuhkan kuota internet, berbeda dengan media cetak yang memerlukan pembelian fisik. Namun, ada tantangan terkait validitas informasi di media online, karena banyak informasi yang beredar adalah hoaks atau tidak akurat. Oleh karena itu, sangat penting untuk berhati-hati dalam memilih sumber informasi yang dapat dipercaya.

Dalam upaya mempromosikan objek wisata di Kabupaten Pati, pemilihan komunikator yang tepat sangat penting. Salah satu komunikator utama adalah duta wisata, yang berfungsi sebagai perwakilan untuk menyampaikan pesan-pesan pariwisata kepada masyarakat atau wisatawan. Duta wisata ini dipilih melalui proses seleksi yang cermat, dari awal hingga akhir, untuk memastikan bahwa mereka dapat menyampaikan informasi dengan tepat dan efektif. Selain duta wisata, ada juga komunikator lain yang berperan dalam mempromosikan pariwisata, yakni pejabat struktural di dinas terkait (Dinporapar Kabupaten Pati). Pejabat struktural ini memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa program-program yang berkaitan dengan pariwisata dilaksanakan dengan baik dan informasi yang disampaikan kepada masyarakat adalah akurat. Proses seleksi untuk duta wisata dan komunikator lainnya dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan mereka memenuhi kualifikasi yang diperlukan. Proses ini tidak hanya melibatkan pihak internal, tetapi juga bisa melibatkan wadah masyarakat dan pimpinan daerah, yang berperan dalam memberikan arahan dan kebijakan terkait promosi pariwisata.¹³

Hal ini juga didukung oleh pernyataan dari narasumber ESN, selaku Adyatama Kepariwisata dan Ekraf Ahli Muda Dinporapar Kabupaten Pati, bahwasannya strategi komunikasi dalam promosi wisata sangat penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik

¹³ Muhammad Roni, wawancara oleh M. Khotibul Umam, 12 Agustus 2024, Pukul 09.00 WIB, wawancara 1, transkrip.

oleh audiens yang lebih luas, serta memengaruhi perilaku mereka untuk meningkatkan kunjungan wisata. Dalam konteks ini, beberapa elemen strategis perlu diperhatikan, terutama dalam penggunaan berbagai media seperti media sosial, cetak, dan alat komunikasi lainnya. Dalam menentukan tujuan dan pesan yang jelas, setiap kampanye promosi wisata harus memiliki tujuan yang spesifik dan pesan yang jelas. Pesan ini bisa beragam, mulai dari mengundang wisatawan untuk mengunjungi tempat tertentu, hingga memberikan informasi yang lebih spesifik seperti ajakan untuk menjaga kebersihan atau mengikuti protokol kesehatan.¹⁴

Pemanfaatan media sosial menjadi saluran utama dalam komunikasi modern. Platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok memungkinkan promosi wisata untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk kalangan muda yang lebih aktif di dunia digital. Penggunaan visual yang menarik (gambar atau video) yang menonjolkan keindahan tempat wisata, aktivitas menarik, atau keunikan lokal untuk menarik perhatian audiens. Di sisi lain, penggunaan hashtag yang tepat (misalnya #ExploreDestinasi atau #StaySafeTravel) akan memperluas jangkauan pesan dan membantu audiens yang mencari informasi tentang destinasi wisata tersebut. Interaksi dengan audiens juga perlu dilakukan dengan memanfaatkan fitur komentar dan *direct message* untuk menjawab pertanyaan audiens, serta melakukan interaksi yang membangun hubungan lebih dekat dengan calon wisatawan.

Meskipun media sosial sangat efektif, media cetak masih memiliki peran penting dalam komunikasi promosi wisata, terutama di tempat-tempat yang memiliki banyak pengunjung fisik seperti terminal, stasiun, atau area wisata itu sendiri. Banner, poster, dan brosur harus memiliki desain yang sederhana namun mencolok, dengan gambar yang menggugah dan pesan yang mudah dipahami. Banner dapat digunakan untuk menyampaikan informasi penting secara langsung, seperti protokol kesehatan yang harus diikuti, ajakan untuk menjaga kebersihan, atau rambu-rambu yang perlu diikuti selama berkunjung. Penempatan banner di lokasi-lokasi yang ramai atau di tempat-tempat strategis yang mudah dilihat oleh

¹⁴ Endang Susi N., wawancara oleh M. Khotibul Umam, 12 Agustus 2024, Pukul 09.30 WIB, wawancara 2, transkrip.

wisatawan, seperti pintu masuk objek wisata, stasiun kereta, dan tempat umum lainnya.

Dalam konteks pandemi atau situasi darurat lainnya, edukasi dan pengingat melalui komunikasi yang konsisten menjadi sangat penting. Banner dan poster yang berisi ajakan untuk menjaga kebersihan dapat mengingatkan pengunjung untuk selalu membuang sampah pada tempatnya dan tidak merusak alam. Misalnya, "Lestarkan Alam Kita, Jaga Kebersihan Selama Berwisata!". Selain itu di era pasca-pandemi, penting untuk menyampaikan pesan terkait pentingnya memakai masker, menjaga jarak, dan mencuci tangan. Penggunaan tanda atau stiker di tempat-tempat umum untuk mengingatkan pengunjung agar tetap mengikuti protokol kesehatan juga sangat efektif.

Penyampaian pesan influencer atau tokoh yang sudah dikenal oleh audiens dapat menjadi jembatan yang efektif dalam menyampaikan pesan promosi wisata. Mereka bisa membagikan pengalaman pribadi atau testimonial tentang kunjungan mereka ke suatu tempat wisata, yang dapat mendorong pengikut mereka untuk berkunjung. Influencer yang memiliki audiens yang relevan dengan target wisatawan, seperti mereka yang tertarik pada alam, kuliner, atau budaya lokal, dapat membantu menyebarkan pesan secara lebih otentik. Dengan membagikan kisah nyata atau testimoni dari wisatawan yang puas juga dapat meningkatkan kredibilitas dan minat pengunjung baru.

Agar komunikasi promosi lebih efektif, penting untuk menyegmentasikan audiens dan menyesuaikan pesan dengan kebutuhan atau preferensi mereka. Misalnya, pesan untuk wisatawan muda yang suka petualangan mungkin berbeda dengan pesan yang ditujukan kepada keluarga yang lebih mengutamakan kenyamanan. Fokus pada kegiatan petualangan, pengalaman seru, dan keindahan alam. Setelah kampanye promosi dilakukan, penting untuk melakukan evaluasi terhadap efektivitas strategi komunikasi yang digunakan. Alat analitik di media sosial dan survei pengunjung dapat memberikan wawasan berharga mengenai apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki. Selain itu, penting untuk terus berinteraksi dengan audiens, menyegmentasikan pesan sesuai target, dan selalu mengevaluasi dampak dari kampanye yang dilakukan untuk

mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kunjungan wisata.¹⁵

Menurut Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata Dinporapar Kabupaten Pati, yaitu narasumber MR, menjelaskan bahwasanya untuk Dinporapar Kabupaten Pati dalam proses melakukan pengembangan dan promosi wisata tidak bergerak sendirian. Ada sejumlah pihak stakeholder yang terlibat dalam kerja sama ini. Misalnya, ada BHRI, ASITA, dan POKDARWIS yang secara langsung mengelola lokasi-lokasi wisata. Dinporapar Kabupaten Pati juga bekerja sama dengan Kepala Desa, Desa Wisata, dan berbagai pihak lainnya. Dinporapar Kabupaten Pati berfungsi sebagai lembaga yang mendukung produksi masyarakat di bidang pariwisata.

Dalam hal ini Dinporapar Kabupaten Pati tidak beroperasi sebagai Dinas yang mengelola objek wisata secara langsung di lapangan. Dinporapar Kabupaten Pati bertanggung jawab dalam penyusunan kebijakan dan regulasi yang mengatur sektor pariwisata. Dinporapar Kabupaten Pati juga mengakomodasi kebutuhan anggaran untuk mendukung pengembangan pariwisata di daerah tersebut. Meskipun tidak terjun langsung mengelola destinasi wisata, Dinporapar Kabupaten Pati memastikan bahwa kebijakan, aturan, dan alokasi anggaran yang mendukung sektor pariwisata tersedia dengan baik. Dinporapar Kabupaten Pati juga bertindak sebagai penghubung antara berbagai pihak untuk memastikan sinergi yang baik dalam pengembangan dan promosi wisata.

