

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian

4.1.1. Sejarah Dan Letak Geografis Air Terjun Moramo

Air Terjun Moramo adalah salah satu wisata yang berada di Sulawesi Tenggara di bawah pengawasan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Konawe Selatan. Air Terjun Moramo pertamakali ditemukan oleh seorang transmigran dari Jawa pada tahun 1980. Proses menemukan air terjun tersebut tidak sengaja, saat dia sedang membuka jalan untuk menangkap Anoa. Kemudian di tahun 1989 mulai dibuka jalan menuju lokasi Air Terjun Moramo. Akhirnya pada tahun 1990 Air Terjun Moramo resmi dijadikan sebagai objek wisata. Lalu pada tahun 2022 masuk dalam 50 Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) dan menjadi juara 3 kategori daya tarik pengunjung.

Air Terjun Moramo terdapat pada Kawasan Suaka Alam Suaka Margasatwa tepatnya Tanjung Peropa di Desa Sumbersari Kecamatan Moramo Kabupaten Konawe Selatan, dengan luas keseluruhan dari Alam Suaka ini sekitar 38.937 hektar. Karena lokasinya tidak bisa dilalui kendaraan maka pengunjung akan berjalan kaki dari lokasi kendaraan sepanjang 1.2 kilo meter menuju Air Terjun Moramo. Air Terjun Moramo mempunyai keunikan air yang bertingkat-tingkat dan yang indah dengan ketinggian sekitar 100 meter. Dari ketinggian tersebut, terdapat juga tingkatan kecil yang sekaligus berfungsi sebagai tempat penampungan air (semacam kolam air), dan juga airnya yang sangat jernih dan pemandangan alam yang asri.

4.1.2. Profil Singkat Dinas Pariwisata Konawe Selatan

Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan merupakan unit teknis yang menangani dan menggerakkan pembangunan pariwisata Kabupaten Konawe Selatan yang didasarkan pada upaya untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan nusantara maupun mancanegaraan membentuk citra Kabupaten Konawe Selatan sebagai bandar dunia yang menarik dikunjungi oleh wisatawan.

Dinas Pariwisata dulunya bernama Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata yang diresmikan pada tanggal 5 februari 2009 oleh bupati Konawe Selatan, yang kemudian dipisah karena masing-masing berdiri sendiri. Muncullah nama baru menjadi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Konawe Selatan pada tanggal 17 desember 2018. Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan bertempat di Potoro, Kec. Andoolo, Kabupaten Konawe Selatan, Sulawesi Tenggara 93819. Pariwisata mempunyai tantangan yang sangat kuat untuk memenuhi kedua tugas tersebut. Untuk memperoleh hasil yang maksimal dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat sekaligus mewujudkan visi dan misi pariwisata Kabupaten Konawe Selatan maka diperlukan upaya-upaya pengembangan segenap potensi dan sumber daya sebagai kekuatan internal yang harus saling bersinergi secara optimal dalam rangka peningkatan manajemen Dinas Pariwisata.

4.1.3. Visi Dan Misi Dinas Pariwisata Konawe Selatan dalam meningkatkan jumlah kunjungan

1. Visi

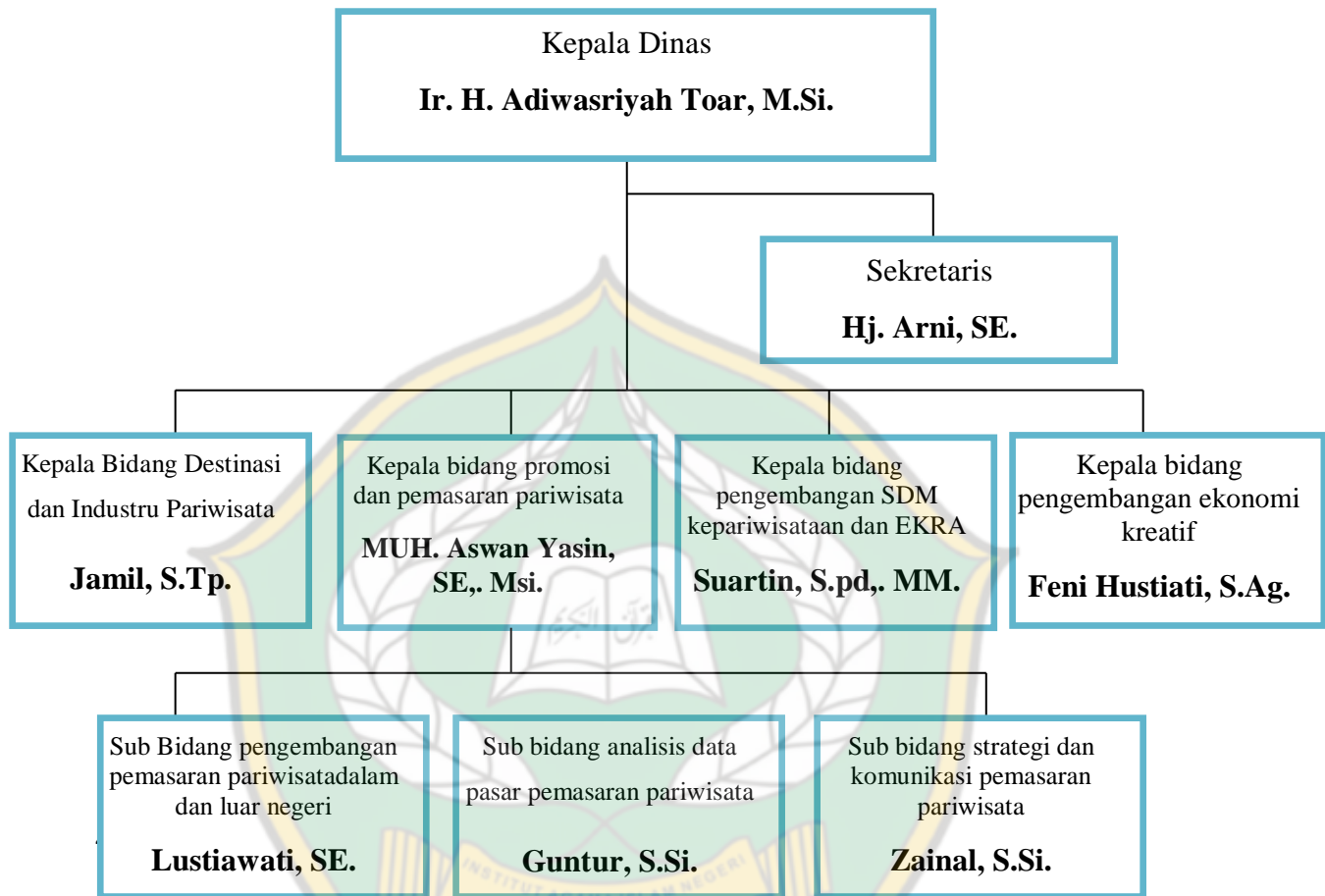
Terwujudnya kepariwisataan daerah yang kreasi berbasis pedesaan di Kabupaten Konawe Selatan.

2. Misi

- a. Penguatan organisasi serta sumber daya manusia dan seluruh pelaku dalam pengembangan kepariwisataan
- b. Pengembangan destinasi wisata berbasis pada keunggulan potensi kepariwisataan secara meratadan berkeadilan dimulai dari pengembangan aksesibilitas destinasi pariwisata
- c. Pengembangan industri pariwisata yang berkualitas,berkelanjutan dan berdaya saing
- d. Penguatan regulasi dan kebijakan dalam pengembangan pariwisata serta usaha-usaha kreatif yang berkualitas dan berdaya saing.

4.1.4. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Konawe Selatan



Sumber: Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan

4.1.5. Tugas Dan Fungsi

1. Tugas

Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan memiliki tugas melaksanakan urusan pemerintahan daerah atas dasar asas otonomi dan tugas di bidang Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan yang menjadi tanggungjawab dan kewenangannya berdasarkan peraturan perundang-undang yang berlaku. Untuk menopang agar tugas pokok Dinas Pariwisata

Kabupaten Konawe Selatan berjalan dengan baik dalam melaksanakan tugasnya ada beberapa fungsi yang diseleggarakan.

