

## BAB III

### TEMUAN OBJEK PENELITIAN

#### A. Pariwisata Kampung Waerebo

Kampung Waerebo merupakan sebuah kampung adat yang masuk dalam Kabupaten Manggarai, Pulau Flores, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Kampung adat ini terletak ditengah-tengah hutan lindung dan dikelilingi oleh barisan bukit-bukit yang mengitari kampung tersebut. Nama Kampung Waerebo sendiri mulai mencuat setelah berhasil memenangkan penghargaan yang didapatkan dari UNESCO beberapa tahun yang lalu. Untuk itu peneliti mencoba mencari tahu apa saja strategi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata setempat sehingga Kampung Waerebo bisa dikenal seperti sekarang ini.

##### 1. Tugas Utama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kampung Waerebo

Terkait pariwisata yang ada di Kampung Waerebo, Kristianus Erwin Gael, Ss, selaku Kepala Seksi Penyediaan Prasarama Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata daerah mengatakan tugas utama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai. Dalam wawancara peneliti bersama Sekertaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Labuan Bajo, Manggarai Barat yaitu Pius Baut, SE mengatakan:

*“tugas utama atau tugas pertama yang dilakukan dinas pariwisata itu di pembinaan, yaitu pembinaan kepada masyarakat lokal khususnya masyarakat adat dan kesenian waerebo, melalui pemberdayaan Sapta Pesona, kemudian yang kedua itu penataan kawasan destinasi, contohnya mungkin kami membangun rest area, lahan parkir, tugas kami juga ada pemasaran pariwisata untuk waerebo”* (Wawancara Erwin Gael, Ss. 5 Desember 2018).

Pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata bertujuan agar masyarakat menjadi sadar bahwa tempat mereka tinggal itu sudah menjadi kawasan objek pariwisata, dan juga Dinas Pariwisata juga memegang peranan penting dengan tugasnya untuk memasarkan Kampung Waerebo sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Manggarai.

2. Komunitas Lembaga Pelestari Budaya Kampung Waerebo

Masyarakat dari Kampung Waerebo itu sendiri sudah mempunyai Lembaga yang mengelola serta mengembangkan pariwisata Kampung Waerebo. Dalam wawancara peneliti bersama dengan Yosef Katup selaku sekretaris dari LPWB mengatakan:

*“baik, disini ada kelompok pengelolaan waerebo dalam hal pariwisata, jadi dahulu ditahun 2008 itu dibentuk sebuah kelompok masyarakat namanya waktu itu Lembaga Pariwisata Waerebo (LPW), itu dibentuk bulan juli tahun 2008, jadi awalnya kelompok masyarakat ini dibentuk itu karena beralasan waerebo sudah jadi objek pariwisata yang wajib dikunjungi nah waktu itu terpilih ada ketua, wakil, dua orang sekretaris dan bendahara itu lima orang dibentuk,”*

*“Karena dalam tahun kemaren pertama dibentuk ya cuma kamilah yang berpendidikan yang tinggal di kampung, sehingga bisa tidak bisa, suka tidak suka masyarakat pertama yang mengelola ini dan nama lembaga pariwisata waerebo (LPW) itu hanya sampai tahun 2012, kemudian setelah itu berubah namanya itu berdasarkan kesepakatan masyarakat bersama itu namanya Lembaga Pelestari Budaya Waerebo.”*

*“prosesnya kenapa LPW atau lembaga pertama itu dibentuk karena waktu itu waerebo lagi didampingi oleh sebuah LSM namanya*

*Indecone, dan Indecone ini langsung membuat pelatihan maupun kelompok mama-mama, waktu itu ditahun 2008 dibentuk 4 kelompok dan yang lain dilatih untuk bisa menjadi masyarakat pariwisata, kemudian dilatih pembukuan, membuat buku tamu, buku keuangan, dan buku laporan.”*

Lembaga ini dibuat karena pada saat itu Kampung Waerebo sudah ramai dikunjungi namun tidak adanya pengelolaan manajemen pariwisata yang bisa mengurus pariwisata di Kampung Waerebo itu sendiri, hadirlah kemudian Lsm Indecone yang mengajari bagaimana mengurus pariwisata di Kampung Waerebo itu sendiri.