Untuk aspek teknis di lokasi wisata, Dinporapar Kabupaten Pati akan melibatkan kelompok-kelompok yang dapat memberikan bantuan. Di lapangan terdapat POKDARWIS yaitu kelompok yang langsung terlibat dalam pengelolaan destinasi wisata di lapangan. POKDARWIS bertanggung jawab untuk memastikan bahwa objek wisata dijaga dengan baik, fasilitas di lokasi wisata tersedia dengan memadai, dan pengalaman wisatawan berjalan lancar. Adapun

¹⁵ Dinporapar Kabupaten Pati, Observasi oleh M. Khotibul Umam, 12 Agustus 2024, Pukul 09.30 WIB.

Kepala Desa dan komunitas Desa Wisata memiliki peran yang sangat penting dalam pengelolaan wisata di tingkat lokal. Mereka mengelola destinasi wisata yang ada di desa mereka, serta berkoordinasi dengan Dinporapar dan stakeholder lainnya untuk memastikan wisata yang dikelola berjalan dengan baik dan berkelanjutan. Dan juga Kepala Wisata yang ditunjuk di setiap destinasi wisata akan berfokus pada pengelolaan teknis di lapangan, seperti pengaturan operasional harian dan memastikan bahwa semua fasilitas dan kegiatan di destinasi wisata berjalan dengan baik. Selain itu, ada ASITA yang berperan dalam pengelolaan dan promosi sektor wisata, termasuk penyediaan informasi wisata dan jaringan perjalanan. ASITA bekerja sama dengan BHRI untuk memasarkan pariwisata dan membantu wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka. BHRI berperan dalam mempromosikan destinasi wisata ke audiens yang lebih luas, baik di dalam maupun luar negeri. BHRI memastikan bahwa promosi yang dilakukan efektif, menarik minat wisatawan untuk berkunjung, dan membantu mempersiapkan segala hal terkait kunjungan wisatawan.¹⁶

Untuk mencapai pengembangan dan meningkatkan nilai pariwisata di Kabupaten Pati, Dinporapar Kabupaten Pati bekerja sama dengan para stakeholder. Dinporapar Kabupaten Pati berperan sebagai pengatur kebijakan dan pengalokasi anggaran untuk sektor pariwisata, tetapi tidak bekerja sendiri dalam pengelolaan dan promosi. Kerja sama yang erat dengan berbagai stakeholder seperti BHRI, ASITA, POKDARWIS, Kepala Desa, dan Kepala Wisata sangat penting. Koordinasi yang baik antara semua pihak tersebut akan memastikan pengelolaan dan promosi wisata berjalan dengan sukses dan berdampak positif bagi perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Pati.

Narasumber MR juga menjelaskan bahwasannya Dinporapar Kabupaten Pati berperan penting dalam membangun kolaborasi dan koordinasi yang berkelanjutan antara pemerintah dan berbagai pihak stakeholder sektor pariwisata. Kolaborasi ini penting untuk memastikan pengembangan pariwisata yang terencana dan berkelanjutan, serta untuk menciptakan destinasi wisata yang dapat

¹⁶ Muhammad Roni, wawancara oleh M. Khotibul Umam, 12 Agustus 2024, Pukul 09.00 WIB, wawancara 1, transkrip.

meningkatkan daya tarik wisatawan, Kabupaten Pati memiliki banyak tempat wisata, seperti Waduk Gembong, Wisata Batik Bakaran, dan Goa Pancur, bersama dengan banyak objek wisata lainnya. Oleh karena itu, Dalam rangka pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Pati, semua pihak perlu bertanggung jawab untuk menjaga dan memperbaiki sektor pariwisata. Ini meliputi aspek pengelolaan kebersihan, kenyamanan wisatawan, dan keberlanjutan lingkungan. Pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Pati diharapkan dapat berjalan dengan baik dan berkembang lebih lanjut, agar lebih menarik wisatawan baik domestik maupun internasional. Hal ini bisa dicapai dengan perencanaan yang matang, promosi yang efektif, dan kerjasama antara pemerintah, masyarakat, dan pihak terkait lainnya.¹⁷

Dengan saling bekerja sama antara pihak pemerintah dan masyarakat, akan membantu program Dinporapar Kabupaten Pati di antaranya dalam mempromosikan wisata-wisata di Kabupaten Pati. Dalam upaya promosi, tentunya ada berbagai langkah yang perlu dilakukan. Dalam hal ini, narasumber ESN menjelaskan Dinporapar Kabupaten Pati sering memanfaatkan berbagai saluran dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Mereka menggunakan situs resmi sebagai sumber utama untuk program dan kegiatannya. Selain itu, mereka juga memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter guna menarik perhatian audiens yang lebih besar. Brosur dan pamflet disebarakan sebagai cara untuk memberikan informasi secara langsung kepada publik. Event dan pameran diadakan untuk berinteraksi secara langsung dalam penyampaian informasi kepada masyarakat.¹⁸

Dalam strategi komunikasi pemasaran wisata, Dinporapar Kabupaten Pati menggunakan berbagai media, baik media cetak maupun media *online*. Hal ini dilakukan

¹⁷ Muhammad Roni, wawancara oleh M. Khotibul Umam, 12 Agustus 2024, Pukul 09.00 WIB, wawancara 1, transkrip.

¹⁸ Endang Susi N., wawancara oleh M. Khotibul Umam, 12 Agustus 2024, Pukul 09.30 WIB, wawancara 2, transkrip.

untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas, bahwasannya keindahan destinasi wisata di Kabupaten Pati tidak kalah dengan wisata di daerah lainnya. Lebih lanjut, narasumber ESN menjelaskan bahwa, dalam menentukan atau memilih media untuk memberikan informasi kepada masyarakat, Dinporapar Kabupaten Pati terdapat beberapa langkah yang perlu dilakukan. Pertama, Identifikasi Audiens: Kenali karakteristik dan kebutuhan masyarakat yang menjadi target. Apakah mereka lebih sering menggunakan media sosial, koran, atau radio?. Kedua, Analisis Media yang Tersedia: Evaluasi berbagai jenis media yang ada, seperti media cetak, elektronik, dan digital. Pertimbangkan jangkauan, biaya, dan efektivitas masing-masing media. Ketiga, Tujuan Penyampaian Informasi: Tentukan tujuan informasi yang ingin disampaikan. Apakah untuk promosi acara, edukasi, atau peningkatan kesadaran akan potensi pariwisata?. Keempat, Konteks dan Konten: Sesuaikan konten dengan media yang dipilih. Misalnya, konten visual lebih efektif di media sosial, sementara informasi detail bisa disampaikan melalui artikel di media cetak. Kelima, Uji Coba dan Evaluasi: Lakukan uji coba dengan beberapa media dan evaluasi respons dari masyarakat. Gunakan umpan balik untuk memperbaiki strategi. Keenam, Keterlibatan Masyarakat: melibatkan masyarakat dalam proses penyampaian informasi. Misalnya, adakan diskusi atau forum untuk memahami preferensi mereka. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, Dinporapar Pati dapat memilih media yang tepat untuk menyampaikan informasi secara efektif kepada masyarakat.¹⁹

Dinporapar Kabupaten Pati dalam memilih media untuk menyampaikan informasi memiliki beberapa langkah yang harus diterapkan. Hal ini dilakukan agar dalam penyebaran informasi dapat secara efektif tersampaikan kepada masyarakat luas.

¹⁹ Endang Susi N., wawancara oleh M. Khotibul Umam, 12 Agustus 2024, Pukul 09.30 WIB, wawancara 2, transkrip.

b. Tujuan dan Sasaran dari Strategi Komunikasi Dinporapar Kabupaten Pati

Dalam pengembangan pariwisata, Dinporapar Kabupaten Pati tentu memiliki tujuan dalam melaksanakan strategi komunikasinya. Hal ini dijelaskan oleh narasumber ESN, bahwa tujuan Dinporapar Kabupaten Pati dalam menyampaikan pesan-pesan tersebut adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pariwisata dan menjaga kebersihan lingkungan. Melalui strategi komunikasi seperti media sosial dan media cetak, mereka bertujuan mengajak masyarakat berpartisipasi aktif dalam menjaga destinasi wisata. Pesan yang disampaikan, seperti pentingnya kebersihan dan mematuhi protokol kesehatan, diharapkan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Dengan demikian, diharapkan pariwisata di Kabupaten Pati dapat meningkatkan pengunjung wisata, dan tentunya dapat berkembang secara berkelanjutan.²⁰

Tabel 4.1 Data Pengunjung Wisata Kabupaten Pati²¹

No.	Nama Objek Wisata	Jumlah Pengunjung			
		2021	2022	2023	2024
Wisata Alam					
1.	Waduk Gunungrowo	15,800	50,000	48,599	39,528
2.	Waduk Seloromo	18,055	58,995	73,129	97,171
3.	Gua Pancur	1,500	6,260	6,062	6,239
4.	Gua Wareh	7,949	22,980	18,450	29,450
5.	Agrowisata Kebun Jollong	83,838	71,819	64,498	62,422
6.	Pantai Banyutowo	-	*	*	*
7.	<i>Edu Agroeduforestry Resort (EAR) Regaloh</i>	370	4,406	7,293	4,649
8.	Bukit Pandang Kayen	3,351	3,388	1,208	2,172

²⁰ Endang Susi N., wawancara oleh M. Khotibul Umam, 12 Agustus 2024, Pukul 09.30 WIB, wawancara 2, transkrip.