2. Fungsi

Dalam melaksanakan tugas Dinas Pariwisata menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a. Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang pariwisata dan kebudayaan
- b. Pengelolaan administrasi umum meliputi ketatalaksanaan, keuangan, kepegawaian, perlengkapan dan peralatan
- c. Pengelolaan unit pelaksana teknis dinas
- d. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

4.1.6. Program Kerja Dinas Pariwisata Konawe Selatan

Dinas Pariwisata memiliki berbagai program kerja yang sedang di kerjakan untuk menunjang perkembangan pariwisata Kabupaten Konawe Selatan dari beberapa pogram kerja ada beberapa yang sudah terlaksana dan juga ada beberapa yang belum terlaksana. Semua program kerja di rencanakan sesuai dengan aturan dan pengamatan yang dilakukan sebagaimana yang diketahui destinasi wisata di Kabupaten Konawe Selatan masih dalam tahap berkembang. Program-program kerja tersebut ialah:

1. Kegiatan peningkatan sarana dan prasarana pariwisata
 - a. Kegiatan peningkatan sarana dan prasarana pariwisata

- b. Kegiatan pengembangan objek wisata (dokumen fisik kegiatan bidang pariwisata).

2. Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata

- a. Kegiatan pengembangan jaringan kerjasama promosi pariwisata
- b. Kegiatan koordinasi dengan sektor pendukung pariwisata
- c. Kegiatan penyusunan rencana induk pariwisata.

3. Pelaksanaan Pelatihan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS)

Pelatihan kelompok sadar wisata dilakukan sekitar 2-3 kali dalam setahun, pelatihan dilakukan untuk membantu para anggota POKDARWIS memahami dan mengerti bagaimana tugas-tugas yang seharusnya mereka kerjakan dan bagaimana cara melestarikan serta mengembangkan wisata di lingkungan sekitar. Kegiatan pelatihan POKDARWIS sampai saat ini masih dilakukan karena pelatihan ini berguna bagi para anggotanya dan juga pelatihan ini direspon baik oleh masyarakat sekitar.

4. Pelaksanaan Kegiatan Pemilihan Putra Putri Pariwisata dan Duta Wisata Kabupaten Konawe Selatan.

Sedangkan untuk program kerja yang belum di kerjakan dan belum teroptimalkan adalah kegiatan pengembangan jaringan kerjasama promosi pariwisata, pengembangan kualitas SDM, pelestarian pengembangan seni budaya dan kegiatan penyusunan rencana induk pariwisata.

4.2. Hasil Penelitian

4.1.1. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah

Kunjungan Wisatawan Air Terjun Moramo

Untuk memperoleh hasil penelitian dalam memenuhi rumusan masalah pertama, peneliti melakukan wawancara kepada pihak yang berkenan langsung dengan penelitian ini, peneliti menetapkan 12 orang informan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, dengan berbagai karakteristik sebagai berikut:

Tabel 4.1.1: Daftar Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Jabatan
1	Ir. H. Adiwastriyah Toar, M.Si	Laki-laki	Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan
2	Nanang priyatno, S.Pd.	Laki-laki	Kepala desa Sumpersari
3	Ipa Sapari Suryadin	Laki-laki	Ketua organisasi podarwis desa sumpersari Moramo
4	Agus	Laki-laki	Penjaga karcis
5	Ibrahim	Laki-laki	Warga Setempat
6	Nyoman Wiani	Perempuan	Pedagang makanan khas
7	Fia	Perempuan	Wisatawan berasal dari Buton
8	Roslia	Perempuan	Wisatawan berasal dari Jakarta
9	Lian Agustian	Perempuan	Wisatawan berasal dari Landonno
10	Miranda Tribuana	Perempuan	Wisatawan berasal dari Tinanggea
11	Chaerani Umma	Perempuan	Wisatawan berasal dari Kendari
12	Mustika Airin	Perempuan	Wisatawan berasal dari Kendari

Sumber: Penulis, 2023

Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan dalam mengembangkan objek wisata Air Terjun Moramo membangun koordinasi yaitu antara Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan dengan pengelola Air Terjun Moramo atau yang biasa dikenal dengan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS). Koordinasi yang dilakukan oleh kedua belah pihak telah berjalan cukup baik. Sehingga Dinas Pariwisata dapat selalu menjalankan perannya dalam pengembangan objek wisata Air Terjun Moramo. Kegiatan strategi komunikasi yang dilaksanakan dapat meningkatkan arus kunjungan wisatawan.

Tabel 4.1.2 : Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara Air Terjun Moramo Tahun 2019-2022

Tahun	Wisatawan		Jumlah (orang)
	Nusantara (orang)	M mancanegara (orang)	
2019	1.250	7	1.257
2020	1.085	5	1.090
2021	2.403	13	2.416
2022	2.000	10	2.017

Sumber: Pokdarwis Air Terjun Moramo

Dari data jumlah kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara di berbagai objek wisata yang ada di Air Terjun Moramo, dapat diartikan bahwa jumlah wisatawan terus meningkat dengan sangat signifikan di setiap tahunnya. Apabila di manfaatkan dengan baik maka akan memberikan

keuntungan baik dari segi kesejahteraan masyarakat maupun pendapatan daerah.

Suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya selalu berusaha untuk memenuhi permintaan konsumen agar mereka merasa puas dan nyaman. Yang menjadi masalah adalah bagaimana dan sampai sejauh mana wisatawan dan calon wisatawan selaku pengguna jasa mengetahui mutu dan kenyamanan tempat tersebut. Cara yang dipilih oleh suatu perusahaan adalah dengan melakukan strategi komunikasi. Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Adiwasriyah Toar selaku kepala Dinas Pariwisata.

”Strategi kami mencakup tiga yaitu, melalui Periklanan, *Institutional Selling* dan *Direct Marketing*. Strategi yang kami lakukan dalam menarik wisatawan yaitu dengan selalu mengupgrade sarana prasarana serta selalu mempromosikan objek wisata. Kami juga selalu mengikuti lomba-lomba yang diadakan pemerintah dengan harapan agar objek wisata di Konawe Selatan lebih dikenal” (Wawancara bapak Adiwasriyah Toar, 10 April 2023).

Hasil penelitian yang diperoleh bapak Adiwasriyah Toar selaku Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan dalam strategi yang dilakukan berusaha memengaruhi masyarakat untuk berkunjung ke objek wisata di Kabupaten Konawe Selatan, melalui bauran strategi komunikasi diantaranya periklanan, penjualan personal, dan pemasaran langsung.

Ada tiga strategi pemasaran yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Konawe Selatan masing-masing memiliki peran dan dijelaskan sebagai berikut:

1. Melalui Periklanan

Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan menerapkan strategi melalui periklanan untuk mempromosikan potensi wisata di Kabupaten Konawe Selatan. Tetapi tidak semuanya dipakai, hanya beberapa media saja yang dipilih. Model periklanan yang dilakukan Dinas Pariwisata Konawe Selatan adalah melalui media elektronik dan media cetak seperti:

a. Koran

Koran adalah salah satu sarana berpromosi yang mudah dilihat orang, contohnya di Koran Sultra Tribun news. Di Koran diiklankan setiap kali akan ada event. Disana ada berita acara yang digelar, dinas pariwisata tetap memasang iklan dikoran, karena mereka percaya bahwa masih ada peminatnya, meskipun saat ini sudah banyak yang beralih ke media online. Seperti yang dikatakan bapak Adiwasriyah Toar selaku kepala Dinas Pariwisata.

“Kami tetap mengiklankan di koran ketika akan diadakan event dan acara-acara tertentu, karena sampai saat ini koran masih ada pembaca dan peminatnya, walaupun sudah banyak yang malas membaca koran dan beralih ke media online” (Wawancara bapak Adiwasriyah Toar, 10 April 2023).

b. Brosur

Dinas Pariwisata memakai brosur bertujuan mengenalkan destinasi pariwisata lebih dekat kepada pengunjung, Brosur yang dibuat oleh Dinas Pariwisata diedarkan pada saat akan diadakannya pameran atau *event*. Seperti pernyataan kepala Dinas Pariwisata Konawe Selatan bapak Adiwasriyah Toar, 10 April 2023.