## **B. Analisa Pasar Pariwisata Kampung Waerebo Kabupaten Manggarai**

Dalam melakukan analisa pasar diperlukan satu rencana yang dapat mengukur ke efektifitasan dari rencana promosi yang akan dilakukan. Segmentasi, Target serta Positioning adalah bagian dari analisa pasar yang berguna untuk memberikan gambaran umum tentang apa yang harus dilakukan Dinas Pariwisata dalam melakukan aktivitas promosi. Berikut adalah pemaparan segmentasi, targetting dan positioning dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Manggarai NTT:

### **1. Segmentasi**

Adapun terkait Segmentasi pasar untuk pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Manggarai untuk Pariwisata Kampung Waerebo wawancara dengan Konstianus Erwin Gael. S.S sebagai berikut:

*“jujur kami itu belum punya target market yang jelas, tapi dilihat dari komposisi wisatawan yang berkunjung ke waerebo itu banyak sekali wisatawan dari eropa, sehingga dari situ kami menentukan segmentasi*

*kami itu wisatawan asing dari eropa, kami juga telah melakukan riset dengan bertanya langsung kepada wisatawan tersebut, bahwa mereka memang rata-rata dari eropa memang suka melihat keindahan alam atau keindahan alam yang unik daripada gedung gedung yang tinggi dan juga kerna mereka mempunyai jiwa petualangan yang cocok sekali dengan wisata di Indonesia khususnya Waerebo.”*

Segmentasi pasar untuk melakukan pemasaran dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memang belum mempunyai target market yang jelas, tapi dari peningkatan jumlah Wisatawan Asing khususnya yang dari Eropa memang sangat signifikan hal ini bisa dilihat dari data yang ada jika dibandingkan dari tahun 2013 hingga tahun 2017, namun itu juga tidak membuat segmentasi pasar yang ditujukan kepada wisatawan dari dalam negeri menjadi tidak meningkat.

## 2. Targeting

Adapun terkait dengan Target pasar untuk melakukan pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Manggarai untuk Pariwisata Kampung Waerebo wawancara dengan Konstianus Erwin Gael. S.S sebagai berikut:

*“kalo untuk target kami membaginya menjadi dua, yang pertama adalah meningkatkan jumlah wisatawan dan kemudian yang kedua yaitu meningkatkan lama tinggal itu target kita, untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang kami lakukan adalah kami terus gencar melakukan promosi kampung waerebo dengan media website, sosial media, videotron, dan juga media lain seperti brosur, leaflet dan juga melalui travel agent, selain itu upaya kami juga dengan melakukan penataan objek wisata waerebo seperti membangun lahan parkir dan kemudian yang lain dengan cara memberdayakan masyarakat kampung waerebo.”*

Dinas Pariwisata sendiri membagi target pasarnya menjadi dua fokus, yang pertama adalah meningkatkan jumlah wisatawan dari tahun ke tahun, kemudian untuk fokus kedua mereka adalah meningkatkan lama tinggal bagi para wisatawan yang maksudnya agar para wisatawan bisa lama menikmati pemandangan Kampung Waerebo lebih lama lagi, cara pemasaran yang mereka lakukan dengan promosi ke media social, website, serta ada media cetak seperti brodur dan leaflet.

### 3. *Positioning*

Terkait dengan *Positioning* pasar, wawancara dengan Konstianus Erwin Gael. S.S dari Dinas Pariwisata Kabupaten Manggarai sebagai berikut:

*“untuk Kampung Waerebo memang sudah ditetapkan sebagai pariwisata yang berbasis masyarakat, dan juga kampung waerebo sudah ditetapkan sebagai destinasi utama di kabupaten manggarai.”*

Untuk hal ini Dinas pariwisata memang sudah menempatkan Kampung Waerebo sebagai pariwisata yang berbasis masyarakat, artinya untuk pengelolaan pariwisata sendiri memang dikelola langsung oleh komunitas yaitu Lembaga Pelestari Budaya Kampung Waerebo, seperti wawancara peneliti dengan Yosef Katup selaku sekretaris LPBW dalam mengatur manajemen pariwisata sebagai berikut:

*“pertama itu bagaimana manajemen manusianya itu, saat itu bahkan sampai sekarang kita memiliki sebuah komitmen bersama, semua masyarakat dilibatkan langsung dengan pekerja langsung dengan pariwisata contohnya waktu itu 40 orang perempuan termasuk ibu-ibu dan anak-anak remaja waerebo itu direkrut jadi tenaga memasak, dan sekarang ibu-ibu itu sudah dibentuk 5 kelompok, itu keterlibatan ibu-ibu memasak, melayani di home stay, dan di hal kebersihan lingkungan.”*

Dari pernyataan tersebut dikatakan bahwa memang pelaku dari pariwisata yang berbasis masyarakat melibatkan seluruh warga yang tinggal atau asli dari tempat wisata itu berasal yaitu Kampung Waerebo dan mereka membagi tugas dengan sangat baik.