²¹ Dokumentasi Arsip, 'Data Renstra Dinporapar Kabupaten Pati', 12 Agustus 2024.

9.	Lorodan Semar	1,359	2,730	2,451	1,550
10	Pantai Idola	7,200	*	*	*
11.	Pantai Cinta	-	-	-	-
12.	Arga Pesona Beketel	343	*	*	*
13.	Danau Dam Tepus	256	4,468	3,922	9,292
14.	Air Terjun Sepletuk	-	-	-	-
15.	Pesona Gunungsari	941	*	*	3,689
16.	Bukit Remong Indah Medani	-	-	-	-
17.	Pantai Kertomulyo	52,441	43,131	37,703	8,875
18.	Pulau Seprapat	-	-	-	-
19	Bukit Pengusen	-	-	-	15,015
20	Pantai Mina Mangrove Tungulsari	-	-	-	-
Desal Wisaltal					
21	Desa Wisata Talun	4,783	17,995	16,438	15,822
22	Desa Wisata Bageng	3,016	4,131	3,682	4,774
23	Desa Wisata Tungulsari	83,778	216,920	88,826	49,516
24	Desa Wisata Pancasila Jrahi	18,326	16,746	29,270	52,276
25	Desa Wisata Sidomulyo	-	-	-	-
26	Desa Wisata Gulangpongge	-	-	-	-
27	Desa Wisata Sambiroto	-	-	-	-
28	Desa Wisata Mojoagung	-	-	-	-
29	Desa Wisata Kertomulyo	-	-	-	-
30	Desa Wisata Tluwuk	-	-	-	-
31	Desa Wisata Klakah Kasihan	-	-	-	-
32	Desa Wisata Pohgading	-	-	-	-
33	Desa Wisata Bakaran Wetan	-	-	-	10,340
34	Desa Wisata Pekuwon	-	-	-	-
35	Desa Wisata Kedumulyo	-	-	-	-

36	Desa Wisata Larangan	-	-	-	-
Wisatal Sejalralh					
37	Sendang Sani	2,360	4,453	3,646	3,788
38	Pintu Gerbang Majapahit	-	*	3,110	3,732
39	Petilasan Kadipaten Pesantenan	-	590	0	-
40	Situs Candi Kayen	-	10,633	*	*
41	Sendang Jibeng Prawoto	-	-	-	-
Wisatal Bualtaln					
42	Plaza Pragolo	-	*	-	-
43	Waterboom Sendang Tirta MartaSani	-	9,762	5,984	3,372
Wisatal Edukalsi					
44	Wisata Industri PT Dua Kelinci	-	*	*	*
45	Wisata Batik Pati	1,168	4,490	11,562	12,405
46	Yutaka Farm	5,042	7,879	6,929	9,847
47	TPA Sukoharjo	-	-	-	-
Wisatal Religi					
48	Makam Syekh Djangkung	89,214	186,261	199,782	199,432
49	Makam Sunan Prawoto	6,765	29,287	51,010	61,356
50	Makam Syekh Ahmad Mutammakin	3,080	65,100	158,463	151,572
51	Makam Nyai Ageng Ngerang Kec. Tambakromo	12,784	99,489	111,554	86,014
52	Makam Syekh Ronggo Kusumo Kec. Margoyoso	5,455	35,067	66,028	85,206
53	Makam Ki Ageng Ngerang	-	-	-	-
54	Punden Nyi Ageng Kenduruan	-	-	-	-
55	Punden Nyi Ageng Soponyono	-	-	-	-
Jumlah Kunjungan		429,174	1,039,013	1,019,599	1,029,504

Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pati.

Keterangan:

1. Wisata industri PT Dua Kelinci: belum menerima kunjungan/wisata industri selama pandemi sampai sekarang.
2. Data kunjungan Tahun 2023 beberapa Data Tempat Wisata 0, dikarenakan tidak memiliki pengelola.
3. Data kunjungan Event 2023 dihapuskan karena data yang diberikan tidak valid.
4. *Obyek Wisata: Pantai Banyutowo, Agrowisata Beketel, Situs Candi Kayen sudah tidak termasuk hitungan karena tidak beroperasi dan tidak ada pengelola.

Dinporapar Kabupaten Pati dalam pesan-pesan yang disampaikan melalui strategi komunikasinya bertujuan mengajak masyarakat untuk meningkatkan kesadaran pentingnya berpartisipasi aktif dalam menjaga destinasi wisata di Kabupaten Pati. Baik itu dari segi kebersihan lingkungan tempat wisata ataupun protokol kesehatan. Dengan demikian, pengunjung pariwisata di Kabupaten Pati dapat berkembang dan meningkat secara berkelanjutan. Narasumber ESN juga menjelaskan bahwa sasaran Dinporapar Kabupaten Pati dalam meningkatkan pengunjung objek wisata biasanya mencakup keluarga, pelajar, wisatawan lokal dan mancanegara, serta komunitas pecinta alam dan budaya. Dinporapar Kabupaten Pati juga berfokus pada promosi kepada generasi muda melalui media sosial dan kegiatan edukatif.²²

Dalam meningkatkan jumlah wisatawan di Kabupaten Pati, target sasaran Dinporapar Kabupaten Pati mencakup pelajar, keluarga, wisatawan lokal dan mancanegara, serta komunitas pecinta alam dan budaya. Di mana Dinporapar Kabupaten Pati berfokus pada promosi melalui media sosial dan kegiatan edukatif kepada generasi muda.

²² Endang Susi N., wawancara oleh M. Khotibul Umam, 12 Agustus 2024, Pukul 09.30 WIB, wawancara 2, transkrip.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat terhadap Upaya Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata (Dinporapar) Kabupaten Pati dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Pati

Dalam upaya mengembangkan pariwisata dan meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Kabupaten Pati, tentunya Dinporapar Kabupaten Pati akan bertemu faktor pemengaruh, baik itu faktor pendukung ataupun faktor penghambat dalam pengembangan wisata di Kabupaten Pati.

a. Faktor Pendukung

Faktor pendukung merujuk pada unsur atau kondisi yang memiliki kemampuan untuk mendukung atau mendorong perkembangan suatu kegiatan, usaha, atau produksi. Faktor pendukung dalam kegiatan strategi komunikasi pemasaran wisata yang dilakukan Dinporapar Kabupaten Pati sebagaimana yang telah dijelaskan oleh narasumber ESN, bahwa faktor pendukung Dinporapar Kabupaten Pati dalam pengembangan wisata di Kabupaten Pati ini meliputi: Pertama, tersedianya sumber daya alam (SDA) yang memadai, sumber daya alam yang melimpah dan beragam adalah salah satu faktor kunci dalam pengembangan wisata di Kabupaten Pati. Beberapa contoh SDA yang dapat dimanfaatkan untuk pariwisata antara lain: Wisata Alam, Kabupaten Pati memiliki potensi alam yang sangat besar, seperti pantai, pegunungan, dan kawasan hijau yang dapat dijadikan destinasi wisata alam. Wisata Budaya: Selain itu, keanekaragaman budaya dan tradisi lokal juga merupakan aset penting yang bisa dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Ekowisata dan Agrowisata: Kabupaten Pati juga memiliki potensi untuk mengembangkan ekowisata dan agrowisata, seperti wisata petik buah, desa wisata, dan wisata berbasis pelestarian alam yang dapat mendatangkan wisatawan. Tersedianya SDA yang memadai menjadi dasar yang sangat kuat bagi Dinporapar Kabupaten Pati untuk mengembangkan berbagai jenis destinasi wisata yang dapat menarik pengunjung baik dari dalam maupun luar daerah.

Kedua. Anggaran Pemerintah, anggaran yang cukup menjadi faktor penting dalam mendukung pengembangan destinasi wisata. Tanpa anggaran yang memadai, pengelolaan

objek wisata, promosi, perbaikan fasilitas, dan pembangunan infrastruktur tidak dapat berjalan dengan baik. Dinporapar Kabupaten Pati perlu memastikan bahwa alokasi anggaran yang ada digunakan dengan bijak untuk mendukung: Pembangunan infrastruktur wisata (jalan, fasilitas umum, tempat parkir, dll.), promosi dan pemasaran destinasi wisata, pengembangan produk wisata baru, pelatihan bagi masyarakat lokal untuk meningkatkan kualitas layanan wisata. Anggaran juga penting untuk mendukung kemitraan dengan pihak swasta dan kelompok masyarakat dalam mengembangkan potensi wisata yang ada di Kabupaten Pati.

