

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Sajian Data

4.1.1. Pemanfaatan *Event* PON XX sebagai Media Komunikasi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua

Media Komunikasi sendiri merupakan sarana yang dipergunakan untuk memproduksi maupun menyebarkan sebuah informasi. Media komunikasi disini yang dimaksudkan sebagaimana penyelenggaraan *Event* PON XX tersebut yang dijadikan sebagai sarana untuk mempromosikan pariwisata atau meningkat pengunjung yang datang ke Provinsi Papua. Pekan Olahraga Nasional atau biasa yang disingkat PON. Penyelenggaraan ini sudah berjalan yang ke 20 kali dengan tuan rumah yang terakhir ialah Provinsi Papua. Dari penyelenggaraan *event* PON XX ini tentunya mempengaruhi banyak sektor, salah satunya adalah sektor kepariwisataan.

Tentu saja pemanfaatan atau penggunaan sarana *event* PON XX ini mempunyai banyak aspek dalam hal mempromosikan pariwisata Papua. Hal ini juga dirasakan pertumbuhan yang begitu pesat, selain dari kenaikan perekonomian daerah dari sisi sektor pariwisata juga mengalami hal yang sama. Seperti yang dikatakan juga oleh Kepala Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), Thomas Sibi SE., M.Si mengungkapkan bahwa:

“Memang kenaikan itu ada, dan sangat pesat. Selain tempat-tempat penginapan yang full, jadwal penerbangan di Bandara Sentani pun membuat jadwal tambahan maskapai saking banyak tamu yang datang dan ingin berkunjung untuk menyaksikan PON XX di Papua khususnya tuan rumah Jayapura.”

Dari peluang yang ada tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua juga sebagai otoritas yang berwenang atas dasar utusan gubernur dalam menyelenggarakan segala urusan pemerintahan di bidang pariwisata tentunya melihat *event* PON XX ini sebagai suatu hal yang positif untuk meningkatkan pariwisata yang ada di Provinsi Papua. Maka dari itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua menyusun beberapa program dengan beralaskan 10 misi yang telah disusun untuk menyukseskan dan memanfaatkan *event* PON XX.

Ada 3 klasifikasi jenis program yang disusun pada tahun 2018 sesuai dengan rencana kerja , namun peneliti hanya mengambil 2 jenis program yang masuk pada pembahasan khususnya dalam pemanfaatan *event* PON XX: (Renja Disbudpar, 2018).

1) Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata

Kegiatan:

- a. Dukungan dan penguatan pada festival wisata daerah di Kabupaten Jayawijaya, Merauke, Biak, Jayapura, dan kota Jayapura
- b. Partisipasi Promosi Wisata Dalam Negeri di Makassar
- c. Analisis Pasar Pariwisata

2) Program Pengembangan Destinasi Pariwisata

Kegiatan:

- a. Pembangunan Kawasan Wisata (*Tourism Resort*) di Kota Jayapura, Kab. Jayapura, Biak dan Supiori

- b. Pembangunan Sarana Wisata Shelter dan MCK serta kamar bilas pendukung PON XX
- c. Taman Wisata Pemancingan Danau Sentani Pendukung PON XX
- d. Penataan dan Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Amai, Tablanusu, dan Tanjung Bio Kendate Pendukung PON XX
- e. Pengembangan Taman Pemandian Alam Cycloop dan Jalan Setapak Pendukung PON XX
- f. Pengembangan Daya Tarik Wisata Danau Emfote (Danau Love) Pendukung PON XX

Selain program-program tersebut, Yemin Weya selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua juga memaparkan melalui wawancara *ceposonline.com* pada Selasa 9 Maret 2020, berbagai kesiapan sudah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua yang dimana untuk meningkatkan pariwisata Papua sesuai dengan visi dan misi dari Gubernur Papua. Dari yang menyiapkan tarian daerah dari 5 wilayah adat sekaligus untuk ditampilkan pada pembukaan PON XX yakni Tarian “Sacredness of Papua”, tarian “Flora dan Fauna” yang menampilkan keragaman fauna, tarian “Majestic of Sailormen” dan tarian “Papua Torang Bisa”, selain itu disiapkan pula cinderamata mata yang disiapkan dari 5 wilayah yang ada di Papua yaitu Mamta, Saireri, Anim Ha, La Pago dan Mee Pago, dan menyiapkan cinderamata yang berupa noken asli dengan harga kisaran mulai dari Rp 100.000 – Rp 10.000.000. Selain menyiapkan khas daerah, mereka juga memperbaiki dan membenahi beberapa daerah yang dijadikan tempat *venue* PON XX yang dimulai dari Kabupaten Jayapura, Kota

Jayapura, Kabupaten Keerom, Kabupaten Timika, dan Kabupaten Merauke, seperti pembangunan pondok jualan, oleh-oleh Papua dan lain-lain (*ceposonline.com*, 2020). Pembenahan pondok jualan juga dialami nyata oleh salah satu mama penjual pondok kelapa yang berada di skyland,

“Mereka bantu bikin dari tiang-tiang dan atap pondok ini, memang kami juga sebelum pembangunan ini sudah di kasih tau kalau akan ada renovasi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi.”