### **C. Kegiatan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Mempromosikan Pariwisata Kampung Waerebo**

Dalam melakukan kegiatan pemasaran, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai melakukan pemasaran dan promosi dengan menggunakan konsep *marketing mix* dan juga *mix promotion* bagian dari konsep *7P mix marketing*.

Bauran Komunikasi Pemasaran (*Marketing Mix*)

#### 1. *Product* (Produk)

Produk wisata yang terdapat pada Kampung Waerebo itu sendiri adalah keindahan rumah adanya yaitu Rumah Mbaru Niang yang ditinggali oleh orang asli dari Waerebo itu sendiri Berdasarkan wawancara peneliti dengan narasumber Yosef Katup selaku sekretaris LPBW mengatakan:

*“peran dari masyarakat disini sangat penting dan komponen dari manusianya sangat diutamakan ketimbang daya tarik alamnya atau Rumah Niang-nya, dalam artinya begini yang menonjol disininkan bangunan Rumah Niang itu sendiri, mungkin kalo rumah niang tersebut tidak dihuni kan otomatis kesannya juga tidak unik dan juga respon dari wisatawan yang berkunjung dan melihat Rumah Niang itu kosong tidak ada yang menempati terkesan tidak unik”*

Daya tarik dari Kampung Waerebo itu sendiri memang Rumah Mbaru Niang yang unik dan keindahan pemandangan alamnya, namun perlu digarisbawahi juga bila orang atau warga yang mendiami rumah tersebutlah

yang menjadi daya tarik utamanya, karena wisatawan ingin melihat bagaimana mereka beraktifitas dan hidup di rumah tersebut.

Selain dari keunikan Rumah Mbaru Niang serta keindahan pemandangan alamnya yang memanjakan para wisatawan yang berkunjung kesana, Kampung Waerebo juga menghasilkan kerajinan tangan serta produk unggulan yang dihasilkan oleh masyarakat itu sendiri berdasarkan wawancara dengan Yosef Katup mengatakan:

*“untuk produk yang dihasilkan memang ada, yang pertama itu ada hasil dari kerajinan tangan seperti sarung tenun yang dibuat langsung oleh ibu-ibu, selain dijual untuk para pengunjung, sarung hasil tenun itu juga biasa dipakai oleh masyarakat waerebo, kemudian ada anyaman seperti gelang, tikar, dan anyaman lainnya. Kemudian dari hasil pertanian yang dihasilkan dan merupakan souvenir unggulan disini yaitu kopi, kopi disini dikemas dalam bentuk biji maupun sudah menjadi bubuk, kemudian dari hasil pertanian lainnya yaitu keripik dari ubi talas, semua souvenir yang dihasilkan oleh Waerebo itu semua sebelumnya hasil binaan serta bantuan dari LSM Indecone yang mendampingi kami hingga tahun 2019 seperti packaging-nya yang terjamin mutu serta kualitasnya dan juga contohnya kopi yang disangrai dan dikelola oleh LSM sehingga menghasilkan kopi yang berkualitas dan terjamin mutunya.”*

Dalam menghasilkan produk-produk kerajinan tangannya, Kampung Waerebo selama ini memang sudah dibina dan dilatih oleh Lsm yaitu Lsm Indecone, berikut wawancara dengan Yosef Katup:

*“prosesnya kenapa LPW atau lembaga pertama itu dibentuk karena waktu itu waerebo lagi didampingi oleh sebuah LSM namanya Indecone, dan Indecone ini langsung membuat pelatihan maupun*

*kelompok mama-mama, waktu itu ditahun 2008 dibentuk 4 kelompok dan yang lain dilatih untuk bisa menjadi masyarakat pariwisata, kemudian dilatih pembukuan, membuat buku tamu, buku keuangan, dan buku laporan.”*

Lsm Indecone secara langsung turun tangan dalam hal memberikan pelatihan dalam hal manajemen pariwisata dan memberikan pelatihan bagaimana memanfaatkan produk-produk yang berpotensi menjadi kerajinan tangan dan produk unggulan agar bisa menghidupi warga yang ada di Kampung Waerebo.