Ketiga. Berjalannya kemitraan antara Dinporapar dengan kelompok masyarakat. Salah satu kunci sukses dalam pengembangan pariwisata adalah kemitraan yang baik antara Dinporapar dan berbagai kelompok masyarakat lokal. Beberapa contoh kemitraan yang dapat dijalin antara lain: Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), Masyarakat Lokal dan Kelompok Pengelola Wisata. Kemitraan ini sangat penting agar pariwisata tidak hanya menguntungkan pihak pemerintah, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi dan sosial kepada masyarakat lokal.

Keempat. Kemandirian masyarakat yang berdampak positif terhadap objek wisata di Kabupaten Pati, Kemandirian masyarakat dalam mengelola potensi wisata mereka sendiri juga merupakan faktor pendukung yang sangat signifikan. Ketika masyarakat lokal memiliki kemandirian dalam mengelola objek wisata, mereka akan lebih terdorong untuk berinovasi dan memberikan pelayanan terbaik, serta menjaga keberlanjutan pariwisata di daerah mereka²³

Faktor pendukung dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Pati meliputi terseedianya sumber daya alam (SDA) yang berpotensi, anggaran yang memadai untuk pengembangan dan promosi, serta kemitraan yang baik antara Dinporapar dan masyarakat. Selain itu, kemandirian masyarakat dalam mengelola wisata akan memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan objek wisata, menciptakan lapangan pekerjaan, serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal. Dengan faktor-faktor pendukung ini, sektor pariwisata di Kabupaten Pati

²³ Endang Susi N., wawancara oleh M. Khotibul Umam, 12 Agustus 2024, Pukul 09.30 WIB, wawancara 2, transkrip.

diharapkan dapat berkembang lebih baik dan memberikan manfaat jangka panjang dan akan memiliki potensi untuk meningkatkan pengunjung wisata di Kabupaten Pati.

Lebih lanjut lagi, narasumber ESN menjelaskan bahwa faktor pendukung tersebut bagi Dinporapar Kabupaten Pati memiliki peran yang sangat signifikan dalam menciptakan fasilitas lingkungan yang ramah, berkelanjutan, dan memberdayakan bagi masyarakat lokal di lingkungan objek wisata. Dedikasi dan semangat positif yang diberikan oleh masyarakat dalam menjadikan Kabupaten Pati sebagai tujuan wisata yang istimewa. Selain itu, objek wisata di Kabupaten Pati telah memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal kami. Banyak masyarakat yang mendapatkan penghasilan tambahan melalui usaha pedagang makanan, dan penyedia jasa wisata. Ini membantu memperkuat ekonomi masyarakat Kabupaten Pati secara keseluruhan.²⁴ Dengan adanya faktor pendukung, Dinporapar sebagai pelaksana pariwisata di Kabupaten Pati merasa dapat menciptakan dan memberdayakan ekonomi masyarakat lokal secara berkelanjutan.

b. Faktor Penghambat

Faktor penghambat merujuk pada elemen atau kondisi yang memiliki potensi untuk menghambat atau menghalangi jalannya suatu kegiatan, usaha, atau produksi dalam setiap usaha pengembangan, selalu ada rintangan yang bisa menghambat proses perkembangan jika tidak ditangani dengan bijaksana. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber ESN, ia menjelaskan bahwa faktor penghambat ini meliputi terbatasnya sumber daya manusia (SDM), kurangnya partisipasi masyarakat dalam pembangunan dan pengembangan wisata, dan kurangnya investor pada objek wisata. Akan tetapi, yang menjadi kendala utama adalah

²⁴ Endang Susi N., wawancara oleh M. Khotibul Umam, 12 Agustus 2024, Pukul 09.30 WIB, wawancara 2, transkrip.

kesadaran masyarakat yang masih kurang dalam pengembangan wisata.²⁵

Tingkat kesadaran dan antusiasme masyarakat Kabupaten Pati menjadi faktor penghambat dalam pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Pati, yang berdampak pada keterbatasan partisipasi masyarakat dalam prosesnya. Dinporapar Kabupaten Pati menghadapi tantangan karena keterlibatan masyarakat yang belum mencapai tingkat optimal. Sehingga hal ini mengakibatkan kekurangan sumber daya manusia yang dapat mengelola destinasi wisata di Kabupaten Pati. Lebih lanjut lagi, narasumber ESN menjelaskan bahwa destinasi wisata di Kabupaten Pati tidak akan mengalami kemajuan jika hanya mengandalkan aspek pemerintah, namun masyarakat juga dituntut berperan besar dan harus memiliki inisiatif yang tinggi dalam menjaga kawasan wisata. Oleh karena itu, pihak Dinporapar Kabupaten Pati akan mengadakan sarana edukasi kepada masyarakat kedepannya dalam hal pentingnya memelihara destinasi wisata, dan pemberdayaan masyarakat sebagai upaya guna mengembangkan SDM yang menyeluruh sebagai pengembangan pola pikir masyarakat terhadap menjaga atau mengelola destinasi wisata Kabupaten Pati secara lebih baik.²⁶ Dalam pengembangan wisata, masyarakat merupakan elemen utama, dan diakui sebagai komponen yang perlu diperbaiki dan dikembangkan agar destinasi wisata di Kabupaten Pati dapat berkembang, mengingat perkembangan SDM akan mencerminkan potensi kemajuan di dalamnya.

C. Analisis Data Penelitian

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan dengan melakukan wawancara dengan pihak Dinporapar Kabupaten Pati terkait dengan strategi komunikasi dalam mempromosikan dan

²⁵ Endang Susi N., wawancara oleh M. Khotibul Umam, 12 Agustus 2024, Pukul 09.30 WIB, wawancara 2, transkrip.

²⁶ Endang Susi N., wawancara oleh M. Khotibul Umam, 12 Agustus 2024, Pukul 09.30 WIB, wawancara 2, transkrip.

meningkatkan pengunjung wisata di Kabupaten Pati, maka diperoleh data penelitian yang selanjutnya untuk dianalisis dengan menginterpretasikan variabel-variabel data sehingga memperoleh hasil terkait dengan penelitian ini.

1. Analisis Data tentang Strategi Komunikasi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata (Dinporapar) dalam Mempromosikan Wisata di Kabupaten Pati

Kabupaten Pati merupakan salah satu dari 35 kabupaten/kota di Jawa Tengah bagian timur, terletak antara $110^{\circ} 50'$ - $111^{\circ} 15'$ Bujur Timur dan $6^{\circ} 25'$ - $7^{\circ} 00'$ Lintang Selatan. Kabupaten Pati berbatasan dengan Laut Jawa di utara, Kabupaten Rembang di timur, Kabupaten Blora dan Kabupaten Grobogan di selatan, serta Kabupaten Kudus dan Kabupaten Jepara di barat.²⁷ Pemerintah Kabupaten Pati mempunyai tekad untuk menjadikan pariwisata sebagai penopang perekonomian masyarakat yang dapat meningkatkan pendapatan asli daerah maupun kontribusi bagi peningkatan pendapatan masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah Kabupaten Pati melalui Dinporapar melakukan strategi komunikasi guna mempromosikan destinasi wisata Kabupaten Pati sebagai berikut.

a. Bentuk Tahapan Strategi Komunikasi Dinporapar Kabupaten Pati

Destinasi wisata yang dikelola oleh pemerintah Kabupaten Pati memiliki prospek yang baik dan bisa dijadikan sebagai daya tarik wisata utama serta membantu meningkatkan penghasilan di bidang pariwisata. Namun, masih diperlukan peningkatan dan perawatan fasilitas yang ada untuk meningkatkan kenyamanan bagi para pengunjung. Dalam upaya mengembangkan tempat wisata di Kabupaten Pati, Dinporapar Kabupaten Pati menyusun beberapa strategi komunikasi dalam perencanaannya sebagai berikut.