Mama Papua selaku pihak yang ikut merasakan juga menambahkan,

“Pada saat PON XX juga untuk omset memang bertambah, banyak yang datang juga, tapi kami masing-masing pondok ini tentu beda-beda hasilnya karena kami sendiri-sendiri.”



Gambar 4.9 Salah Satu Destinasi Wisata
Yang Direnovasi
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Yemin Weya juga menambahkan selagi berjalannya dari persiapan-persiapan *event* tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi bekerjasama

dengan Instansi Kota dan UMKM yang berada di Papua untuk melakukan berbagai aktivitas untuk mengisi persiapan menjelang dan pada saat PON XX Papua, yaitu dengan menyelenggarakan beberapa Pagelaran Festival, seperti festival Port Numbay dengan memperkenalkan destinasi wisata baru di sekitar Teluk Numbay, Jayapura. Istilah Port Numbay sendiri diartikan sebagai nama lain dari ibukota Papua yaitu Kota Jayapura. Festival ini diselenggarakan dengan sukses pada 29-30 September 2021 secara hybrid dengan latar belakang pesona eksotisme Pantai Paloong. Festival ini bukan hanya memanjakan pemandangan yang indah, tapi juga menampilkan beberapa rangkaian acara seperti pementasan lagu daerah, tarian-tarian dan lain lain, selain itu juga festival ini juga tetap menonjolkan UMKM masyarakat lokal.



Gambar. 4.10. Festival Port Numbay
Sumber: Instagram Kemenkraf, 2021

Selain itu, ada juga Festival Budaya Nusantara di Kawasan Terminal Mesran Jayapura untuk semarak PON XX seperti Festival Kopi di Kota Jayapura yang bekerjasama dengan pecinta kopi yang ada di Jayapura dan Festival Noken dengan melibatkan mama-mama Papua pada 7-9 Oktober 2021 kemarin yang dimana pada tanggal tersebut PON XX sudah berjalan. Festival tersebut meraih kesuksesan dimana menurut laporan BI perputaran uang selama festival ini maupun pada saat PON XX berlangsung mencapai 1,8 Triliun, sehingga hal ini dinilai berhasil mendongkrak perekonomian masyarakat yang ada di Papua.



Gambar. 4.11. Festival Noken



Gambar 4.12. Festival Kopi

Sumber: Instagram Papua Tourism, 2021

Mengakhiri rangkaian Pesta Olahraga Nasional, Pemerintah juga tetap mengadakan sekaligus memperkenalkan budaya-budaya Papua melalui kolaborasi

dengan panitia sub pon dan pemerintah kota melalui Pesta Budaya yang diadakan pada 12-14 Oktober 2021 bertempat di Terminal Mesran Jayapura.



Gambar. 4.13. Pesta Budaya Kota Jayapura
Sumber: IG Numbayekraf, 2021

Selain dari pihak pemerintah provinsi maupun kota, Panitia Besar (PB) PON XX Papua bidang sosial budaya khususnya juga tentunya mempersiapkan beberapa hal terkait mendongkrak potensi pariwisata yang ada di Papua. Seperti yang sudah ditekankan dan dipaparkan di tinjauan pustaka dimana Panitia Besar (PB) PON XX Papua meluncurkan aplikasi Papua *Tourism* dan Gerai Honai Papua, yang dimana kedua aplikasi ini merupakan salah satu sarana untuk turut mempromosikan destinasi wisata secara digital yang dapat diunduh secara digital baik untuk *Android*

maupun *IOS*. Dari hasil observasi, aplikasi tersebut sudah diunduh sebanyak 10 rb+ yang berarti aplikasi ini sukses untuk menarik perhatian dalam mempromosikan destinasi wisata maupun produk budaya kepada masyarakat.

Aplikasi Papua *Tourism* sendiri gunanya untuk mengakomodasi berbagai informasi terkait destinasi wisata dan juga potensi yang dimiliki oleh Papua. Termasuk seperti konten digital yang didalamnya mencakup Objek wisata yang ada pada empat klaster pariwisata yang berkaitan dengan penyelenggaraan PON XX Papua yakni budaya, wisata alam, sejarah dan lain-lain. Sedangkan aplikasi Gerai Honai itu berfungsi untuk memaparkan konten digital yang sebagaimana di dalam aplikasi tersebut berfungsi sebagai *e-commerce* penjualan produk-produk lokal Papua secara *online*, produk-produk tersebut seperti noken, ukiran, lukisan kulit, hingga kuliner khas dari Papua.