## 2. *Price* (Harga)

Hampir disetiap tempat objek wisata memiliki sebuah kebijakan tarif tiket masuk. Hal ini juga berlaku pada objek wisata Kampung Waerebo. Berikut adalah penuturan tentang tiket masuk objek wisata dalam wawancara peneliti dengan narasumber Konstianus Erwin Gael. S.S mengatakan:

*“masyarakat dari waerebo itu sendiri sangat aktif dalam menjaga kampung adatnya, terbukti dengan adanya akta notaris dari lembaga adat tersebut, artinya lembaga adat itu sudah jelas struktur organisasinya, kemudian dari pendistribusian untuk tiket masuk sudah jelas pembagiannya, untuk pemerintah daerah berapa, untuk lembaga adat berapa begitu”*



Dari wawancara yang dipaparkan, narasumber menyebutkan bahwa untuk ketentuan tarif tiket sudah ada pembagiannya, peneliti melakukan riset dengan langsung berkunjung ke objek wisata Kampung Waerebo, dilokasi peneliti langsung disambut oleh pemangku adat sekaligus tuan rumah untuk melakukan upacara penyambutan adat, sebelum diarahkan menuju *Guest Home*, diwajibkan membayar uang masuk berapapun jumlah nominalnya, kemudian setelah itu *guide* yang bertugas langsung menanyakan perihal apakah berkunjung ke Kampung Waerebo melakukan perjalanan pulang-pergi atau menginap sehari, harga yang diberikan apabila pulang pergi maka akan dikenakan biaya sebesar Rp 200.000-per orangnya dan sudah termasuk makan dan minum, dan jika menginap sehari akan dikenakan biaya sebesar Rp. 320.000-per orangnya dan sudah termasuk makan minum serta tidur dirumah Niang.



**Gambar 3.1**

**Bukti Kwitansi Pembayaran tiket masuk objek wisata Kampung Waerebo**

*(Sumber: Hasil dokumen Peneliti)*

### 3. *People* (Orang)

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai ikut bertanggung jawab dalam tugas pengelolaan objek wisata Kampung Waerebo. Berdasarkan wawancara peneliti dengan narasumber Konstianus Erwin Gael. S.S yang menyatakan:

*“tugas utama atau tugas pertama yang dilakukan dinas pariwisata itu di pembinaan, yaitu pembinaan kepada masyarakat lokal khususnya masyarakat adat dan kesenian waerebo, melalui pemberdayaan Sapta Pesona, kemudian yang kedua itu penataan kawasan destinasi, contohnya mungkin kami membangun rest area, lahan parkir, tugas kami juga ada pemasaran pariwisata untuk waerebo.”*

*“upaya yang dilakukan oleh dinas pariwisata adalah dengan membentuk kelompok sadar wisata dan kelompok ekonomi kreatif, tujuan dari dibentuknya ini adalah membuat mereka masyarakat waerebo sebagai ujung tombak pariwisata dan ujung tombak dari dinas pariwisata dalam menjaga waerebo sebagai tempat objek pariwisata, untuk ekonomi kreatifnya kita meningkatkan program ini dengan cara membuat kerajinan tangan yang khas seperti anyaman bambu, kain tenun khas waerebo untuk dijual ke wisatawan yang berkunjung”*

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai mempunyai kewajiban langsung dalam hal mengelola serta menaungi Kampung Waerebo sebagai objek wisata unggulan yang ada di Kabupaten Manggarai, dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mengelola dengan cara membentuk Kelompok Sadar Wisata atau Pokdarwis serta Kelompok

Ekonomi Kreatif serta memberikan informasi dengan melakukan pemberdayaan Sapta Pesona, dan juga Dinas memberikan fasilitas pendukung seperti lahan parkir dan rest area yang ada di sekitar objek wisata.

Karena Kampung Waerebo merupakan pariwisata yang berbasis masyarakat, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan melibatkan masyarakat Kampung Waerebo dalam proses pengelolaan Kepariwisata. Dalam Wawancara Peneliti dengan narasumber Yosef Katup mengatakan :