1) Menetapkan Komunikator (Duta Wisata)

Suatu daerah pasti memiliki sebuah potensi dan daya tarik wisata yang memiliki ciri khas dan perbedaan

²⁷ <https://bpbd.patikab.go.id/halaman/detail/profil-daerah> diakses Pada 1 Desember 2024.

antar daerah, hal tersebut yang membuat para wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk mengunjungi wisata tersebut. Namun, wisata yang ada di suatu daerah tidak dapat dikenal tanpa adanya peran daripada duta wisata dan strategi komunikasi dalam melaksanakan promosi potensi wisata di daerah wisata tersebut. Sehingga akan berdampak positif berupa peningkatan pada sektor ekonomi baik bagi masyarakat maupun daerah itu sendiri.²⁸

Duta wisata menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi karena itu jika suatu proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator (duta wisata), karena komunikator yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. Oleh karena itu, Seorang komunikator harus mempunyai kekuatan dalam menyampaikan pesan dan informasi sehingga pesan dan informasi yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami oleh khalayak yang pada akhirnya khalayak mau mengikuti apa yang disampaikan oleh komunikator.²⁹

Dalam upaya mengembangkan potensi wisata Kabupaten Pati, pemerintah daerah mengadakan audisi Pemilihan Mas dan Mbak Duta Wisata Kabupaten Pati. Pemilihan Mas dan Mbak Duta Wisata ini dilaksanakan pada rangkaian kegiatan peringatan HUT RI dan Hari Jadi Kabupaten Pati. *Event* ini bisa diikuti oleh pelajar SMA sederajat, mahasiswa, dan umum. Duta wisata sebagai komunikator Dinporapar Kabupaten Pati menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi. Sebagai

²⁸ Muhammad Haqqir Ridho, "Strategi Komunikasi Duta Wisata dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Gresik", (Surabaya: Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Fakultas dakwa dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018), 94-95.

²⁹ Hafied Changara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), 108.

pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, duta wisata memegang peranan yang sangat penting, di mana duta wisata akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program yang harus terampil berkomunikasi, kaya ide, dan penuh daya kreativitas. Selain itu, Dinporapar juga mengadakan kegiatan *Pati Tourism Expo* yang biasanya berlokasi di Pasar Pragolo Pati. Kegiatan ini mempunyai tujuan untuk menarik wisatawan lokal.

Kewajiban duta wisata Kabupaten Pati adalah untuk mempromosikan pariwisata, kebudayaan dan lainnya. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, duta wisata Kabupaten Pati harus mampu berkomunikasi dengan baik, hal ini dikarenakan nantinya akan berguna ketika sedang berkomunikasi dengan masyarakat dalam kota maupun luar kota. Strategi Duta wisata dalam mempromosikan wisata dengan menggunakan komunikasi media sosial yang lagi diminati oleh banyak masyarakat. Seperti Instagram, Facebook, X, dan media sosial lainnya.

Hal ini dikarenakan kurang sadarnya minat masyarakat untuk mengembangkan pariwisata maupun meneruskan budaya yang sudah ada di Pati. Salah satu faktornya inilah yang menjadikan duta wisata Pati sebagai pelopor untuk mengajak masyarakat mengerti, mengenal dan mencintai akan budaya dan pariwisata yang ada di Kabupaten Pati supaya lebih dikenal lagi dengan cara terjun langsung dilapangan dan saling berinteraksi dengan masyarakat area wisata tersebut, dengan harapan mereka sadar akan potensi wisata di daerahnya.³⁰

2) Mengenal Khalayak

Langkah pertama yang dilakukan oleh Dinporapar Kabupaten Pati melalui duta wisata (komunikator) dalam upaya komunikasi yang efektif yaitu mengenal khalayak.

³⁰ Muhammad Haqqir Ridho, "Strategi Komunikasi Duta Wisata dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Gresik", (Surabaya: Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Fakultas dakwa dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018), 94-95.

Adanya saling memengaruhi antara komunikator dan komunikan bukan hanya sebatas hubungan yang aktif. Dengan demikian, komunikasi yang terjalin antara komunikator dan komunikan terjadi karena adanya persamaan kepentingan. Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan kerangka referensi khalayak secara tepat dan saksama, yang meliputi:³¹

- a) kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak;
- b) pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma kelompok dan masyarakat yang ada; dan
- c) situasi di mana khalayak itu berada.

Berdasarkan pernyataan dari pihak Dinporapar Kabupaten Pati bahwa mereka melakukan riset awal dengan mencari fakta mengenai lingkungan atau latar belakang masyarakat kemudian melakukan riset berdasarkan teori-teori yang ada dan juga melihat dari hasil evaluasi dari setiap *event* pariwisata yang dilaksanakan dan melihat data hasil laporan jumlah wisatawan di setiap tahunnya.

Dinporapar Kabupaten Pati sebelumnya sudah melakukan strategi komunikasi. Strategi komunikasi tersebut kurang efektif dikarenakan adanya masalah komunikasi yang belum bisa dipahami semua orang khususnya di Kabupaten Pati. Karena setiap orang memiliki penalaran Bahasa yang berbeda, ataupun karena latar belakang yang berbeda. Latar belakang yang dimaksud adalah latar belakang masyarakat mengenai jenjang pendidikan masyarakat dan pemahamannya

³¹ Fajar Marhaeni, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 184.

tentang komunikasi.³² Oleh karena itu, langkah mengenal khalayak diambil oleh Dinporapar Kabupaten Pati guna mengatasi permasalahan tersebut.

3) Menyusun Pesan

Setelah mengetahui langkah mengenal khalayak, dapat dilihat bahwa dalam meningkatkan pariwisata Dinporapar Kabupaten Pati perlu menyusun pesan dengan menentukan tema dan materi. Dinporapar Kabupaten Pati secara langsung membedakan pesan yang akan disesuaikan dengan target kelompok usia dan pekerjaan tertentu. Dengan berbagai macam kelompok target Dinporapar Kabupaten Pati akan sangat berhati-hati dalam menyusun pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.³³ Secara garis besarnya Kabupaten Pati memiliki pesan utama yakni memberikan pemandangan yang dapat memikat mata dengan keindahannya.

Pesan yang digunakan berisi tentang ajakan untuk mengunjungi objek wisata dan festival yang diselenggarakan oleh Dinporapar Kabupaten Pati. Pesan konten dalam hal ini juga berisi seputar objek wisata dan festival-festival yang ada. Media yang digunakan yaitu website, Instagram, Facebook, dan pemberitaan di media untuk ikut memberitakan objek wisata dan festival yang akan di selenggarakan. Target sasaran seluruh warga di wilayah Kabupaten Pati dan sekitarnya. Dalam hal ini, Dinporapar Kabupaten Pati untuk memengaruhi khalayak terdapat syarat utama yaitu komunikator yang ditunjuk dalam menyampaikan pesan mampu untuk membangkitkan perhatian komunikan.

³² Prabawati Y.M, Reni Nuraeni, “Startegi Komunikasi Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata dalam Meningkatkan Pariwisata di Kabupaten Banyumas” *Jurnal Scriptura No. 1*, Universitas Telkom, (2018): 18.

³³ Nirwana, “Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Polewali Mandar dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisatawan Bukit Senayan Bulu di Masa Pandemi Covid-19” (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2021), 49-50.

4) Menetapkan Metode

Sebelum melancarkan komunikasi perlu mempelajari siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Sudah tentu itu tergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif), atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif).³⁴ Dalam menetapkan metode, Dinporapar Kabupaten Pati menggunakan metode instruktif, di mana sistem pengelolaan destinasi wisata di Kabupaten Pati melalui pembentukan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) yang ada di lapangan melaporkan perkembangan kegiatan maupun pelaksanaan teknis di objek wisata kepada UPTD, UPTD menampung semua perkembangan kegiatan maupun pelaksanaan teknis kegiatan yang ada di objek wisata yang dikelola oleh Dinporapar Kabupaten Pati.

Selanjutnya melalui subprogram, evaluasi, dan pelaporan memilah hasil dari pelaporan tersebut lalu disalurkan kepada bagian yang ada seperti bidang promosi, bidang kebudayaan, bidang usaha pariwisata sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan di lapangan, selanjutnya kebijakan atau program dari subbagian tadi diajukan kepada Kepala Dinas Pariwisata disetujui atau tidak. Jika kebijakan atau program tersebut disetujui oleh Kepala Dinas Pariwisata maka dilanjutkan untuk direalisasikan ke lapangan, adapun upaya pengembangan pariwisata juga dilakukan dengan pengadaan sarana prasarana di setiap objek wisata.