“Kami memang mempunyai brosur dan biasanya ada di tiap-tiap objek wisata. Kami lebih sering menggunakan brosur ketika menjelang *event*, lalu ketika *event* kami menjelaskan gambaran umum tentang objek wisata yang akan kami. Kami membuat brosur

sem menarik mungkin agar wisatawan mudah tertarik (Wawancara bapak Adiwasiyah Toar, 10 April 2023).

Gambar 4.2 : Brosur Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan



Sumber : Kantor Dinas Pariwisata Konawe Selatan

c. Spanduk

Spanduk merupakan kain membentang dan biasanya berada di tepi-tepi jalan yang berisi tulisan, warna dan gambar. Spanduk dipasang ditempat yang mudah dilihat agar mempermudah suatu promosi.

Berikut kutipan wawancara kepala Dinas Pariwisata Konawe Selatan bapak Adiwasiyah Toar.

“Kami memasang spanduk ketika sedang mengadakan kegiatan atau *event* berlangsung terkadang kami juga memasang spanduk saat dibutuhkan seperti sedang ada himbuan dan lain-lain” (Wawancara bapak Adiwasiyah Toar, 10 April 2023).

Gambar 4.3 : Spanduk Himbuan Dinas Pariwisata



Sumber : *Facebook* Desa Wisata Air Terjun Moramo Sumbersari

d. Media Elektronik Televisi

Dinas Pariwisata Konawe Selatan melakukan promosi melalui televisi diantaranya berupa video-video dokumenter yang ditayangkan di televisi melalui saluran TVRI Sulawesi Tenggara. Seperti pernyataan Dinas Pariwisata Konawe Selatan bapak Adiwasriyah Toar.

“Media televisi yang kami gunakan yaitu televisi lokal TVRI untuk menayangkan semacam video dokumenter dengan sistem *endorse* yang berisikan jalan-jalan wisata kuliner dan objek wisata di Konawe Selatan, seperti halnya *vlog* yang lagi ramai di media social. Video tersebut memperkenalkan dan mengajak dengan cara mengkomunikasikan testimoni kunjungan ke Konawe Selatan. Video tersebut kami kemas semenarik mungkin agar tertarik dilihat. Hal ini dilakukan agar calon wisatawan dapat terbujuk untuk melakukan perjalanan ke Kabupaten Konawe Selatan” (Wawancara bapak Adiwasriyah Toar, 10 April 2023).

e. Website Dan Media Sosial

Website yang kami gunakan <https://www.misteraladin.com/blog/5-air-terjun-terindah-di-indonesia/> *Website* dapat memuat berita terkini berbagai informasi mengenai destinasi obyek wisata, akomodasi, agenda/*event* dan kuliner. Dan media sosial yang digunakan adalah *instagram* dan *facebook* akun yang dikelola sendiri oleh dinas pariwisata sementara seperti *youtube*, dan *website* kami melakukan kerja sama. Hal tersebut dibenarkan oleh ketua Pokdarwis bapak Ipa Sapari.

“Kami menggunakan Website seperti mister aladin untuk memudahkan wisatawan luar kota dan luar negeri untuk perjalanannya, seperti dengan menggunakan *Website*, kami menjemput dari bandara, menyediakan *home stay*, lalu memandu kegiatan selama liburan seperti jasa *tour guide*. Kami juga menggunakan *instagram* selain mempunyai *instagram* pribadi kami juga bekerjasama dengan akun resmi *instagram* bagian protokol

dan komunikasi daerah Kabupaten Konawe Selatan dan facebook untuk mempromosikan atau memberitahu kegiatan dan himbauan yang meliputi wisata Air Terjun Moramo” (Wawancara bapak Ipa Sapari, 03 Mei 2023).

Gambar 4.4 : *Website* Mister Aladin



Sumber : *Facebook* Desa Wisata Air Terjun Moramo Sumbersari

2. *Institusional Selling* (Penjualan Kelembagaan)

Strategi komunikasi kedua yang digunakan oleh Dinas Pariwisata adalah *Institusional selling*. Untuk mengembangkan pertumbuhan penjualan dinas pariwisata terus membutuhkan adaptasi dan inovasi terus-menerus untuk memenuhi kebutuhan dan harapan calon wisatawan, salah satu tren paling signifikan dalam penjualan institusional adalah transformasi digital dari proses penjualan, yang dimungkinkan oleh perkembangan pesat dan adopsi teknologi dan alat baru. Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Adiwasiyah Toar selaku kepala Dinas Pariwisata.

“Dalam penerapan *Institusional selling* yaitu kami terus mengembangkan inisiatif-inisiatif dan terus membutuhkan inofasi terbaru agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan atau calon wisatawan. Untuk mempermudah promosi yang kami lakukan kami mengikuti pameran atau lomba. Kami menyiapkan brosur-brosur seperti contoh kami melakukan promosi tahun lalu di Jakarta Pada ADWI (Anugerah Desa Wisata Indonesia) yang bertujuan memperkenalkan objek wisata dan juga kuliner khas Kendari, kami diundang dan bekerja sama dan berpartisipasi

didalamnya dengan harapan dapat dipromosikan agar objek wisata kami lebih dikenal khayalak. Dan memanfaatkan media sosial yang sangat ramai sebagai sarana penjualan yang cepat, juga melalui situs, iklan yang ada di media sosial juga *website* mister aladin yang kami gunakan. Promosi dilakukan dengan mengikuti *event* seperti pameran lalu kami membagikan brosur” (Wawancara bapak Adiwasriyah Toar, 10 April 2023).

Gambar 4.5 : Piagam penghargaan setelah mengikuti lomba ADWI



Sumber : *Facebook* Desa Wisata Air Terjun Moramo Sumbersari

3. Direct Marketing

Pemasaran langsung atau direct marketing yaitu komunikasi lisan atau tertulis dari orang ke orang atau komunikasi elektronik yang berkaitan dengan hasil atau pengalaman mengunjungi suatu destinasi wisata. Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan memanfaatkan pengalaman wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara yang mengunjungi objek wisata untuk mempromosikan pariwisata kepada calon wisatawan. Dalam hal ini pengaruh perkataan seseorang lebih kuat dari pada informasi dari berbagai iklan. Sebagaimana yang dikatakan oleh bapak Ipa Sapari dalam wawancara sebagai ketua Pokdarwis.

“Menurut saya wisatawan yang sudah datang berkunjung ke Air Terjun Moramo pastinya ada beberapa orang yang menceritakan pengalamannya berwisata kepada teman-temannya ataupun itu keluarganya sendiri. Ini seperti mempengaruhi calon wisatawan selanjutnya untuk datang berkunjung ke Air Terjun Moramo. Di

setiap ramai atau *weekend* saya naik langsung ke atas untuk berbincang-bincang ke wisatawan dan melihat situasi di area wisata lalu jika mengenai pemasaran langsung bisa dilihat sendiri apa saja kelebihan yang dimiliki objek wisata” (Wawancara bapak Ipa Sapari, 03 Mei 2023).

Ternyata selain menggunakan strategi itu semua banyak dari pengunjung atau wisatawan yang juga mendapat informasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth* dari wisatawan yang telah berkunjung sebelumnya, ada juga dari wisatawan yang melihatnya dari unggahan sanak saudara. Sebagaimana yang dituturkan oleh Ifa dan Miranda Tribuana sebagai informan wisatawan Air Terjun Moramo.

“Sebelumnya saya sudah tau Air Terjun Moramo karna cukup terkenal juga tapi belum ada niat untuk pergi kesana karna waktu juga, lalu ketika teman saya sudah kesana memberitahu saya ketika kami sedang kumpul-kumpul dan melihat foto yang ada disana saya langsung tertarik, dan pada hari minggu nya saya langsung mengajak teman saya ke Air Terjun Moramo. Jadi ini pertamakali saya pergi dan sangat bagus untuk rekreasi bersama kawan ataupun keluarga” (Wawancara ifa, 05 Mei 2023).

“Saya sendiri mengetahui Air Terjun Moramo dari sebuah postingan teman saya melalui story whatsapp, juga dari postingan kendari info tentang menangnya Air Terjun Moramo dalam ADWI, yang membuat saya tertarik karna perjalanan sebelum naik ke Air terjun cantik dan alami, tempat nya juga tertata rapi dan perjalanan kesini tidak rusak jadi perjalanan dari rumah terasa nyaman” (Miranda Tribuana, 05 Mei 2023).