*“disini ada kelompok pengelolaan waerebo dalam hal pariwisata, jadi dahulu ditahun 2008 itu dibentuk sebuah kelompok masyarakat namanya waktu itu Lembaga Pariwisata Waerebo (LPW), itu dibentuk bulan juli tahun 2008, jadi awalnya kelompok masyarakat ini dibentuk itu karena beralasan waerebo sudah jadi objek pariwisata yang wajib dikunjungi, dan siapa saja yang dibentuk didalam itu, adapun persyaratan pertama dia betul-betul orang Waerebo, yang kedua ia betul-betul orang waerebo yang dalam silsilah atau garis keturunan yang berhak dia sebagai pemangku adat artinya kalau disini diantara sekian masyarakat juga ada yang memungkinkan menjadi pemangku adat sehingga ini menjadi persyaratan yang penting jadi bukan asal pendidikannya itu tidak jadikan persyaratan dasar, yang dilihat dari silsilah keturunannya apakah dia itu pemimpin waerebo atau tidak, nah waktu itu terpilih ada ketua, wakil, dua orang sekretaris dan bendahara itu lima orang dibentuk,”*

Dalam kepengurusan pariwisata yang berbasis masyarakat, syarat utama adalah bahwa memang pengurus asli dari masyarakat lokal Kampung Waerebo itu sendiri, masyarakat lokal yang menjadi pengurus dari komunitas ini dirasa cukup memiliki keuntungan lantaran mereka

sebagai masyarakat lokal tentu diharapkan akan sangat membantu para wisatawan untuk mengenal objek wisata yang sedang mereka kunjungi karena masyarakat lokal tentu akan lebih paham dengan daerah mereka sendiri jadi selain membantu masyarakat dinas pemerintah daerah setempat juga berharap langkah ini berjalan efektif kedepannya.

#### 4. *Procces* (Tempat)

Promosi media merupakan salah satu bagian dari proses penyampaian pesan berupa informasi dari Dinas Pariwisata kepada para wisatawan. Seperti yang dikatakan oleh Konstianus Erwin Gael. S.S:

*“bentuk pemasaran yang sudah kami lakukan yaitu salah satunya kami datang kesana untuk meliput kemudian hasil dari liputan kami berupa video atau apapun itu kami muat untuk ditayangkan di videotron”*

*“mungkin untuk sosial media kami belum membuat itu tapi dari Kementrian Pariwisata pusat membuat program yang baru dirintis disosial media yaitu Genpi atau Generasi Pesona Indonesia, kemudian kami juga melakukan pemasaran melalui media seperti brosur dan juga yang baru yaitu leaflet.”*

Dalam menyampaikan informasi seputar pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Manggarai memanfaatkan media cetak seperti brosur, banner, poster serta pengunaan videotron sebagai sebagai sarana proses menyampaikan informasi pariwisata kepada para wisatawan.

## 5. *Place* (Tempat)

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai menempatkan Expo sebagai salah satu distribusi produk pariwisatanya. Dalam wawancara peneliti dengan narasumber Konstianus Erwin Gael. S.S mengatakan:

*“bentuk pemasaran yang sudah kami lakukan yaitu salah satunya kami datang kesana untuk meliput kemudian hasil dari liputan kami berupa video atau apapun itu kami muat untuk ditayangkan di videotron serta website yang kami buat untuk melakukan pemasaran, kemudian juga kalau ada event expo-expo kita juga menampilkan serta kami promosikan bahwa branding pariwisata untuk Kabupaten Manggarai itu sendiri yaitu Kampung Waerebo dan juga dalam setiap kesempatan kita juga selalu sampaikan kepada masyarakat luas bahwa Kampung Waerebo itu seperti apa”*

Expo menjadi suatu pilihan Dinas Pariwisata dalam mendistribusikan produk pariwisata. melakukan promosi dan distribusi yaitu produk pariwisata, dan juga turut memamerkan berbagai kerajinan tangan serta produk unggulan seperti kain khas daerah Nusa Tenggara Timur dan memberikan informasi terkait Kampung Waerebo yang menjadi produk mereka.

## 6. *Physical Evidence* (Kondisi Fisik)

Kondisi fisik wisata Kampung Waerebo memang masih menjadi salah satu perhatian pemerintah daerah setempat karena dirasa belum memadai. Dalam wawancara peneliti dengan narasumber Konstianus Erwin Gael. S.S mengatakan:

*“untuk hambatan yang kami temui itu yang pertama yaitu insfratraktur, salah satu insfrastruktur yang masuk dalam hambatan kami yaitu jalan, jalan menuju akses ke Kampung Waerebo itu rusak, jalan menuju kesana itu merupakan jalan provinsi jadi mengapa kami tidak bisa memperbaiki jalan tersebut karena bukan kehendak kami sebagai pemerintah kabupaten itu merupakan wewenang pemerintah provinsi dalam memperbaiki jalan tersebut dan itu merupakan hambatan kami yang utama, dan yang kedua adalah waerebo ini masuk dalam kawasan konservasi dan berada ditengah-tengah hutan lindung, sehingga apabila kami ingin membangun sesuatu kita harus mendapatkan izin dari Kementrian Lingkungan Hidup, kemudian juga hambatannya ada juga pada dana anggaran untuk menyiapkan insfratraktur dalam pengembangan kampung waerebo, dan juga untuk listrik serta sinyal hape yang masih kurang baik di kampung waerebo.”*