5) Seleksi Penggunaan Media

Penggunaan media sebagai alat penyalur ide, dalam rangka merebut pengaruh dalam masyarakat. Penggunaan media sosial dapat menjangkau sejumlah besar khalayak, dan sekarang ini rasanya tidak bisa hidup

³⁴ Sumper Mulia Harahap, dkk, *Strategi Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Prenada, 2022), 89.

tanpa surat, radio, dan televisi. Semua alat tersebut merupakan alat komunikasi, selain berfungsi sebagai alat penyalur juga mempunyai fungsi yang kompleks.³⁵

Media yang digunakan oleh Dinporapar Kabupaten Pati untuk mendekati, membujuk, memengaruhi, sekaligus menyampaikan pesan kepada targetnya untuk mengunjungi destinasi wisata yaitu, menggunakan media cetak, elektronik dan media *online*.³⁶ Media-media ini merupakan cara lain yang dapat diupayakan dan dilakukan oleh duta wisata Pati. Dalam generasi milenial saat ini, penggunaan dan peran dari pada sosial media tentu saja sangat memiliki pengaruh besar dalam bidang apapun.³⁷

Adapun tindakan yang diambil dalam rangka seleksi penggunaan media yang telah dibuat oleh Dinporapar Kabupaten Pati yaitu melaksanakan semua yang sudah dirancang pada perencanaan strategi komunikasi. Media yang digunakan yaitu Instagram, Website, Facebook, serta media alternatif seperti brosur dan pamflet. Peneliti melihat dari media-media tersebut cukup aktif dalam memposting konten mengenai wisata yang ada di Kabupaten Pati. Isi konten dalam media sosial yang dilakukan oleh Dinporapar Kabupaten Pati untuk menjangkau target sasaran dan untuk mencapai tujuan strategi komunikasi, yaitu target sasaran datang berwisata di Kabupaten Pati. Target sasaran sesuai dengan yang direncanakan oleh Dinporapar Kabupaten Pati, yaitu didominasi wisatawan yang membawa keluarga dan rekan-rekannya.

³⁵ T. Suprpto, *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi* (Jakarta: Buku Seru, 2011), 8.

³⁶ Nirwana, "Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Polewali Mandar dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisatawan Bukit Senayan Bulu di Masa Pandemi Covid-19" (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2021), 50.

³⁷ Muhammad Haqqir Ridho, "Strategi Komunikasi Duta Wisata dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Gresik", (Surabaya: Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Fakultas dakwa dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018), 103.

Tahap seleksi pemilihan media, tujuan akhirnya adalah untuk meningkatkan minat wisatawan bukan menyebarkan brosur, bukan meningkatkan postingan melainkan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata, meningkatkan pendapatan masyarakat di lingkungan objek wisata. Tahap pemilihan media komunikasi ini memiliki fungsi yaitu menginformasikan kepada masyarakat mengenai wisata yang ada di Kabupaten Pati melalui media-media yang sudah digunakan. Dalam hal ini, masyarakat menjadi penerima pesan yang telah dilakukan oleh Dinporapar Kabupaten Pati.

b. Tujuan dan Sasaran dari Strategi Komunikasi Dinporapar Kabupaten Pati

Pariwisata merupakan salah satu dari 3 (tiga) program unggulan di Kabupaten Pati, selain Usaha Mikro Kecil Menengah dan Kelautan-Perikanan. Sebagai program unggulan, Dinporapar Kabupaten Pati telah melaksanakan kegiatan-kegiatan pengembangan destinasi wisata melalui strategi komunikasi, pengembangan pemasaran pariwisata, dan peningkatan sumber daya manusia pariwisata. Semua kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing Kabupaten Pati sebagai salah satu destinasi wisata di Provinsi Jawa Tengah. Dalam upaya peningkatan daya saing pariwisata Kabupaten Pati, Dinporapar Kabupaten Pati melaksanakan 3 (tiga) program yakni Program Pengembangan Daya Tarik Destinasi Pariwisata, Program Pemasaran Pariwisata, dan Program Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.³⁸

Di sisi lain, tujuan strategi komunikasi Dinporapar Kabupaten Pati dalam menyampaikan pesan bermaksud untuk mengajak masyarakat meningkatkan kesadaran pentingnya berpartisipasi aktif dalam menjaga destinasi wisata di Kabupaten Pati. Baik itu dari segi kebersihan

³⁸ Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Pati Tahun 2021, 27.

lingkungan tempat wisata ataupun protokol kesehatan. Dengan demikian, pengunjung pariwisata di Kabupaten Pati dapat berkembang dan meningkat.

Dalam hal pembangunan objek wisata, Dinporapar Kabupaten Pati lebih memprioritaskan objek wisata yang pangsa pasarnya lebih tinggi dengan pembuatan atau perbaikan sarana prasarana karena anggaran yang tidak banyak. Sebagaimana yang diketahui bahwa Kabupaten Pati memiliki sumber daya alam dalam hal potensi destinasi wisata layak untuk dikembangkan seperti tempat-tempat wisata yang ada di luar Kabupaten Pati. Sama halnya dengan pariwisata di tempat lain, pariwisata di Kabupaten Pati pun memiliki keunggulan tersendiri.

Untuk mengukur peningkatan daya saing pariwisata daerah, parameter yang digunakan adalah pertumbuhan jumlah kunjungan wisata dengan satuan persentase. Persentase pertumbuhan jumlah kunjungan wisata adalah persentase peningkatan total wisatawan nusantara dan mancanegara yang mengunjungi daya tarik wisata di wilayah Kabupaten Pati, baik daya tarik wisata alam, budaya, religi, buatan, serta event-event pariwisata.

Realisasi dari sasaran ini adalah pertumbuhan jumlah kunjungan wisata di Kabupaten Pati dari target sebesar 8,00% tercapai realisasi sebesar 2,78% pada tahun 2024. Adapun target sasaran dari Dinporapar Kabupaten Pati sendiri mencakup pelajar, keluarga, wisatawan lokal dan mancanegara, serta komunitas pecinta alam dan budaya.

2. Analisis Data tentang Faktor Pendukung dan Penghambat terhadap Upaya Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata (Dinporapar) Kabupaten Pati dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Pati

Dalam meningkatkan daya tarik objek wisata, terdapat beberapa faktor pemengaruh yang bisa mengacu pada pertumbuhan objek wisata. Ini bisa berupa hal-hal nyata yang bisa dilihat atau dirasakan secara fisik, dan aspek-aspek yang

bersifat abstrak, yang bisa dikelola dengan baik dan dapat menghasilkan manfaat yang lebih nyata.

Faktor-faktor yang mendukung dan menghambat wisata (*tourism supply side*) yang umumnya terwujud dalam bentuk sistem destinasi pariwisata, biasanya terdiri dari beberapa elemen inti.³⁹ Saat mengembangkan objek wisata di Kabupaten Pati, terdapat peluang-peluang beragam yang dapat mendorong perkembangan. Potensi peningkatan dalam produk dan atraksi wisata dapat menjadi daya tarik bagi para pengunjung, asalkan Pemerintah Kabupaten Pati dan pengelola memiliki wawasan yang tajam untuk mengidentifikasi peluang dan hambatan objek wisata.

a. Faktor Pendukung

Faktor pendukung merujuk pada unsur atau kondisi yang memiliki kemampuan untuk mendukung atau mendorong perkembangan suatu kegiatan, usaha, atau produksi. Adapun yang menjadi faktor pendukung dalam pengelolaan dan pengembangan wisata di Kabupaten Pati sebagai berikut.

1) Sumber Daya Alam yang Ada di Kabupaten Pati

Analisis Sumber daya sangatlah penting dalam rencana pengembangan tapak kawasan wisata yaitu identifikasi sumber daya alam, budaya, dan manusia yang tersedia di kawasan wisata.⁴⁰ Dengan adanya sumber daya alam yang melimpah dengan vegetasi yang beraneka ragam, disertai dengan lingkungan alam yang menjadi ciri khas di Kabupaten Pati, secara signifikan mendorong kemajuan dan memberikan identitas dan keunggulan khusus pada objek wisata yang ada di Kabupaten Pati. Potensi-potensi wisata yang ada di Kabupaten Pati, jika diperluas dan dikembangkan secara

³⁹ Bambang, Sunaryo, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* (Yogyakarta: Gava Media, 2013), 67.

⁴⁰ Nasrullah, Muji Listyo Widodo dkk, *Perencanaan Destinasi Pariwisata* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2023), 162.

berkelanjutan, objek wisata di Kabupaten Pati akan memiliki daya tarik tersendiri, hal ini tentunya akan meningkatkan jumlah wisatawan secara signifikan. Namun potensi tersebut tergantung pada kemampuan pengelola dalam melibatkan partisipasi masyarakat, sehingga manfaat yang akan diperoleh dapat dirasakan bersama.

Keberadaan beragam objek wisata di Kabupaten Pati memberikan variasi bagi para pengunjung dan mendorong pengembangan objek-objek tersebut agar menjadi daya tarik yang menarik bagi pengunjung. Objek wisata Kabupaten Pati juga turut bersaing dalam persaingan ini. Ini dapat diilustrasikan oleh kenyataan bahwa di Kabupaten Pati terdapat pula objek-objek wisata alam lain seperti Bukit Jollong, Waduk Seloromo, Lorodan Semar, Gua Wareh, dan masih banyak objek wisata di Kabupaten Pati lainnya. Untuk dapat bersaing dengan objek wisata di luar daerah, objek wisata di Kabupaten Pati harus ada inovasi-inovasi yang mampu menarik minat pengunjung. Menghadapi tugas yang menantang ini, Dinporapar Kabupaten Pati sebagai pengelola objek wisata perlu mengandalkan sumber daya manusia yang berkualitas dan berpengalaman dalam mengembangkan inovasi tersebut.