4.1.2. Faktor-Faktor Yang Mendukung Dan Menghambat Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan

Strategi komunikasi sangat memengaruhi jumlah wisatawan yang berkunjung, namun tidak dapat dielakkan juga bahwa terdapat faktor-faktor yang menghambat dan mendukung dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan.

1. Faktor Pendukung

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan adalah sebagai berikut :

a. Sosial Media

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata sangat didukung oleh kemajuan teknologi saat ini, seperti yang diungkapkan bapak Adiwarsiyah Toar sebagai kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan.

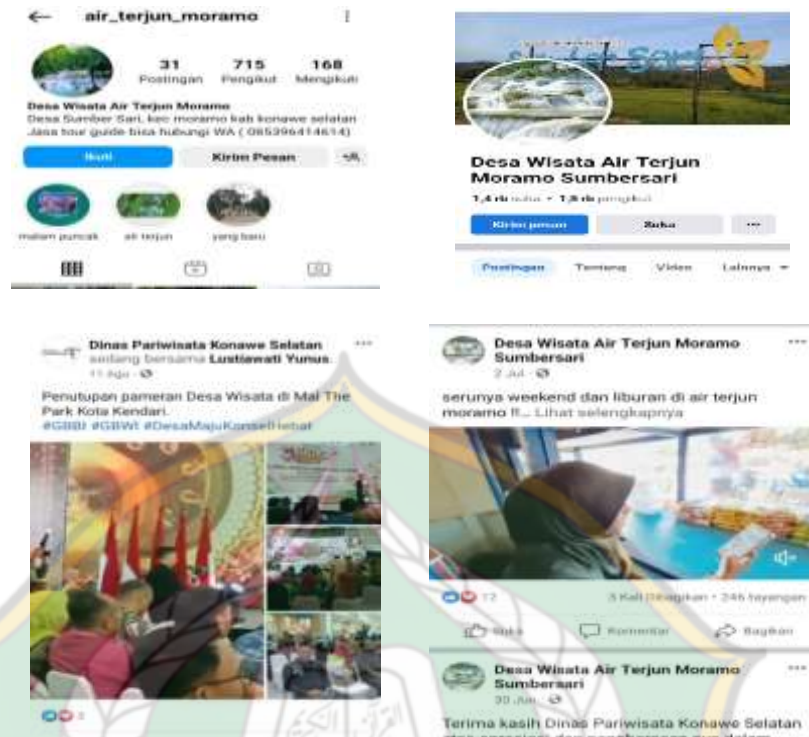
“Tentu, karena market kami juga menggunakan media sosial setelah melakukan promosi sangat meningkatkan jumlah pengunjung, apalagi setelah bapak Anis berkunjung wisatawan sangat meningkat dari berbagai macam daerah ” (Adiwarsiyah Toar, 10 April).

Mengenai jumlah pengunjung yang meningkat karena adanya promosi menggunakan beberapa media, semakin diperjelas oleh bapak Ipa Sapari selaku ketua Pokdarwis dan ibu Nyoman Wiani selaku pedagang makanan khas .

“Jumlah pengunjung dari tahun ketahun itu selalu meningkat, kecuali pada saat covid-19 namun tahun ini Alhamdulillah melampaui target, apalagi setelah pembangunan yang baru-baru dilaksanakan, juga setelah kami menang saat ADWI banyak media yang memberitakan Air Terjun Moramo dan saat pak anis datang jumlah pengunjung semakin ramai” (Ipa Sapari, 03 Mei 2023).

“Saya baru berdagang saat sebelum covid-19 dan masih ramai tapi saat covid 19 pengunjung sangat menurun bahkan bisa sehari tidak ada pengunjung, tapi saat awal pak Anis datang objek wisata langsung ramai sampai parkir penuh apalagi setelah lebaran kemarin banyak yang berkunjung bahkan dari luar kota mereka juga membeli makanan khas dan membawa oleh-oleh” (Wawancara ibu nyoman Wiani, 05 Mei 2023).

Gambar 4.5 : Sosial Media Wisata Air Terjun Moramo



Sumber : *Instagram dan Facebook* Wisata Air Terjun Moramo

b. Daya Tarik Wisata

Selain kemajuan teknologi promosi wisata Air Terjun Moramo juga didukung dengan kondisi alam objek wisata itu sendiri, dimana objek wisatanya bukan hanya sekedar Air terjun diantaranya:

- Keindahan alam, hutan pepohonan berupa konservasi yang menghiasi jalan menuju lokasi pusat Air Terjun memanjakan mata pengunjung. Di kawasan tersebut juga merupakan habitat yang ideal bagi beraneka burung, kupu-kupu, dan berbagai satwa lainnya.
- Keunikan Air Terjun Moramo, Air Terjun Moramo ini memiliki keunikan yang khas daerah batuan kapur, yang merupakan tempat

- air mengalir dengan bebas. Dengan batuan kapur yang mengelilinginya para wisatawan tidak perlu takut untuk memanjatnya karena dinding-dindingnya tidak licin untuk dipanjat.
- Pemerintah, pemerintah desa juga bekerjasama dengan kepala sekolah Konawe Selatan untuk mengajak murid-murid sekolah belajar dan karyawisata di wisata Air Terjun Moramo.
 - Menampilkan tari-tarian khas sulawesi pada sebuah acara tertentu untuk meningkatkan daya tarik.

Selain itu lokasi objek wisata sudah mendapat Surat keterangan dari pemerintah sebagai desa wisata yang membuat meningkatnya ekonomi penduduk di desa sumpersari. Seperti yang disampaikan bapak nanang priyatno selaku kepala desa sumpersari.

”Air Terjun Moramo ini selain daya tarik air terjunnya yang bertingkat juga karena hutan suaka alam tanjung peropadan pepohonan didalamnya, jadi jika berjalan menuju air terjun wisatawan akan dimanjakan dengan pepohonan yang konservasi yang menambah daya tarik wisatawan, kami juga mengundang dan bekerjasama dengan sekolah-sekolah untuk mengajarkan kepada anak-anak cara menanam pohon yang benar dan sekaligus berkaryawisata dan belajar didalamnya. Juga baru-baru ini kami mengadakan tari-tarian yang insyaallah akan kami adakan setiap sebulan atau dua bulan sekali. Pada tahun 2022 kemarin juga desa kami mendapat surat keterangan dari pemerintah sebagai desa wisata yang juga membuat ekonomi penduduk meningkat seperti penduduk sekitar yang berjualan dan yang paling bagus itu saat pengunjung yang melakukan home stay karena membeli dagangan di sekitar masyarakat jadi itu semua menambah daya positif pada warga setempat” (wawancara bapak Nanang Priyatno, 05 Juni 2023).

Apa yang disampaikan bapak Nanang Priyatno semakin diperjelas oleh bapak Ibrahim selaku warga setempat.

“Dengan meningkatnya jumlah kunjungan di Air Terjun Moramo juga berdampak bagi warga sekitar yaitu membuka lapangan

pekerjaan apalagi pedagang kaki lima karena kadang wisatawan singgah membeli di warung entah itu bensin, makanan dan minuman, apalagi kalau ada wisatawan yang tinggal di *home stay* sangat membantu ekonomi warga setempat. Jika masalah kebersihan kami sadar diri sendiri, mungkin gangguan yang kami alami itu jika hari libur karena banyaknya wisatawan kadang suara kelakson motor dan mobil sangat ribut” (Wawancara bapak Ibrahim, 05 Juni 2023).

c. Sarana dan Prasarana

Bukan hanya meningkatkan strategi komunikasi tapi Dinas Pariwisata juga berusaha membuat tempat wisata yang layak dan memadai agar membuat wisatawan merasa nyaman untuk berkunjung seperti meningkatkan sarana dan prasarana agar mendukung daya tarik lainnya di dalam tempat wisata. Sebagaimana dituturkan oleh ibu Roslia selaku wisatawan.