Akses jalan masih menjadi kendala yang harus dihadapi oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Manggarai dalam meningkatkan perbaikan insfrasrtuktur, permasalahan yang terjadi karena jalan menuju Kampung Waerebo merupakan jalan milik dari Pemerintahan Provinsi bukan milik Pemerintahan daerah Kabupaten Manggarai.

#### **D. *Mix Promotion* (Bauran Promosi)**

##### **1. *Advertising* (Periklanan)**

Salah satu bentuk kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai adalah leaflet, brosur, serta

penayangan di videotron. Dalam wawancara peneliti dengan narasumber Erwin Gael, Ss mengatakan:

*“bentuk pemasaran yang sudah kami lakukan yaitu salah satunya kami datang kesana untuk meliput kemudian hasil dari liputan kami berupa video atau apapun itu kami muat untuk ditayangkan di videotron di kota Ruteng serta website yang kami buat untuk melakukan pemasaran”* (Wawancara Erwin Gael, Ss, 5 Desember 2018).

Mempromosikan pariwisata menggunakan media cetak dilakukan oleh Dinas Pariwisata Manggarai. Jenis media cetak yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Manggarai Barat adalah brosur. Mereka merilis sejumlah brosur panduan yang berisi gambaran objek wisata,. Mereka merilis sejumlah brosur dengan tujuan mempromosikan potensi alam yan ada serta mempermudah para wisatawan dalam menentukan kemana objek-objek wisata yang akan mereka kunjungi.



**Gambar 3.2**

**Leaflet Promosi Pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Manggarai**

*(Sumber: Hasil Dokumentasi Peneliti)*

Leaflet yang terdapat pada gambar adalah sebuah alat promosi yang peneliti temukan di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai. Leaflet adalah sebuah media yang digunakan untuk memberikan info dan promosi terkait pariwisata seperti yang bisa dilihat Dalam Leaflet tersebut menjelaskan sedikit informasi tentang Kampung Waerebo



**Gambar 3.3**

**Brosur Informasi Pariwisata**

*(Sumber: Hasil Dokumentasi Peneliti)*

Pada gambar adalah gambar sebuah brosur. Brosur adalah sebuah media cetak yang bisa dijadikan alat promosi pariwisata seperti yang bisa dilihat daam brosur tersebut menunjukkan informasi tentang Kampung Waerebo. Infromasi



yang ada dalam brosur tersebut memuat tentang jarak lokasi dari Kota Ruteng menuju objek wisata Kampung Waerebo dan brosur dari Disbudpar sendiri menggunakan Bahasa Inggris untuk penyampaian informasi dan juga merupakan strategi pemasaran yang ditujukan kepada para wisatawan mancanegara.

Selain dari Disbudpar, Peneliti juga menemukan brosur untuk media promosi untuk pemasaran Kampung Waerebo yang dibuat oleh Lsm Indecon yang menaungi Lembaga Pelestari Budaya Kampung Waerebo. Isi dari brosur tersebut memuat tentang sejarah Kampung Waerebo secara singkat, dan juga memuat informasi hasil alam dari perkebunan yang dihasilkan oleh Kampung Waerebo yaitu Kopi Waerebo.



Gambar 3.4

### Brosur Informasi Pariwisata Kampung Waerebo

(Sumber: <http://www.indecon.or.id/en/?s=waerebo>)



**Gambar 3.5**

**Videotron menampilkan Promosi Pariwisata Kampung Waerebo di Kota Ruteng**

*(Sumber: Hasil Dokumen Peneliti)*

Gambar diatas gambar yang diambil dari Videotron disalah satu sudut Kota Ruteng yang menampilkan profil informasi tentang pariwisata Kampung Waerebo yang dibuat langsung oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten. Harapan dari dinas pariwisata adalah dengan adanya ini bisa menjadi suatu alat promosi dan juga sebagai sarana informasi yang berguna bagi para wisatawan.