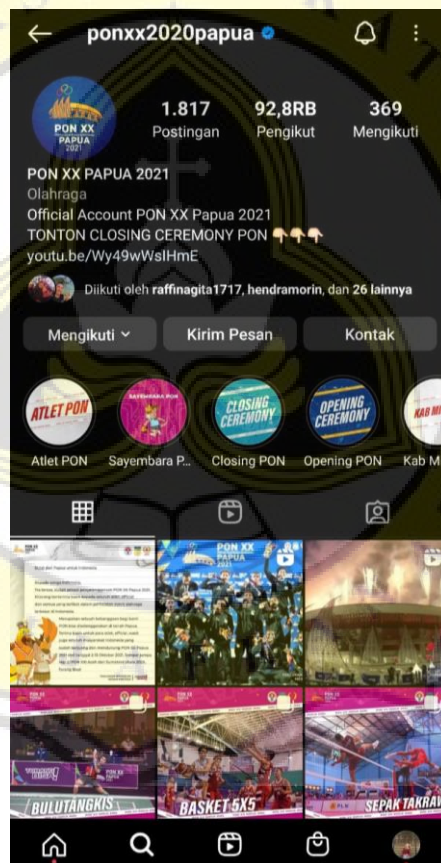
Selain menyiapkan dan meluncurkan aplikasi, Panitia Besar (PB) PON XX Papua juga menyiapkan Program Wisata Gratis yang dimana dalam bidang ini nantinya akan memberdayakan anak asli Papua yang bergerak dalam Ambassador Budaya. Kurang lebih ada 40 orang putra-putri terbaik Papua yang telah diseleksi dan dianggap mampu yang menjadi relawan ambassador budaya ini.

“Anak-anak ini sudah dipersiapkan untuk ikuti PON yang dimulai pada 19 September 2021 dan telah dibekali dengan pengetahuan dalam kebudayaan” Ester Maintindom Sub Kord Promosi Sosial Budaya PON pada Tribun-Papua.com, Rabu 8 September 2021.

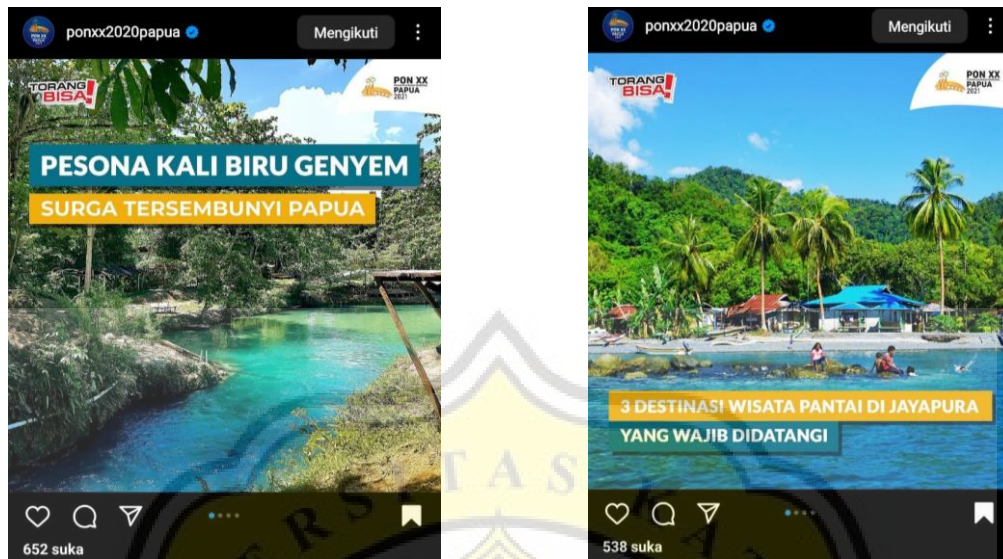
Bukan hanya dibekali pengetahuan budaya saja tetapi juga diberikan pengetahuan terkait dengan pariwisata, ekonomi dan sosial. Jadi gunanya untuk sebagai bentuk pembelajaran dan sebagai informasi untuk diketahui dan dipahami. Ambassador budaya ini bukan hanya di Kota Jayapura tetapi dipersiapkan juga di

klaster Mimika dan Merauke. Hal ini dipersiapkan agar masyarakat ataupun wisatawan yang datang ke Papua khususnya pada saat penyelenggaraan *event* tersebut bisa menjadi sarana memperkenalkan program ini sekaligus mengenalkan pariwisata Papua.

Promosi pariwisata juga digencar oleh Panitia Besar PON XX sendiri melalui media elektronik yaitu media sosial (Instagram dan Youtube) untuk memberikan informasi-informasi atau postingan khusus untuk pariwisata yang ada di Papua.



Gambar 4.14 Instagram PON XX
Sumber: IG PONXX2020PAPUA, 2022



Gambar 4.15 Promosi Pariwisata Papua
 Sumber: IG PONXX2020PAPUA, 2021

Dalam hal media komunikasi ini sendiri mempunyai 2 proses, yaitu terkait proses media komunikasi primer yang digunakan dengan cara menyebarkan informasi secara langsung, yaitu dari masyarakat ke masyarakat biasanya terkait tempat destinasi pariwisata yang terbaru melalui testimoni-testimoni yang disampaikan secara langsung apalagi pada saat *event* tersebut berjalan banyaknya pengunjung yang berdatangan untuk sekedar melihat *event* PON XX maupun ada urusan satu dan lain hal tentu saja testimoni atau penyampaian informasi secara langsung biasanya lebih cepat.

“Biasanya karena tempat destinasi wisata ini sudah *viral*/diketahui masyarakat, ya biasanya informasi-informasi itu mereka dapatkan kalau pake bahasa pemasaran ni apa, ya *WOM*. Nah itu, ya dari mulut ke mulut masyarakat lokal itu sendiri.”