“Sarana dan prasarana sudah memenuhi untuk kelayakan dalam berpariwisata juga sangat memadai tapi ada sebagian pohon yang tumbang dan dibiarkan sebagian jembatan ada yang lapuk kalau selebihnya sudah bagus kamar mandi bersih Musholla juga bersih hanya itu saja yang perlu di perbaiki kedepannya” (Wawancara ibu Roslia, 06 Juni 2023).

Hal itu juga dibenarkan oleh bapak Agus selaku penjaga karcis yang sudah 5 tahun bekerja di wisata Air terjun Moramo yang merasa banyak perubahan dari sarana prasarana di objek wisata.

“Sarana dan prasarana sudah memenuhi standar dan sudah lebih bagus dari pertamakali saya bekerja disini karena sebagian jalannya sudah diperbaiki seperti perbaikan kamar mandi agar wisatawan tidak usah turun ke kamar mandi bawah dan gazebo di sekitar air terjun juga dibangun fasilitas yang lain seperti membangun ikon Air Terjun Moramo untuk spot foto baru dan juga banyak pedagang jadi semua sudah lengkap” (Wawancara bapak Agus, 05 Mei 2023).

Penyampaian pemerintah mengenai wisata Air terjun Moramo cukup bagus dan bisa mengajak wisatawan untuk berkunjung, juga

diberikan informasi-informasi mengenai wisata tersebut dan menunjukkan foto-foto objek wisata. Bentuk pelayanan juga sangat baik, wisatawan mengatakan sudah baik dan bagus karena sudah banyak petunjuk yang mengarah ke wisata tersebut sehingga tidak bingung untuk kesana. Hal ini disampaikan oleh ibu Lian Agustian selaku wisatawan asal Landonu.

“Penyampain pemerintah sudah sangat bagus sehingga membuat wisatawan tertarik, informasi yang diberikan sangat lengkap seperti akses kesana, foto-foto objek wisatadan jalan menuju kesana juga sangat gampang dicari karna banyak petunjuk jalan dan juga masih di perkampungan jadi gampang di akses” (Wawancara ibu Lian Agustian, 06 Juni 2023).

Oleh karena itu, pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan menyediakan beberapa fasilitas di objek wisata Air Terjun Moramo seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.2: Sarana dan prasarana Air Terjun Moramo

No	Fasilitas	Tahun Diadakan	Jumlah
1	Pintu Gerbang		2 Unit
2	Gasebo		3 Unit
3	Mck		2 Unit
4	Pandopo		1 Unit
5	Musholla		1 Unit
6	Kios Souvenir		5 Los
7	Plataran Parkir		1 Plataran

8	Pembangunan Jalan Setapak Kawasan Track Wisata Air Terjun Moramo	2019	1 Paket
9	Pembangunan Toilet Dan Ruang Ganti Kawasan Track Wisata Air Terjun Moramo	2019	1 Paket
10	Pembangunan Tic Air Terjun Moramo	2020	1 Paket
11	Pembangunan Kios Kuliner Air Terjun Moramo	2020	3 Unit
12	Pembangunan Gazebo Wisata Air Terjun Moramo	2021	6 Unit
13	Pembangunan jalan pedestrian kawasan pelataran parkir wisata Air Terjun Moramo	2021	1 Paket
14	Pembangunan Ikon Tulisan Air Terjun Moramo	2022	1 Unit

Sumber : Kantor POKDARWIS Desa Sumber Sari

d. Acara (*Event*)

Membuat acara atau pameran salah satu strategi komunikasi yang cukup berhasil menarik wisatawan untuk datang berkunjung di wisata Air Terjun Moramo. Seperti mengikuti lomba ADWI, kegiatan jambore Pokdarwis, mengikuti lomba-lomba pariwisata yang di adakan di dalam ataupun luar provinsi, mengadakan acara sambutan jika kedatangan tamu besar dan juga mengikuti pameran pembangunan, pariwisata dan ekonomi kreatif pada peringatan HUT Profinsi Sulawesi Tenggara di Kota Bau-Bau. Berikut kutipan wawancara kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan:

“Strategi-strategi lainnya yang kami lakukan adalah penyelenggaraan pameran atau *event*, ini merupakan strategi yang cukup berhasil. Baik yang kami laksanakan maupun yang kami ikuti di dalam negeri. Kalau *event* dalam negeri biasanya kami diundang sekali setahun, sedangkan acara yang kami adakan sendiri yaitu dengan mengundang pemerintah pusat dan provinsi untuk menikmati objek wisata kami bukan cuma objek wisatanya saja yang kami kenalkan, tetapi ada juga kuliner khas serta tarian daerah yang kami tampilkan dengan harapan agar objek wisata kami lebih dikenal lagi” (Wawancara bapak Adiwasiyah Toar, 10 April 2023).

Gambar 4.6 : Kegiatan yang di ikuti dan di adakan Dinas Pariwisata



Sumber : Konsel Pos dan *Facebook* Dinas Pariwisata Konawe Selatan

2. Faktor penghambat

Faktor penghambat strategi komunikasi Dinas Pariwisata dalam meningkatkan pengunjung Air Terjun Moramo antara lain adanya aksesibilitas, sumber daya manusia (SDM) dan pengelolaan pohon tumbang.

a. Aksesibilitas

Salah satu yang menjadi faktor penghambat adalah karena aksesibilitas menuju objek wisata, perjalanan menuju objek wisata sangat berkelok-kelok apalagi di daerah pedesaan cukup sempit, karena jalan yang sempit kerap terjadi kecelakaan dan macet saat hari raya. Seperti yang dipaparkan oleh Chaerani Ummah selaku wisatawan asal Kendari”

“saya rasa yang perlu ditingkatkan itu jalan menuju objek wisata karena yang membuat saya kadang susah kesini karena akses jalannya yang berkelok-kelok dan karena jalan sempit sekitar perkampungan membuat macet ketika hari raya” (Wawancara Chaerani Ummah, 28 Mei 2023).

b. Sumber Daya Manusia (SDM)

Masalah sumber daya manusia juga menjadi faktor penghambat, hal tersebut karena kurangnya pemandu wisata yang bekerja secara profesional, dan juga kekurangan staf ahli dalam proses pengembangan wisata. Sebab sebagai objek wisata yang cukup dikenal khayalak, Dinas Pariwisata sangat membutuhkan pengenalan objek wisata melalui media elektronik, dalam hal ini Dinas Pariwisata membutuhkan para ahli pakar teknologi. Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Ipa Sapari sebagai Pokdarwis Wisata Air Terjun Moramo.

“Yang menjadi masalah dalam perkembangan adalah kami kekurangan orang profesional dalam memandu, dan juga kekurangan dalam staf yang mengerti teknologi. Jaman sekarang itu apa-apa kalau mau terkenal atau memperkenalkan dengan cepat melalui sosial media dan kami kekurangan orang yang mahir dalam teknologi, dibagian Dinas Pariwisata juga kekurangan orang dan kami disini hanya 2 orang yang bisa” (Wawancara bapak Ipa Sapari, 03 Mei 2023).

c. Pengelolaan Pohon Tumbang

Banyak pepohonan yang tumbang dan tidak dikelola secara benar membuat banyak pengunjung berharap agar pemerintah menindaklanjuti hal tersebut karena dengan membiarkan hal ini dapat mengurangi nilai estetika dari objek wisata sendiri. Berikut wawancara oleh Mustika Airin selaku wisatawan Kendari.

“Saat berjalan menuju Air terjunnya banyak pohon yang tumbang yang terlihat sudah lamadan kurang di urus seperti dibiarkan begitu saja tidak dipindahkan dan itu dapat merusak nilai estetika oobjek wisata juga karena pohon tumbang jadi kelihatan kurang rapi” (Wawancara ibu Mustika Airin, 04 Juni 2023).

Namun berbeda dari wawancara oleh bapak Rahman selaku petugas di Air Terjun Moramo.

“Jika pengelolaan phon tumbang kami tidak langsung membuangnya keluar dari kawasan Iar Terjun krena bukan tugas kami, tugas kami jika ada pohon tumbang dan pohon yang sudah akan rusak hanya menngeser dan agar tidak menghalangi jalan wisatawan. Karena itu tugas dari BKSDA (Badan Konservasi Sumber Daya Alam). Jika harus menindak lanjuti kami harus konfirmasi dan tidak bisa kami tindak lanjuti langsung harus melapor dan menunggu sekitar seminggu dua minggu” (Wawancara bapak Rahman, 27 agustus 2023).