2) Anggaran Pemerintah

Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pati dalam melaksanakan program dan kegiatan, secara bertahap bermaksud mewujudkan masyarakat yang berprestasi, gemar berolahraga dan mengembangkan destinasi pariwisata. Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah, memberikan kewenangan kepada daerah Provinsi/Kab./Kota untuk mengurus dan memajukan daerahnya sendiri. Hal ini diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, dan pemberdayaan peran

serta masyarakat. Dalam pelayanan di bidang Pemuda, Olahraga dan Pariwisata berdasarkan peraturan perundangan yang menjadi acuan bagi pelaksanaan tugas pokok dan fungsi masing-masing OPD dirinci berdasarkan UU, PP, Perda.⁴¹ Berdasarkan kebijakan Pemerintah Pusat terhadap Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Anggaran belanja Dinporapar Kabupaten Pati Tahun Anggaran 2023 bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Pati Tahun Anggaran 2023 sebesar 10,8 miliar.⁴²

Agar berbagai program dan kegiatan yang dilaksanakan Dinporapar Kabupaten Pati di masa mendatang dapat berhasil dengan baik, maka dana anggaran dari APBD yang diperuntukkan untuk Dinporapar harus dikelola dengan baik dan benar. Pengelolaan anggaran Dinporapar tentunya harus mempertimbangkan keadaan yang ada dan memprediksikan keadaan yang akan datang dengan berbagai dukungan dan hambatan yang akan timbul.

3) Kemitraan Antara Dinporapar dan Kelompok Masyarakat Kabupaten Pati

Proses perencanaan dalam pengelolaan pariwisata di Kabupaten Pati dilakukan dengan melibatkan berbagai pihak seperti masyarakat, lembaga swadaya masyarakat, serta pemerintah. Proses perencanaan yang baik serta turut mengakomodasi kepentingan berbagai pihak tersebut berkontribusi pada penerapan pengelolaan pariwisata di Kabupaten Pati yang optimal. Tidak banyak ditemui terjadinya pelanggaran terhadap ketetapan-ketetapan yang disepakati pada saat proses perencanaan.

⁴¹ Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Pati Tahun 2021, 25.

⁴² Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten Pati diakses dari https://ppid.patikab.go.id/asset/files/ppid_berkala/14_15_16_21_22_LKPD_2023_Audit_BPK.pdf pada Tanggal 02 Desember 2024.

Usaha-usaha kemitraan yang dilakukan Dinporapar Kabupaten Pati seperti pelatihan dan sosialisasi berkontribusi pada pemahaman bagi masyarakat tentang pentingnya menjaga kawasan di Kabupaten Pati agar tetap lestari dan dapat memberi kontribusi dari sisi ekonomi kepada masyarakat secara berkelanjutan.

Pemetaan komunitas dilakukan untuk memahami dinamika sosio-ekonomi dan sosio-budaya guna mendapat pengetahuan dan wawasan tentang potensi komunitas serta kebutuhan atau keinginannya. Pemetaan komunitas guna menganalisis apa yang perlu ditanamkan ke komunitas untuk bisa terlibat dalam pengembangan destinasi pariwisata berkelanjutan.

Kegiatan kepariwisataan terpusat kepada pembangunan komunitas atau kemitraan. Pariwisata hanya akan bermanfaat bagi mereka yang mempunyai kapasitas untuk terlibat dalam proses produksi dan penyampaian produk pariwisata di area destinasi. Perbaikan kesejahteraan komunitas yang dapat dilakukan melalui pendidikan, kesehatan, pelayanan rekreasi dan kebutuhan sosio-budaya yang diperlukan oleh komunitas, dan juga peluang ekonomi yang tersedia bagi komunitas. Pariwisata diharapkan menjadi sumber kemakmuran bagi komunitas melalui berbagai kontribusi langsung maupun tidak langsung yang meningkatkan pendapatan mereka dan peluang untuk peri kehidupan yang lebih baik.

Pembangunan kepariwisataan yang bertumpu pada kemitraan dimaksudkan sebagai alat untuk meningkatkan dukungan kepada komunitas dalam membangun bisnis terkait pariwisata melalui pelatihan dan pemberdayaan serta perbaikan akses kepada dukungan finansial dan proses produksi. Ketika suatu destinasi baru direncanakan untuk pariwisata, maka komunitas perlu diberitahu dan dilibatkan. Selanjutnya bersama dengan komunitas harus diidentifikasi peluang yang mungkin ada yang dapat membuat komunitas memperoleh

manfaat dari pembangunan.⁴³ Masyarakat di sekitar objek dan atraksi wisata juga harus ikut berpartisipasi yang diwujudkan ke dalam tindakan memberikan perasaan aman yang berupa keramahan dan perasaan yang tulus ketika menerima kedatangan wisatawan. Di samping itu, masyarakat juga harus ikut terlibat dalam mengambil keputusan pembangunan pariwisata, berpartisipasi bersama-sama pemerintah daerah dan jasa-jasa kepariwisataan memelihara sarana-sarana yang terdapat di objek dan atraksi wisata dan ikut andil mendukung kegiatan pariwisata dalam bentuk berjualan produk khas daerah tersebut.⁴⁴ Hal ini penting bagi Dinporapar Kabupaten Pati untuk dapat melawan banyak kejadian yang memarjinalkan komunitas atau mata pencahariannya hilang demi pembangunan pariwisata. Pembangunan pariwisata berbasis kemitraan berarti membangun pariwisata tetapi fokus pada komunitas.

4) Kemandirian Masyarakat Kabupaten Pati

Pemberdayaan kemandirian masyarakat Kabupaten Pati yang dilakukan oleh Dinporapar bukan berarti memerintahkan masyarakat untuk melakukan apa dan menjadi apa, tetapi menggali lebih dalam apa yang menjadi aspirasi komunitas pariwisata.

Kebanyakan program pemberdayaan bersifat parsial dan instrumental, dan tidak sepenuhnya efektif. Pemberdayaan perlu distrukturkan pada tingkat individu, tingkat kelompok dan tingkat antar kelompok. Tujuannya membantu kemampuan individu sebagai pondasi, dan juga sebuah kelompok yang bersatu padu memerlukan serangkaian kompetensi dan pemberdayaan antar kelompok akan menghubungkan satu kelompok dengan lainnya. Pemberdayaan antar kelompok ini sangat penting dalam pariwisata. Kelompok dalam komunitas

⁴³ Nasrullah, Muji Listyo Widodo dkk, *Perencanaan Destinasi Pariwisata* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2023), 183.

⁴⁴ I Ketut Suwena, I Gusti Ngurah W., *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* (Bali: Pustaka Larasan, 2017), 30-31.

perlu diberdayakan dalam pengembangan destinasi pariwisata berkelanjutan, namun untuk bisa terlibat secara aktif, terkadang sebuah kelompok memerlukan pendampingan, seperti peningkatan pemahaman dan kesadaran masyarakat atau kelompok sadar wisata terhadap pentingnya penerapan sapta pesona.⁴⁵

b. Faktor Penghambat

Selain faktor pendorong, dalam setiap usaha pengembangan selalu ada rintangan yang bisa menghambat proses perkembangan jika tidak ditangani dengan bijaksana. Adapun yang menjadi faktor penghambat dalam pengelolaan dan pengembangan wisata di Kabupaten Pati sebagai berikut.

1) Terbatasnya Sumber Daya Manusia

Pengembangan pariwisata memerlukan sumber daya manusia yang banyak dan beragam, mulai dari jenis dan tingkat kompetensi sumber daya manusia.⁴⁶ Saat penyampaian informasi kepada masyarakat perihal wisata yang ada di Kabupaten Pati, Dinporapar Kabupaten Pati melalui duta wisata sering kekurangan anggota ketika sedang melakukan penyuluhan atau sosialisasi kepada masyarakat. Hal ini sangat tidak efektif dikarenakan saat penyuluhan atau sosialisasi membutuhkan anggota yang banyak agar dapat menyampaikan seluruh informasi tentang wisata yang ada di Pati.⁴⁷ Di sisi lain, sumber daya manusia di Kabupaten Pati yang mampu untuk mengelola objek wisata masih cukup sedikit. Kurangnya tenaga sumber daya manusia ini menyebabkan sejumlah destinasi wisata tidak ada yang mengelola dan mengembangkannya.

⁴⁵ Nasrullah, Muji Listyo Widodo dkk, *Perencanaan Destinasi Pariwisata* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2023), 181.

⁴⁶ Wardiyanta, *Pengantar Ekonomi Pariwisata* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2020), 72.