**2. *Public Relations* (Humas)**

Salah satu bentuk promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Manggarai untuk menggaet para wisatawan adalah mengikuti sejumlah rangkaian event-event pariwisata dan budaya. Dalam Wawancara peneliti dengan narasumber Erwin Gael, Ss yang mengatakan:

*“kemudian juga kalau ada event expo-expo kita juga menampilkan serta kami promosikan bahwa branding*

*pariwisata untuk Kabupaten Manggarai itu sendiri yaitu Kampung Waerebo dan juga dalam setiap kesempatan kita juga selalu sampaikan kepada masyarakat luas bahwa Kampung Waerebo itu seperti apa” (Wawancara Erwin Gael, Ss, 5 Desember 2018).*

Setiap tahunnya menurut pernyataan Erwin Gael bahwa dinas pariwisata setempat mengikuti event expo pariwisata dan budaya. Event ini diselenggarakan dengan tujuan dapat menjadi salah satu nilai lebih untuk wisatawan berkunjung ke Kampung Wae Rebo.

Dalam wawancara dengan sekretaris dari Lembaga Pelestari Budaya Kampung Waerebo Yosef Katup, beliau juga dan warga Kampung Waerebo beberapa kali diundang oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, berikut wawancara dengan narasumber Yosef Katup:

*“ada, dari Dinas Pariwisata bekerjasama dengan desa dan mengadakannya di kantor desa, semua dari kelompok pengelola Waerebo itu diundang untuk rapat dan membahas tentang Pokdarwis atau rapat tentang Kelompok Sadar Wisata itu bertempat didesa. Kemudian pernah diundang juga rapat penting didaerah itu di Ruteng di bulan Oktober dari Kementerian Pariwisata Pusat, Dinas Pariwisata Kabupaten Manggarai, dan dari unsur pimpinan Lembaga Pelestarian Budaya Waerebo atau LPBW”. (Wawancara Yosef Katup, Desember 2018)*

Penjelasan dari Yosef Katup ini menunjukkan aktivitas Humas yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten

Manggarai adalah dengan mengadakan pertemuan dengan beberapa masyarakat dan penggiat usaha pariwisata untuk melakukan pembinaan tentang Kelompok Sadar Wisata dan Kelompok Ekonomi Kreatif sebagai agenda dari kehumasan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, berikut wawancara dengan Leonardus Nyoman pemilik Flores Exotic Tours yang merupakan salah satu pelaku usaha pariwisata yang bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai:

*“kalau dengan dinas pariwisata kita bermitra bukan hanya sebagai institusi, tapi juga sebagai personal teman kita juga, kebetulan juga kami kenal dengan mereka yang bekerja di dinas pariwisata, jadi secara personal adalah teman secara institusi kami sebagai partner dan kalau mereka mengadakan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata juga kadang kita dilibatkan tetapi tidak semua kegiatan kami diundang, sosialisasi yang mereka adakan terakhir kemaren itu ekonomi kreatif, pengembangan usaha kecil dikampung jadi yang berdekatan dengan objek wisata, jadi output yang diharapkan itu masyarakat disekitar tempat wisata bisa membuat souvenir yang bisa ditawarkan kepada para pengunjung.”(Wawancara Leonardus Nyoman, Desember 2018)*

Dalam pertemuan yang diadakan tersebut membahas tentang bagaimana mengembangkan pariwisata bagi para pelaku pariwisata yang berkontribusi dalam pengembangan pariwisata secara baik untuk masyarakat sekitar Kampung Waerebo dan tentunya pelaku usaha pariwisata dengan memberikan pembinaan Kelompok Ekonomi Kreatif dan Kelompok Sadar Wisata. Pertemuan yang diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten

Manggarai diagendakan setiap tahunnya kepada masyarakat dan pelaku usaha pariwisata. Berikut wawancara dengan Yosef Katup:

*“sosialisasi yang mereka buat itu ada, tiap tahun mereka rutin mengadakan sosialisasi Kelompok Sadar Wisata atau POKDARWIS dan itu diadakan bertempat di kantor desa, dan yang mereka bahas itu tentang materi SAPTA PESONA, dan itu terus berulang bertahun tahun”*. (Wawancara Yosef Katup, Desember 2018)

Disbudpar menjalankan program kehumasan mereka dengan mengadakan sosialisasi kepada masyarakat dan beberapa pelaku usaha pariwisata setiap tahun.