Hal ini pun dibenarkan oleh bapak Jumali selaku anggota BKSDA

“Pihak pariwisata atau petugas pariwisata tidak bisa langsung mengurus atau membangun di kawasan Objek wisata karena bukan ada kerjasama, jika mengenai pohon tumbang juga tidak bisa langsung di angkat harus di catat, di foto lalu melapor ke atasan dan menunggu konfirmasi jika konfirmasi sudah ada kami menindak lanjuti dengn menyampingkan pohon keseberang jalan agar ada bukti nyata” (Wawancara bapak Jumali anggota BKSDA)”

d. Media Sosial

Dari media sosial Dinas pariwisata dapat meningkatkan jumlah kunjungan ternyata ada juga media sosial yang menjadi faktor penghambat yaitu pada media sosial *instagram*, karena sedikitnya pengikut dan jumlah like di *instagram* membuat berita yang di keluarkan atau yang di *update* oleh Pokdarwis jarang tersampaikan dengan baik. Seperti tutur bapak Ipa Sapari selaku ketua Pokdarwis.

“Seperti yang saya pernah sampaikan kami kekurangan SDM dalam bidang IT di Pokdarwis maka dari itu kami juga hanya aktif

update berita terbaru di media sosial facebook kami dan juga di facebook Dinas Pariwisata sendiri” (Wawancara bapak Ipa Sapari, 15 Agustus 2023).

Gambar 4.7 : Sosial Media *instagram* *Desa* Wisata Air Terjun Moramo



Sumber : Sosial Media *instagram* *Desa* Wisata Air Terjun Moramo

e. Hasil Evaluasi

Pokdarwis sendiri belum memiliki hasil evaluasi dari strategi yang mereka jalankan, berikut kutipan wawancara dari bapak Ipa Sapari.

“Setiap minggu di catat kedatangan pengunjung oleh petugas PAD yang menjaga tikrt masuk, jadi kami merekaputulasi dari data tersebut, sampai saat ini belum ada evaluasi tahunan atau evaluasi ari strategi yang kami lakukan, tahun ini kami berfokus untuk promosi di media sosial kami” (Wawancara bapak Ipa Sapari, 15 Agustus 2023).

Berdasarkan hasil wawancara peneliti memaparkan bahwa strategi komunikasi yang di terapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan telah optimal dari strategi untuk meningkatkan jumlah kunjungan mulai dari mempromosikan melalui media cetak dan media elektronik, meningkatkan saranadan prasarana yang membuat meningkatnyadaya tarik wisata juga mengikuti *event* agar wisata Air Terjun Moramo lebih dikenal kedepannya., namun dibalik besarnya peningkatan yang dialami oleh wisata Iar tejun Moramo ada juga faktor penghambat yang dialami yaitu

kurangnya sumber daya manusia, aksesibilitas dan pepohonan yang tumbang kurang diperhatikan sehingga pemerintah diharapkan untuk meninjau lanjut penghambat objek wisata agar membuat wisatawan nyaman dan menambah peningkatan objek wisata.

4.3. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengamatan penelitian mengenai Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Air Terjun Moramo maka akan menghasilkan pembahasan berdasarkan kategorisasi sebagai berikut:

4.3.1. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Air Terjun Moramo

Ada tiga strategi komunikasi yang diterapkan dalam meningkatkan jumlah kunjungan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan masing-masing memiliki peran dan dikekaskan sebagai berikut:

1. Melalui Periklanan

Pendekatan yang diterapkan Dinas Pariwisata sesuai dengan teori yang dikemukakan Onong Uchjana Effendy yaitu, beberapa komponen-komponen dalam strategi komunikasi, antara lain: Mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi dan Pengkajian tujuan pesan komunikasi. Dan dalam beberapa komponen ini dinas pariwisata menggunakan periklanan sebagai media (Indasari, 2016).

Strategi komunikasi melalui Periklanan yang digunakan oleh Dinas Pariwisata memberikan sumber informasi yang dapat menambah nilai

penjualan pada suatu barang pada konsumen. Dilihat dari media iklan merupakan suatu bentuk komunikasi dengan tujuan mengajak orang untuk melihat, membaca atau mendengarkannya untuk melakukan sesuatu. Nilai yang diciptakan oleh periklanan memiliki keunggulan setiap saat. Model periklanan yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan adalah melalui media elektronik dan media cetak seperti :

a. Koran

Koran adalah salah satu sarana berpromosi yang mudah dilihat orang, Dinas Pariwisata pun juga mempromosikan Air Terjun Moramo di koran contohnya Sultra tribun news. Di Koran diiklankan setiap kali akan ada *event*. Periklanan melalui koran, bukanlah media yang sangat selektif. Koran dapat menjangkau wilayah yang sangat luas tetapi dengan beberapa pengecualian, koran tidak dapat menjangkau kelompok konsumen secara efektif. Koran menjadi salah satu media cetak utama dan pertama yang menyajikan kolom untuk iklan media cetak. Oleh karena itu, iklan media cetak di koran umumnya lebih populer karena oplahnya yang tinggi dan harganya lebih terjangkau.

Menurut hasil penelitian yang di dapatkan oleh peneliti Dinas Pariwisata sudah kurang atau jarang menggunakan koran sebagai salah satu media komunikasi untuk memasarkan objek wisata karena jarang dilihat oleh wisatawan.

b. Brosur

Dinas Pariwisata memakai Brosur bertujuan mengenalkan destinasi pariwisata lebih dekat kepada pengunjung, Brosur ini digunakan untuk memberikan informasi dan menarik perhatian kepada masyarakat mengenai kegiatan-kegiatan atau *event-event* yang akan diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan disebarakan kepada masyarakat atau wisatawan dengan cara dibagikan ketika sedang ada *event-event*.

c. Spanduk

Spanduk adalah salah satu sarana berpromosi yang cukup efektif, spanduk di pasang di tempat-tempat yang dianggap paling strategis dan mudah dilihat. Spanduk ini digunakan untuk menginformasikan dan menarik wisatawan mengenai event atau kegiatan yang akan diadakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan, saat akan memasang spanduk Dinas Pariwisata menempatkannya di tempat yang strategis dan mudah dilihat khayalak agar mempermudah bauran promosi objek wisata.

Menurut hasil peneltian peneliti, sarana berpromosi dari spanduk yang digunakan ketika sedang di adakan *event* atau kegiatan cukup efektif tetapi untuk spanduk himbaun kurang efektif karena wisatawan yang datang dari jauh tidak begitu mengetahui tentang spanduk himbauan yang di pasanag area objek.

d. Media Elektronik Televisi

Dinas Pariwisata melakukan promosinya melalui kerjasama dengan saluran televisi TVRI Sulawesi Tenggara dengan sistem *endorse*.

Promosi yang dilakukan berupa video-video dokumentar yang ditayangkan di Televisi, video tersebut juga berisikan jalan-jalan, wisata kuliner dan memperlihatkan keindahan objek wisata di Konawe Selatan salah satunya adalah wisata Air Terjun Moramo video tersebut berbentuk *vlog* yang sedang ramai di media sosial. Pemerintah Dinas Pariwisata mengonsepan video untuk memperkenalkan dan mengajak dengan cara menyebarkan testimoni kunjungan ke wisata yang ada di Konawe Selatan termasuk wiata Air Terjun Moramo. Pemerintah Dinas Pariwisata mengemas video dengan semenarik mungkin agar tertarik dilihat oleh calon wisatwan. Hal ini dilakukan agar calon wisatawan dapat terbujuk untuk melakukan perjalanan ke Kabupaten Konawe Selatan.