Sedangkan untuk proses media komunikasi sekunder, seperti yang sudah dikatakan di atas dimana mereka juga mengikuti digitalisasi modern, dengan

menggunakan media sosial atau media massa sebagai alat penyampaian pesan dan informasi kepada masyarakat atau penguji.

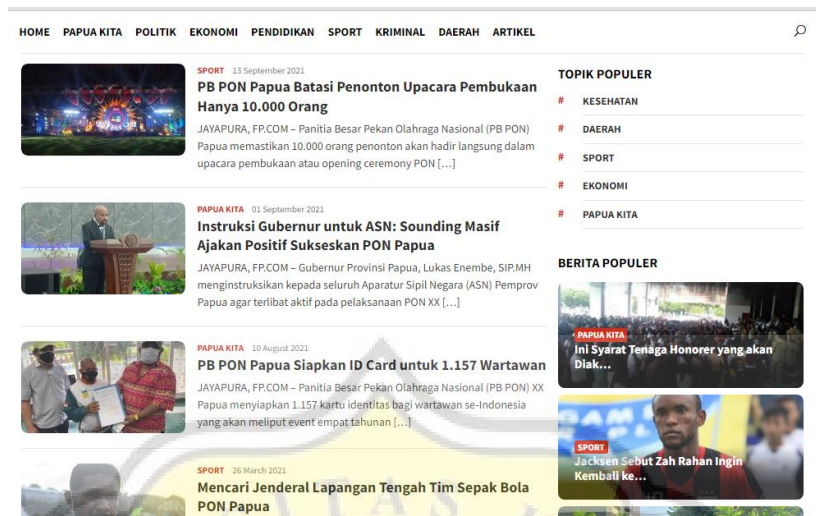
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua juga membentuk kerjasama bersama media partner dalam mempromosikan pariwisata dan juga menyebarkan informasi kepada masyarakat, yaitu dengan portal berita online “Fokus Papua” dan website pemerintah milik Dinas Komunikasi dan Informasi Provinsi Papua yaitu “Infokom”.

Seperti yang dikatakan oleh Boni Asso selaku Kepala Bidang Ekonomi Kreatif,

“Selain menggunakan media sosial, kami juga mempunyai media partner yaitu Fokus Papua sebagai media lokal online yang membantu untuk penyebaran informasi, khususnya terkait pariwisata pada saat PON kemarin”

Nelman Rumere selaku Staf Pengembangan Pariwisata juga menambahkan:

“Dikarenakan waktu itu website kami mengalami salah teknis, jadi kami juga menumpang informasi sebagai bentuk kerjasama juga untuk mempromosikan destinasi pariwisata di media pemerintahan yaitu Infokom yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informasi.



Gambar 4.16. Media Partner Fokus Papua
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Terkait media komunikasi mempunyai 4 jenis alat media yang digunakan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua sendiri memakai 2 jenis alat, seperti media visual yang mana semua dokumentasi terkait destinasi pariwisata yang di share di media sosial dan juga website baik website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata maupun website media partner. Selain itu juga menggunakan media audio-visual seperti video-video destinasi yang dipajang baik yang ada di media sosial seperti youtube dan juga website.

4.1.2. Identifikasi Strategi Komunikasi Pariwisata pada Media Komunikasi

Dalam penyusunan program-program tersebut guna untuk memanfaatkan *event* PON XX, tentunya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua menyusun strategi komunikasi agar tujuan yang ingin disampaikan itu jelas dan tepat pada sasaran. Staf teknis pengembangan pariwisata Nelman Rumere juga menambahkan bahwa:

“Dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua sendiri mempunyai 3 kategori jangka untuk penyusunan sebuah program, ada

jangka pendek yang kisaran 5 Tahun, jangka menengah 10 Tahun, dan jangka panjang 15 Tahun. Terkait PON XX itu termasuk dalam jangka pendek, kami membuat dan menyusun program untuk mendukung jalannya PON XX untuk menarik minat wisatawan juga tentunya.”

Beliau juga menambahkan :

“Promosi pariwisata juga kami lakukan melalui beberapa program yang disusun untuk menyukseskan PON XX kemarin, salah satunya membuat program yang bekerjasama dengan Kementerian dengan agenda yaitu acara mengemas sebuah produk dan hal itu diupload di media sosial. Kita rasa hal ini juga bisa mempengaruhi promosi pariwisata.”

Dari pemaparan staf teknis pengembangan pariwisata tersebut bahwa dalam menyusun sebuah strategi komunikasi guna memanfaatkan *event* PON XX dalam upaya meningkatkan pariwisata dikaji dengan tahap-tahap menurut Ariffin (2004) sebagai berikut:

1. Pengenalan Khalayak

Secara umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua dalam menetapkan khalayak khususnya pada *event* PON XX kemarin yakni calon wisatawan termasuk secara relatif. Hal ini tentunya disesuaikan target dari program yang ingin dituju tersebut. Seperti yang kita ketahui, Provinsi Papua tentunya mempunyai banyak sekali potensi pariwisata bagi wisatawan mancanegara yang mencari wisata budaya dan juga sejarah.