⁴⁷ Muhammad Haqqir Ridho, "Strategi Komunikasi Duta Wisata dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Gresik", (Surabaya: Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Fakultas dakwa dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018), 110.

Ketersediaan dan kualitas sumber daya manusia (keramahan, pengetahuan dan pendidikan dan lembaga penelitian) memengaruhi pengembangan tujuan wisata dan keberhasilannya. Sumber daya manusia yang terlatih secara memadai dan profesional adalah sumber keunggulan kompetitif yang sangat berharga. Personel yang terlatih diperlukan di semua tempat layanan di dalam tujuan wisata. Kualitas kinerja karyawan pariwisata berkontribusi pada keberhasilan dan daya saing suatu tujuan wisata. Persaingan antar tujuan wisata ditentukan oleh keterampilan sumber daya manusianya. Pelatihan layanan profesional yang ditawarkan kepada semua karyawan berpengaruh pada kinerja bisnis dan menawarkan banyak manfaat dalam bentuk pengembangan keterampilan, peningkatan kualitas layanan, komitmen yang lebih besar untuk organisasi dan peningkatan fleksibilitas, dan kemampuan untuk menerima dan menyesuaikan dengan perubahan.

Sumber daya manusia yang berkualitas adalah pendorong persaingan dalam industri pariwisata yang merupakan bisnis padat karya. Jika tujuan wisata tidak dapat mengembangkan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi, maka ia dapat kehilangan daya tariknya dan tertinggal dari persaingan. Dengan demikian, sumber daya manusia yang berkualitas tinggi merupakan keunggulan kompetitif yang penting untuk suatu tujuan wisata. Selain pentingnya memiliki tenaga kerja yang sangat terampil, jika tujuan wisata ingin berkembang, sikap penduduk setempat terhadap wisatawan harus positif. Jika warga di tujuan wisata tidak mendukung pengembangan pariwisata, pengalaman wisatawan perlu dikompromikan.

Dengan demikian, hubungan antara pengunjung dan penduduk setempat memainkan peran penting dalam mempengaruhi daya saing tujuan wisata. Tujuan wisata yang bersifat *xenophobia* cenderung kurang kompetitif

dan kurang menarik. Karena itu penting untuk memastikan bahwa penghuni tujuan wisata mendukung pengembangan pariwisata.⁴⁸

2) Kurangnya Partisipasi dan Kesadaran Masyarakat dalam Pembangunan dan Pengembangan Wisata

Tingkat kesadaran dan antusiasme masyarakat Kabupaten Pati menjadi faktor penghambat dalam pengembangan objek wisata di Kabupaten Pati. Kabupaten Pati menghadapi tantangan sumber daya manusia karena partisipasi masyarakat yang belum mencapai tingkat optimal. Partisipasi aktif masyarakat Kabupaten Pati dalam pertemuan rutin masih menunjukkan keterbatasan, sehingga rendahnya keterlibatan dan kesadaran masyarakat mengakibatkan kekurangan sumber daya manusia yang berperan dalam pengelolaan destinasi wisata.

Ketidakmajuan objek wisata Kabupaten Pati tidak dapat dipisahkan dari dampak buruk SDM yang berpengaruh terhadap upaya pengembangan. Masyarakat, sebagai elemen utama, diakui sebagai komponen yang perlu diperbaiki dan dikembangkan agar objek wisata Kabupaten Pati dapat berkembang, mengingat perkembangan SDM akan mencerminkan potensi kemajuan di dalamnya.

Meskipun terlihat kurangnya peran serta partisipasi masyarakat dalam beberapa aspek, saya percaya bahwa dengan lebih menggali potensi dan mengajak masyarakat Kabupaten Pati untuk aktif berpartisipasi, objek wisata Kabupaten Pati dapat berkembang menjadi tujuan wisata yang lebih dinamis dan berkelanjutan. Hal ini akan berdampak positif tidak hanya bagi para pengunjung, tetapi juga bagi kesejahteraan dan kebanggaan masyarakat setempat.

⁴⁸ Wardiyanta, *Pengantar Ekonomi Pariwisata* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2020), 135-137.

Dinporapar Kabupaten Pati akan mengadakan upaya edukasi kepada masyarakat di masa depan untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya merawat objek wisata dan memberdayakan masyarakat sebagai bagian dari usaha lebih luas dalam mengembangkan SDM. Ini diharapkan dapat mengubah pola pikir masyarakat dalam merawat dan mengelola objek wisata Kabupaten Pati dengan lebih baik. Program pengembangan objek wisata masih dalam skala yang sederhana, langkah-langkah yang diambil dalam mengembangkan objek wisata Kabupaten Pati pada umumnya masih cukup sederhana.

Pemanfaatan sumber daya sebagai daya tarik wisata harus melibatkan masyarakat setempat. keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan wisata ini membawa dampak positif bagi masyarakat serta menjaga budaya dan adat istiadat. Partisipasi masyarakat menjadi penunjang utama dalam mengembangkan dan melestarikan budaya yang ada.⁴⁹

3) Kurangnya Kerja Sama dengan Investor

Pengembangan pariwisata agar dapat berkembang dengan pesat tidak dapat bergantung semata-mata pada dana yang disediakan oleh pemerintah. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama dengan sektor bisnis dan investasi.⁵⁰ Dana merupakan salah satu faktor penghambat dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan. Sekalipun alokasi dana dari pemerintah ada, akan tetapi belum mencukupi. Dalam mempromosikan dan mengembangkan destinasi wisata salah satu faktor penghambat dalam meningkatkan jumlah pengunjung yaitu dana, dana sangat penting bagi tempat wisata untuk membenahi tempat wisata, menarik minat serta memengaruhi pengunjung untuk datang berkunjung. Karena semakin banyak dana maka semakin muda

⁴⁹ Nasrullah, Muji Listyo Widodo dkk, *Perencanaan Destinasi Pariwisata* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2023), 182.

⁵⁰ Wardiyanta, *Pengantar Ekonomi Pariwisata* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2020), 145.

pengelola dalam membangun atau menyediakan fasilitas atau hal-hal yang kurang pada tempat wisata.⁵¹ Di Kabupaten Pati, beberapa perusahaan besar memiliki potensi untuk menjadi mitra Pemerintah Daerah dalam upaya mengembangkan sektor pariwisata. Oleh karena itu, Pemerintah Daerah perlu mengambil tindakan serius dalam memperhatikan sektor pariwisata, serta mendorong partisipasi investor dan berbagai sektor bisnis, baik yang berasal dari dalam Kabupaten Pati maupun dari luar daerah. Tujuannya adalah untuk mendukung perkembangan sektor pariwisata, khususnya dalam konteks pengembangan objek wisata Kabupaten Pati. Sampai saat ini, pengelola objek wisata Kabupaten Pati hanya menjalin kerja sama dengan pihak Pemerintah. Belum ada bentuk kerja sama yang terbentuk antara pengelola objek wisata dan sektor swasta, serta belum ada keterlibatan melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Pengelola objek wisata Kabupaten Pati belum melaksanakan upaya yang memadai dalam hal kerja sama, terutama dalam konteks kerja sama dengan program CSR yang hingga saat ini belum ada sama sekali. Hal ini mencakup kerja sama dengan perusahaan-perusahaan utama dalam industri pariwisata seperti agen perjalanan, perhotelan, serta institusi pendidikan pariwisata dan perhotelan. Begitu juga, kerjasama dengan merek-merek lokal yang berhubungan erat dengan sektor pariwisata seperti kuliner, mode, dan sejenisnya belum terbentuk meskipun memiliki keterkaitan yang signifikan dengan industri pariwisata. Padahal, adanya keterlibatan dari CSR dianggap memiliki potensi untuk membantu dalam pengembangan

⁵¹ Nirwana, "Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Polewali Mandar dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisatawan Bukit Senayan Bulu di Masa Pandemi Covid-19" (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2021), 62-63.

wisata Kabupaten Pati, terutama dalam aspek infrastruktur.⁵²

Meskipun saat ini kerja sama dengan investor mungkin belum sepenuhnya terwujud, saya yakin bahwa potensi untuk mengundang investor dalam pengembangan objek wisata Kabupaten Pati dapat memberikan dampak positif yang besar. Membantu dalam memajukan infrastruktur, fasilitas, dan pemasaran, yang pada akhirnya akan meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan objek wisata ini. Pengelola wisata Kabupaten Pati terus berupaya dan bekerja keras dalam mengembangkan wisata Kabupaten Pati menjadi destinasi pariwisata yang menarik dan berkelanjutan, serta siap untuk menjalin kerja sama yang saling menguntungkan dengan investor yang tertarik untuk berinvestasi di wilayah Kabupaten Pati.



⁵² Wardiyanta, *Pengantar Ekonomi Pariwisata* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2020), 146-147.