Menurut peneliti promosi yang bekerjasama dengan media televisi kurang evektif, sebaiknya video-video di buat kreatif dan video berbentuk *vlog* atau dokumenter di posting di dalam media sosial Dinas Pariwisata atau di media sosial Air Terjun Moramo agar lebih mudah di jangau khayalak. .

e. *Website* Dan Media Sosial

Promosi melalui media online bertujuan mengenalkan pariwisata di Sulawesi Tenggara termasuk Air Terjun Moramo kepada orang luar, terkhusus untuk yang berada di luar Sulawesi Selatan. Adapun *website* yang dapat dikunjungi yaitu di <https://www.misteraladin.com> situs mister aladindan situs wonderfull Indonesia. Dinas Pariwisata menyediakan juga menyediakan media sosial seperti *Facebook*

dengan akun resmi ‘Desa Wisata Air Terjun Moramo Sumbersari’ dan ‘Dinas Pariwisata Konawe Selatan’, sementara akun *Instagram* ‘air-terjun-moramo’. Promosi yang dilakukan agar Pariwisata Air Terjun Moramo mudah dikenal orang luar, terkhusus untuk yang berada diluar sulawesi.

Hasil dari penelitian ini, peneliti merasa strategi melalui periklanan dalam media *website* kurang terpakai dan menyebabkan strategi ini kurang efektif, pihak objek wisata disarankan unyuk mengaktifkan kembali *website* ini karena website dari situs Wonderful Indonesia cukup ramai dikunjungi oleh wisatawan atau turis yang akan bepergian.

Berdasarkan pembahasan dari strategi melalui periklanan yang digunakan Dinas Pariwisata Konawe Selatan di atas didukung oleh teori Menurut Burhan Bungin Komunikasi Pariwisata berkaitan dengan ilmu komunikasi lainnya seperti komunikasi persuasif, komunikasi personal dan komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa. Media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa itu adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film. Media massa sebagai sarana komunikasi massa yang banyak dipergunakan di jaman modern ini adalah internet. Komunikasi massa di era digital saat ini berperan penting di dalam pelaksanaan manajemen pariwisata (Wilantari, 2018).

2. *Institusional Selling* (Penjualan kelembagaan)

Konsep dari strategi *Institusional selling* dilakukan pihak Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Konawe Selatan untuk lebih mempermudah promosi objek wisata. Demi mengembangkan pertumbuhan penjualan Pemerintah Dinas Pariwisata selalu dan terus membutuhkan adaptasi dan inovasi terbaru agar dapat memenuhi kebutuhan calon wisatawan. Untuk mempermudah promosi dinas pariwisata mengikuti lomba atau pameran dan juga menyiapkan brousur yang menarik agar objek wisata yang di promosikan dapat menarik wisatawan, salah satu lomba yang baru-baru ini diikuti oleh Dinas Pariwisata untuk mempromosikan objek wisata di Konawe Selatan adalah mengikuti lomba ADWI (Anugerah Desa Wisata Indonesia). Dalam strategi ini juga agar lebih dikenal khayak Dinas Parwisata memanfaatkan media sosial yang sangat ramai dikenal sebagai sarana penjualan yang cepat.

Institusional selling yang Dinas Pariwisata biasanya dilakukan oleh biro perjalanan. Biro perjalanan harus mempunyai pengetahuan yang mendalam mengenai kebutuhan, selera, dan preferensi calon wisatawan. Mereka perlu memahami motivasi wisatawan, tujuan perjalanan, lama perjalanan, anggaran yang disediakan, serta kebutuhan-kebutuhan khusus (misalnya, bepergian bersama anak kecil atau lansia) dari wisatawan.

Strategi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata sesuai dengan teori strategi menurut Higgins dalam J. Salusu yang menjelaskan tentang tipe-tipe strategi salah satunya adalah *institusional strategy*, fokus dari strategi

institusional ialah mengembangkan ide-ide baru yang sudah direncanakan dalam bentuk strategi untuk pengembangan kemampuan suatu perusahaan. Sehingga perusahaan memahami program yang akan dibuat untuk pemasaran perusahaan dalam jangka pendek maupun panjang (Wicaksana dan rachman, 2018).

3. Direct Marketing (Pemasaran Langsung)

Pemasaran langsung atau *direct marketing* yaitu komunikasi lisan atau tertulis dari orang ke orang atau komunikasi elektronik yang berkaitan dengan hasil atau pengalaman mengunjungi suatu destinasi wisata. Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan memanfaatkan pengalaman wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara yang mengunjungi Air Terjun Moramo untuk mempromosikan pariwisata kepada calon wisatawan. Dalam hal ini pengaruh perkataan seseorang lebih kuat dari pada informasi dari berbagai iklan.

Strategi *direct marketing* cara memasarkannya secara langsung ke konsumen, bertujuan untuk mendapatkan respon langsung dari konsumen tentang wisata tersebut. Pemasaran langsung yang dilakukan di tiap-tiap *event* , maupun lewat katalog dan internet yang telah dilakukan Dinas Pariwisata Konawe Selatan. Hal ini sependapat dengan teori Kotler dan Armstrong yaitu hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara seksama untuk meraih respon segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng (Purwanto, 2019).

4.3.2. Faktor-Faktor Yang Menghambat Dan Mendukung Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan

Untuk mendukung suksesnya strategi komunikasi dinas pariwisata Kabupaten Konawe Selatan dalam meningkatkan, maka strategi yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Faktor Pendukung

a. Media Sosial

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan melalui media sosial cukup berpengaruh di era teknologi ini, Dinas Pariwisata banyak memanfaatkan media sosial seperti *Facebook* dan *instagram*. Media tersebut sangat berperan penting dalam upaya mengenalkan Air Terjun Moramo dan meningkatkan kunjungan wisatawan serta memberikan informasi kepada wisatawan mengenai objek wisata tersebut. Bahkan tidak sedikit yang mengetahui dan tertarik mengunjungi Air Terjun Moramo dari media sosial, banyak juga dari wisatawan yang berdatangan setelah Air Terjun Moramo mendapat penghargaan di ADWI 2022 tahun kemarin.

Media sosial yang lebih menjadi faktor pendukung adalah *Facebook*, pada sosial media melalui akun *facebook* “Air Terjun Moramo” dan “Dinas pariwisata Konawe Selatan” lebih banyak pengikut dan lebih banyak di kunjungi khayalak yang menjadikan beirta yang di update melalui *Facebook* cukup efesien.

Layanan berbasis web yang mengizinkan individu untuk mengkonstruksi profil publik atau semi publik di dalam sistem terikat, menghubungkan sekelompok penggunaan yang saling berbagi koneksi dan melintasi koneksi-koneksi dan lainnya dalam sebuah sistem. Pada aplikasi *Instagram* dan *Facebook*, memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke dalam *feed* yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur dengan *tag* dan informasi lokasi. Unggahan dapat dibagikan secara publik atau dengan pengikut yang disetujui sebelumnya. Pengguna dapat menjelajahi konten pengguna lain berdasarkan *tag* dan lokasi dan melihat konten yang sedang tren, pengguna dapat menyukai foto serta mengikuti pengguna lain untuk menambahkan konten mereka masuk kepada beranda (Mulitawati dan Retnasary, 2020).

b. Daya Tarik Wisata

Selain banyak dikenal melalui media sosial faktor pendukung lainnya adalah daya tarik di wisata Air Terjun Moramo yang tidak kalah menariknya dengan objek wisata lainnya yang ada di Indonesia. Beberapa poin faktor pendukung dari segi daya tarik wisata Air Terjun Moramo yaitu:

- Keindahan alam, hutan pepohonan yang konservasi menghiasi setaip perjalanan menuju lokasi pusat Air Terjun yang dapat memanjakan mata pengunjung. Di kawasan Air Terjun Moramo juga merupakan habitat yang ideal bagi beraneka burung, kupu-kupu, dan berbagai satwa lainnya