“Pada saat *event* PON XX kemarin, karena banyak tempat yang sudah diketahui atau *viral*, kami menyusun program yang tujuannya untuk mendukung dan memanfaatkan *event* tersebut dengan memperbarui dan membangun destinasi wisata tersebut dan meningkatkan lagi keamanan bagi para wisatawan agar tetap nyaman dan aman saat mengunjungi destinasi pariwisata.”

Nelman Rumere selaku Staf Teknis Pengembangan Pariwisata juga memaparkan:

“Target wisatawan yang dituju ada 2 yaitu, pengunjung lokal dan juga mancanegara, namun karena tahun 2020 ada pandemi jadi tidak dikhususkan untuk mancanegara. Jadi isi pesan yang kami sampaikan kepada masyarakat lokal ya masih melalui individu ke individu lainnya menggunakan bahasa sehari-hari. Tapi, karena ada PON ini ya kami buat juga untuk masyarakat wisatawan yang datang ke Papua.”

Pengunjung lokal yang dimaksudkan dalam hal ini merujuk kepada masyarakat Indonesia, apalagi dalam pemanfaatan penyelenggaraan *event* ini yang dimana akan ada masyarakat dari luar Papua datang untuk berkunjung bukan hanya atlet yang akan bertanding tetapi wisatawan yang juga datang bukan hanya sekedar perihal bisnis atau pekerjaan maupun bisa juga untuk menyaksikan PON XX bahkan keinginan untuk berlibur di Provinsi Papua.

Dari banyaknya kegiatan yang dilakukan dan dipersiapkan di atas, dari hasil observasi dimana salah satu contoh kegiatan yang dicanangkan yaitu dalam program pembenahan dan renovasi pondok jualan dan juga destinasi wisata. Yang dimana dari pembenahan tempat wisata tersebut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pastinya menetapkan khalayak atau target yang ingin di benah yaitu selain pondok penjualan kelapa muda di Skyland, dengan program pembenahan pembangunan fisik yang dimana salah satu kegiatannya ialah pembangunan toilet, disini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua dalam mewujudkan program tersebut menetapkan target tempat destinasi wisata yang akan dibangun yaitu di Pantai Base-G, Pantai Hamadi dan Pantai Holtekam. Hal itu merupakan salah satu bukti nyata penetapan target khalayak dalam kegiatan pembangunan fisik yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua tahun 2021. Begitu juga dengan salah satu festival yang dicanangkan yaitu festival Port Numbay dengan target yang

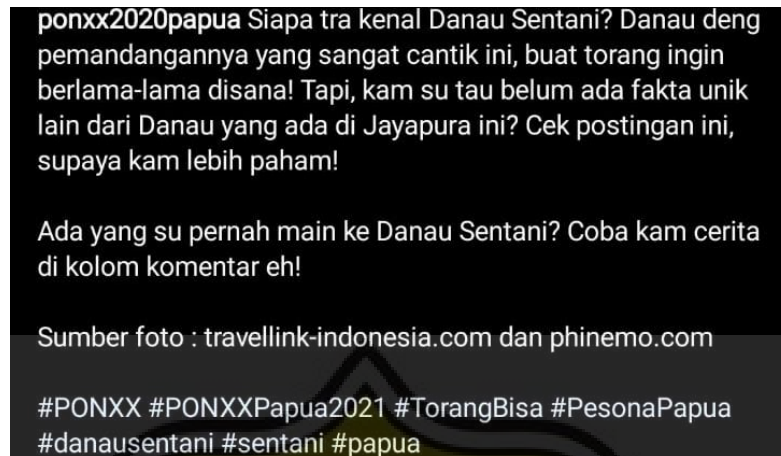
ditetapkan yaitu kehadiran 100% oleh masyarakat yang ada dengan didukung juga sistem hybrid yang tentunya diharapkan masyarakat di luar Papua pun bisa ikut terlibat dalam hal menyaksikan pertunjukan yang ada.

2. Penyusunan Pesan

Dalam penyusunan pesan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua menyesuaikan dengan target khalayak yang ada apalagi pada saat *event* PON XX banyak wisatawan yang hadir dari berbagai pulau. Apalagi di zaman modern seperti sekarang, dimana digitalisasi sangat digunakan. Seperti yang diungkapkan oleh Boni Asso selaku Kepala Bidang Ekonomi Kreatif bahwa:

“Kami sekarang lebih berpikir pada efisiensi dan juga efektivitas sebuah pesan dan cenderung kepada IT. Kita melihat kembali informasi dan data yang layak untuk dikonsumsi oleh khalayak umum, jadi kita lebih memanfaatkan peluang-peluang yang ada untuk dipakai.”

Dari hasil analisis, pesan yang disampaikan kepada masyarakat lokal itu secara singkat, padat tapi tetap jelas walaupun bahasa yang digunakan lebih kepada bahasa yang campur antara bahasa sehari-hari dengan bahasa Indonesia tapi masih mudah dimengerti oleh masyarakat atau khalayak umum. Sedangkan, untuk mancanegara tetap menggunakan bahasa *international* atau yaitu bahasa *English*.



Gambar. 4.17. Caption Postingan Instagram
Sumber: Instagram PON XX Papua, 2021

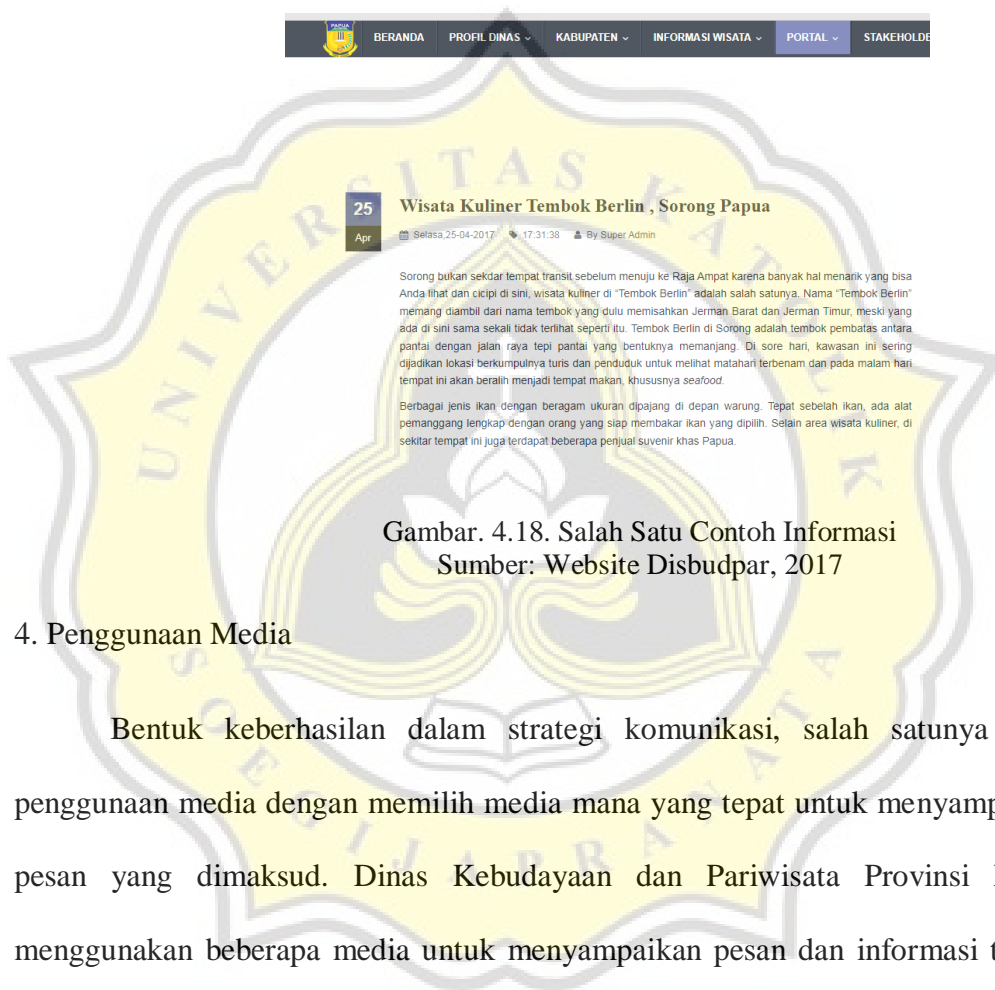
3. Penetapan Metode

Dilihat dari penyampaian pesan yang disusun, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua dalam hal menyebarkan informasi dan juga promosi terkait pariwisata menggunakan metode informatif, persuasif dan juga edukatif, seperti yang dikemukakan oleh Kepala Bidang Ekonomi Kreatif Boni Asso bahwa:

“Dari pesan yang ingin disampaikan sama, lebih berfikir pada efisiensi dan juga efektivitas, jadi dari kami hanya mengkonsep atau memilih metode sekali upload saja dengan berdasarkan informasi dan data yang kami sampaikan itu layak di konsumsi khalayak umum dan perlu untuk dipublikasikan kepada banyak orang. Tapi, kembali lagi kepada penonton dan wisatawan yang melihat informasi tersebut.”

Selain dari informasi atau pesan yang disampaikan berisikan informasi mengenai pariwisata yang ada di Papua dan juga mengajak untuk datang dan berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Penggunaan bahasa atau informasi yang disampaikan juga memakai bahasa campur yang adalah menggunakan bahasa sehari-hari yang ada di Papua namun masih dimengerti oleh khalayak umum, hal

ini yang menjadikan penggunaan pesan tersebut bersifat edukatif dimana mengajarkan kepada masyarakat luar Papua bahwa bahasa atau logat Papua sebenarnya masih bisa dipahami oleh mereka walaupun harus ditambahkan atau dicampur beberapa bahasa Indonesia.