- keunikan Air Terjun Moramo, Air Terjun Moramo ini memiliki keunikan yang khas daerah batuan kapur, yang merupakan tempat air mengalir dengan bebas. Dengan mengalirnya batuan kapur membuat para wisatawan tidak perlu takut untuk memanjatnya karena dinding-dindingnya tidak licin untuk dipanjat
- Pemerintah, pemerintah desa juga bekerjasama dengan kepala sekolah Konawe Selatan untuk mengajak murid-murid sekolah belajar dan berkaryawisata di wisata Air Terjun Moramo
- Dan daya tarik terbaru adalah setiap sebulan atau dua bulan sekali pemerintah daerah mengadakan tari-traiian khas Sulawesi di lokasi wisata untuk menambah daya tarik wisata Air Terjun Moramo.
- Daya tarik lain adalah wisata Air Terjun Moramo sudah mendapat Surat keterangan dari pemerintah sebagai desa wisata pada tahun 2022 yang membuat meningkatnya ekonomi penduduk di desa Sumbersari (Thoriq, 2022)

c. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan salah satu objek kepuasan pengunjung terhadap suatu kawasan objek wisata yang dikunjungi. Maka dari itu Dinas Pariwisata terus meningkatkan sarana dan prasarana yang dapat memuaskan seperti akses jalan, kamar mandi, maupun sarana yang menunjang keindahan dan kepuasan wisatawan jika tidak dilakukan pembenahan sesuai dengan standar bagi kenyamanan pengunjung, maka kawasan objek wisata belum dapat dikatakan sebagai kawasan objek wisata yang dapat menarik minat

pengunjung dikarenakan adanya ketidak puasan pengunjung terhadap sarana dan prasarana tersebut. Sarana dan prasarana yang tersedia dalam suatu objek wisata menjadi salah satu alasan yang dapat menarik perhatian pengunjung untuk mengunjungi objek wisata tersebut (Sandy, 2022)

Banyak wisatawan yang juga cukup puas karena sarana prasaran di objek wisata Air Terjun Moramo selalu berkembang, seperti jalan kini sudah diperbarui, tempat parkir semakin luas, menyediakan kamar mandi di kawasan Air Terjun, gazebo di sekitar objek wisata dan juga membangun fasilitas baru lainnya yaitu ikon Air Terjun Moramo untuk menambah spot foto baru dan juga tempat untuk pedagang di perbanyak. Pemerintah juga membuat akses jalan menuju wisata mudah di dapat seperti memberi petunjuk jalan sehingga wisatawan yang baru berkunjung dapat dengan mudah menemukan objek wisata.

d. Acara (*Event*)

Mengikuti acara atau *event* adalah salah satu cara dalam meningkatkan jumlah kunjungan karena dengan mengikuti acara membuat objek wisata dapat dikenal, lalu merancang acara yang mengangkat atau mempromosikan Air Terjun Moramo yang dipilih dalam jangka waktu, tempat dan objek tertentu yang khusus sifatnya untuk mempengaruhi opini publik. Kegiatan yang diikuti adalah mengikuti setiap lomba atau *event* yang di adakan di dalam kota maupun luar kota Seperti mengikuti lomba ADWI pada tahun 2022, kegiatan jambore POKDARWIS, mengikuti lomba-lomba pariwisata

yang di adakan di dalam ataupun luar provinsi, mengadakan acara sambutan jika kedatangan tamu besar dan juga mengikuti pameran pembangunan, pariwisata dan ekonomi kreatif pada peringatan HUT Profinsi Sulawesi Tenggara di Kota Bau-Bau. sedangkan acara yang diadakan sendiri yaitu dengan mengundang pemerintah pusat dan provinsi untuk menikmati objek wisata. Pemerintah Dinas Pariwisata bukan hanya objek wisatanya saja yang dikenalkan, tetapi ada juga kuliner khas serta tarian daerah yang ditampilkan dengan harapan agar objek wisata lebih dikenal lagi (Misdriana, 2017)

2. Faktor Penghambat

a. Akseblitas

Akseblitas adalah seluruh sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai tujuan wisata terkait. Salah satu faktor penghambat yang dialami Dinas Pariwisata dalam peningkatan jumlah kunjungan Air Terjun Moramo adalah masalah aksesibilitas, jalan menuju objek wisata saat akan memasuki perkampungan desa Sumbersari terbilang kecil karena di daerah pedesaan, jalan yang berkelok-kelok dan sempit memperbesar resiko kecelakaan. Karena demikian kerap kali terjadi macet saat hari raya, karena ada mobil masuk dan ada mobil keluar (Rahmadani, 2021)

b. Sumber Daya Manusia

Ada juga kendala internal Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan seperti kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki Bidang Pengembangan Dan Pemasaran serta kurangnya keterampilan

yang dimiliki. Masalah SDM ini jelas menjadi faktor penghambat bagi Dinas Pariwisata, hal tersebut karena belum banyaknya staf dari Dinas Pariwisata maupun Pokdarwis sendiri yang pandai dalam teknologi dan juga kurangnya pemandu wisata yang bekerja secara profesional. Kurangnya pemandu wisata yang bekerja secara profesional, dan juga kekurangan staf ahli dalam proses pengembangan wisata dan memandu wisatawan. Sebab sebagai objek wisata yang cukup dikenal khayalak, Dinas Pariwisata sangat membutuhkan pengenalan objek wisata melalui media elektronik, dalam hal ini Dinas Pariwisata membutuhkan para ahli pakar teknologi. Pemerintah Dinas Pariwisata juga kekurangan staf dalam hal teeknologi begitu juga dengan POKDARWIS desa Sumpalsari yang hanya memiliki dua orang staf ahli di dalamnya. Sumber daya manusia (SDM) harus selalu di tingkatkan karena merupakan industri pariwisata yang secara langsung ataupun tidak langsung memiliki interaksi atau keterkaitan dengan seluruh komponen pariwisata (Satmaniar, 2021).

c. Pengelolaan Pohon Tumbang

Pengelolaan pohon tumbang di sekitar objek wisata menjadi daya tarik yang kurang di mata wisatawan tetapi hasil dari wawancara peneliti mengenai masalah pohon tumbang aalah pihak dinas pariwisata dan pokdarwis sudah mengelola dengan baik. Karena jika ada pohon tumbang dan pohon yang sudah lapuk akan di pindahkan ke tempat yang aman atau dikesampingkan guna agar tidak menghalangi jalan wisatawan. Dinas pariwisata bekerjasama dengan BKSDA (Badan

Konservasi Sumber Daya Alam) dalam mengelola pepohonana atau flora fauna yang ada di dalam Objek wisata jika mengenai pohon tumbang dinas pariwisata tidak bisa langsung menindak lanjuti karena harus butuh konfirmasi dari BKSDA (Thoriq, 2022)



e. Media Sosial

Bukan hanya menjadi pendukung dalam meningkatkan jumlah kunjungan media sosial yang digunakan dalam strategi juga menjadi penghambat yaitu dalam sosial media *instagram*, dinas pariwisata mengalami kendala dalam *instagram* yaitu faktor kurangnya pengikut dan juga faktor dari dinas pariwisata yang jarang mengunggah berita terbaru membuat akun *instagram* menjadi sedikit pasif sehingga wisatawan jarang mengetahui sosial media dan kurang mendapat berita terbaru dari yang di unggah.

Menurut pengamatan peneliti, pihak dinas pariwisata dan Pokdarwis harusnya membuat akun media sosial melalui Tiktok, karena seperti yang diketahui tiktok sekarang menjadi sosial media di Indonesia yang sering di gunakan.

f. Hasil Evaluasi

Faktor penghambat yang terakhir adalah dari hasil evaluasi karena pokdarwis sendiri belum memiliki hasil evaluasi tahunan atau hasil dari strategi yang telah digunakan. Pokdarwis mencatat setiap minggu jumlah pengunjung dan merekapitulasi dari data tersebut, sampai saat ini Pokdarwis hanya mementapkan strategi promosi dibidang media sosial.

Hasil evalasi tahunan atau bulanan sangatlah penting bagi suatu perusahaan dalam mengembangkan strategi yang akan di lakukan kedepannya. Menurut peneliti pihak Dins pariwisata dan pokdarwis haruslah mempunyai data hasil evaluasi bulanan atau tahunan guna untuk mengetahui apa saja faktor penghambat atau pendukung dari strategi yang telah di gunakan.

Faktor-faktor pendukung dan penghambat untuk meningkatkan jumlah kunjungan di Air Terjun Moramo yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan sependapat dengan teori David K. Berlo yaitu formulasi unsur-unsur komunikasi itu adalah *source* (pengirim), *Message* (pesan), *channel* (media), dan *receiver* (penerima). Charless E.osgood, Gerald R. Miller, Melvin Defleur menambahkan umpan balik, dan Joseph Devito menambahkan satu lagi yaitu faktor lingkungan. Berdasarkan pandangan para ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur komunikasi adalah: sumber, pesan, media, penerima, efek, umpan balik dan lingkungan (Misdriana, 2017).