Gambar. 4.18. Salah Satu Contoh Informasi
Sumber: Website Disbudpar, 2017

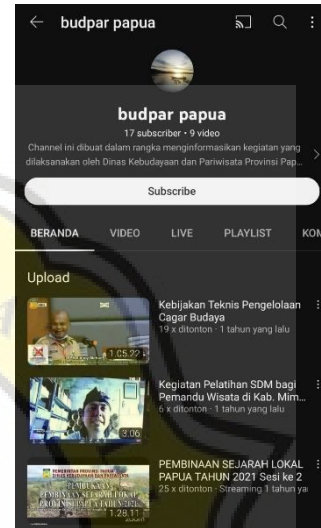
4. Penggunaan Media

Bentuk keberhasilan dalam strategi komunikasi, salah satunya ialah penggunaan media dengan memilih media mana yang tepat untuk menyampaikan pesan yang dimaksud. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua menggunakan beberapa media untuk menyampaikan pesan dan informasi terkait mempromosikan pariwisata baik sebelum dan pada saat PON berlangsung. Sama halnya yang dikemukakan oleh Kepala Bidang Ekonomi Kreatif, Boni Asso bahwa:

“Dalam mempromosikan dan mempublikasikan pariwisata dan umkm pelaku ekonomi kreatif, kami menggunakan media sosial seperti youtube, facebook dan juga twitter. Dari media sosial ini dikarenakan sifatnya terbuka untuk semua kalangan dan umum, dan kami juga sifatnya promosi jadi tidak membatasi siapapun yang mau mengaksesnya.”



Gambar 4.19. Facebook



Gambar 4.20. Youtube

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Staf Bidang Pengembangan Pariwisata Nelman Rumere juga menambahkan :

“Selain seharusnya menggunakan media sosial, kami juga mempunyai website yang kami gunakan untuk menginformasikan pariwisata di Provinsi Papua ini, baik destinasi pariwisatanya, pilihan-pilihan hotel dsb.”



Gambar 4.21. Website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prov Papua

Sumber: Dokumentasi Pribadi

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pemanfaatan *Event* PON XX sebagai Media Komunikasi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua

Dalam pemanfaatan *event* PON XX pada tahun 2021 ini tentu saja punya tugas dan wewenangnya masing-masing dalam menyukseskan *event* tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai otoritas yang berwenang atas dasar utusan gubernur dalam menyelenggarakan segala urusan pemerintahan di bidang pariwisata melihat peluang positif untuk melakukan promosi dalam meningkatkan pariwisata untuk meningkatkan kedatangan pengunjung ke destinasi wisata yang ada di Papua khususnya Kota dan Kabupaten Jayapura.

Pemanfaatan yang menjadikan penyelenggaraan PON XX sebagai sarana meningkatkan pariwisata ini terus dilakukan dengan berbagai persiapan dan rencana program sesuai dengan visi dan juga misi dari Gubernur Papua guna mendukung pelaksanaan *event* PON XX tahun 2021 dengan menyusun 2 program dengan berbagai kegiatan di dalamnya dari 3 klasifikasi program yang merujuk pada pengembangan dan pemanfaatan PON XX yaitu ada Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata dan Program Pengembangan Destinasi Pariwisata dimana dua program tersebut diisi dengan berbagai kegiatan. Selain mempersiapkan berbagai khas daerah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua juga membenahi dan meningkatkan potensi dan destinasi pariwisata yang ada di Papua khususnya Kota dan Kab Jayapura. Tentunya hal ini juga didukung dengan pagelaran acara festival yang diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi yang juga bekerjasama dengan pemerintah kota dan panitia besar PON

bidang sosial budaya. Pagelaran budaya yang diadakan antara lain, Festival Port Numbay pada 29-20 September 2021, ada juga Festival Budaya Nusantara yang terdiri dari Festival Kopi dan Festival Noken pada 7-9 Oktober 2021, dan yang terakhir ada Pesta Budaya yang diadakan pada 12-14 Oktober 2021 untuk menutup rangkaian semarak penyelenggaraan PON XX.

Panitia besar PON XX juga menyusun rencana dan kegiatan untuk meningkatkan potensi pariwisata dengan meluncur aplikasi Papua *Tourism* dan Gerai Honai Papua yang telah berfungsi dengan baik. Selain itu, untuk mengencarkan kunjungan wisatawan, panitia membuat program Wisata Gratis dengan menggabungkan anak-anak muda Papua dalam Ambassador Budaya yang didukung dengan pelatihan-pelatihan yang mumpuni.

Media komunikasi terdapat 2 proses, proses primer dengan menyebarkan informasi secara langsung seperti testimoni-testimoni yang diberikan. Proses ini dikatakan merupakan proses yang paling efektif. Sedangkan, proses sekunder menggunakan alat komunikasi untuk menyampaikan informasi tersebut seperti menggunakan media sosial atau media massa.

Penggunaan media partner nyatanya juga memberikan dampak yang baik dalam proses penyebaran informasi, dalam hal ini media partner pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua ada 2 yaitu “Fokus Papua” dan “Infokom”. Hal ini juga berkesinambungan, alat media yang digunakan ada 2 jenis dari 4 jenis yang ada yaitu media visual dan media audio-visual.

4.2.2. Identifikasi Strategi Komunikasi Pariwisata pada Media Komunikasi

Penyusunan sebuah program tentunya akan berjalan sesuai tujuan jika disusun dengan strategi komunikasi agar bisa tepat pada sasaran dan sesuai dengan apa yang ingin disampaikan apalagi dalam sektor Pariwisata sebagai upaya untuk meningkatkan pariwisata.

Maka dari itu, penyusunan program Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua dikaji dengan tahap-tahap strategi komunikasi menurut Ariffin (2004):

1) Pengenalan Khalayak

Tahap pertama yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua dalam penyusunan strategi ialah, menganalisis target sasaran yang akan dituju, khususnya seperti pada *event* PON XX dianalisis bahwa target khalayak disesuaikan dengan motif perjalanan wisatawan tersebut. Yang dimana Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua juga mengacu pada Peraturan Menteri Dalam Negeri No.54 Tahun 2010, yang terdiri dari 3 tahapan, salah satunya tahap persiapan penyusunan yang didalamnya berisikan tahap untuk menetapkan target khalayak sasaran. Khalayak yang ditetapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata merupakan wisatawan lokal dan mancanegara, walaupun sempat ditutup dikarenakan Pandemi pada tahun 2020. Namun, dengan adanya penyelenggaraan *event* PON XX dibuka kembali dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada dengan baik. Hal ini dibuktikan juga dengan menetapkan perbedaan target khalayak sesuai dengan program yang ingin dituju. Sama halnya seperti pagelaran festival yang diprogramkan di atas, dimana target khalayak yang ingin dituju yaitu 100% peserta baik dari masyarakat Papua sendiri maupun wisatawan dari luar

dikarenakan Papua dinilai sudah aman karena kasus *Covid* telah mencapai *Zero Casus*.

2. Penyusunan Pesan

Dalam hal penyusunan pesan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua menyesuaikan dengan target khalayak yang menjadi sasarannya. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua juga menyadari bahwa pesan yang disampaikan kepada target khalayak harus efektif dan efisien mungkin. Informasi yang disampaikan pun harus layak untuk dikonsumsi khalayak. Hal ini juga sesuai dimana komunikasi yang baik dan efektif apabila pesan yang ingin disampaikan itu salah satunya harus jelas dan mudah dimengerti, dikarenakan jika dilihat dari fungsi yang telah disampaikan pada tinjauan pustaka bahwa dalam menyebarkan sebuah pesan komunikasi tidak bisa asal dikarenakan perlu adanya langkah-langkah yang sesuai dengan apa yang ingin dituju. Bahasa yang digunakan juga seringkali mengikuti situasi dan kondisi target, selain menggunakan bahasa yang formal, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua juga menggunakan dan memanfaatkan bahasa sehari-hari tetapi yang mudah dipahami agar masyarakat lokal lebih mudah tertarik dengan keanekaragaman yang ada dalam bahasa tersebut.

3. Penetapan Metode

Dalam menyebarkan pesan informasi demi tercapainya sebuah tujuan, maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menggunakan 3 metode.

Metode yang pertama ialah metode informatif, dimana Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua berpikir lebih seberapa efisien dan efektif dari sebuah pesan yang akan disampaikan kepada khalayak umum dengan informasi dan

data yang akurat. Kemudian metode persuasif, dimana dalam menyampaikan pesan informasi tersebut kata-kata yang disampaikan tentu saja untuk mengajak masyarakat sesuai dengan apa yang diinginkan baik kepada masyarakat lokal maupun wisatawan dari luar. Pesan persuasif yang disampaikan pun tentunya berbeda dalam penanganan bahasa yang digunakan. Dan yang terakhir penggunaan metode edukatif, dimana pesan yang sifatnya mendidik berupa fakta-fakta, ilmu, pendapat dan juga pengalaman sebagai salah satu usaha untuk mempengaruhi khalayak. Metode edukatif yang digunakan selain dengan memperkenalkan berbagai destinasi pariwisata yang ada di Papua, penggunaan bahasa lokal Papua juga disertakan tetapi bahasa yang dilontarkan masih dapat dipahami dengan baik.

Dari hasil analisis, dimana pesan yang disampaikan kepada masyarakat luas atau lokal dalam mempromosikan pariwisata guna untuk mengajak sekaligus mengedukasi masyarakat lebih kepada menggunakan bahasa yang mudah ditangkap yaitu bahasa sehari-hari tetapi masih bisa dipahami. Namun, kepada wisatawan mancanegara penggunaan bahasa dalam penyebaran pesan tentunya menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa *internasional* yaitu bahasa *English* yang mudah dipahami masyarakat mancanegara.

4. Penggunaan Media

Berkembangan zaman digitalisasi di era informasi dan komunikasi dan mengetahui bahwa pengaruh media sangat kuat menjadikan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua mengencangkan penggunaan media untuk menyampaikan pesan dan informasi guna mempromosikan pariwisata khususnya

menjelang *event* PON XX kemarin. Media yang digunakan juga tentunya menarik kerjasama dengan instansi dan media lokal yang ada di Papua.

Media yang digunakan yakni media digital seperti media sosial (facebook, twitter dan youtube) dan website, media cetak seperti spanduk, dan *event-event* yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dengan bekerjasama dengan Panitia dan Instansi OPD lainnya guna untuk menyukseskan PON XX Papua 2021 dalam mempromosikan pariwisata dan juga pelaku ekonomi kreatif.

Selain itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga menggait media partner untuk mendukung penyebaran informasi terkait pariwisata melalui media portal media online lokal dan juga media pemerintah.