### 3. *Personal Selling* (Penjualan Personal)

Salah satu bagian dari *Marketing Mix* adalah personal selling. Dinas Pariwisata melakukan personal selling berupa expo yang diikuti di berbagai daerah. Dalam wawancara peneliti dengan Erwin Gael, SS mengatakan :

*“kemudian untuk pemasaran dengan cara personal selling dari indecone yang menawarkan bantuan untuk kami dan kemudian mereka melakukan pemasaran tersebut langsung ke orang orang secara personal dan itu mereka rutin promosikan ke orang orang”* (Wawancara Erwin Gael, SS, 5 Desember 2018)

Sebagai salah satu bentuk personal selling Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai mengikuti beberapa expo promosi pariwisata dalam negeri. Dinas Pemerintah daerah aktif mengikuti rangkaian expo tersebut dalam beberapa tahun terakhir mulai dari expo promosi pariwisata yang diadakan di Kota Jakarta dan Yogyakarta. Alasan Dinas Pariwisata daerah mengikuti expo sebagai bagian dari personal

selling jelas bahwa mereka ingin wisatawan dalam dan luar negeri lebih mengenal daerah wisata Kampung Waerebo mulai dari keindahan alam dan budaya.

Selain mengambil data dengan para narasumber dari Dinas Pariwisata dan Lembaga Pelestari Budaya Waerebo, peneliti juga melakukan wawancara dengan sebuah usaha yang berkaitan dengan pariwisata yaitu Travel Agent, perusahaan ini menjual sebuah destinasi wisata yang ditawarkan kepada calon wisatawan dengan cara memasarkan produk mereka kepada wisatawan untuk membeli produk yang telah dipasarkan dengan memberikan berbagai penawaran yang khusus yang membuat konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian produk yang ditampilkan.

Flores Exotic Tours yang merupakan Travel Agent yang bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai secara tidak langsung aktif terlibat dalam melakukan aktivitas promosi *Personal Selling* dalam kegiatan pemasaran ini. Dalam wawancara melalui media *WhatsApp*, Leonardus Nyoman selaku pemilik dari usaha Travel Agent Flores Exotic Tours mengatakan bahwa pada bulan Maret 2019 tepatnya mengikuti *event* pariwisata terbesar didunia yaitu ITB Berlin selama 5 hari. Dalam hasil wawancara tersebut Leonardus Nyoman melakukan pagelaran pariwisata tersebut adalah melakukan kegiatan seperti pengenalan pariwisata di Indonesia dan melakukan penjualan paket pariwisata yang dalam penjualannya ada objek pariwisata Kampung Waerebo berikut bukti percakapan tersebut.



**Gambar 3.6**

***Screenshot* bukti percakapan pengambilan data wawancara melalui WhatsApp**

*(Sumber: Dokumen Peneliti)*

Selain melakukan pengenalan paket pariwisata dan transaksi jual beli, Flores Exotic Tours juga membangun relasi dengan para pelaku usaha pariwisata lainnya agar memiliki jaringan yang luas serta memudahkan dalam membangun kerjasama yang baik kedepannya. Dalam hal ini pun kedua pihak sama-sama mendapatkan keuntungan, Disbudpar Kabupaten Manggarai mendapatkan peningkatan jumlah wisatawan yang signifikan, sedangkan dari pihak Flores Exotic Tours mendapatkan keuntungan penjualan yang baik.

Flores Exotic Tours merupakan salah satu Travel Agent yang memiliki aksesibilitas langsung menuju ke tempat wisata, Flores Exotic Tours adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang transportasi yang terlibat didalam program pemasaran ini, Flores Exotic Tours selaku usaha transportasi yang bergerak di bidang pariwisata sudah mendapatkan izin dalam menjalankan usahanya, berikut wawancara dengan Leonardus Nyoman selaku Manajer dari Flores Exotic Tours:

*“agen perjalanan ini sudah terdaftar di daerah oleh SIP yaitu Surat Ijin Pariwisata, dan itu sudah terdaftar dari tahun 2010.”*

Dalam menjalankan usahanya, Flores Exotic Tours sudah mendapatkan izin usaha dan legal dengan mendapatkan surat ijin pariwisata yang sudah terdaftar dari 2010, selain mendapat ijin usaha, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai juga melibatkan Flores Exotic Tours dalam program yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata, berikut wawancara dengan Leonardus Nyoman :

*“kalau mereka mengadakan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata juga kadang kita dilibatkan tetapi tidak semua kegiatan kami diundang, sosialisasi yang mereka lakukan terakhir kemarin itu ekonomi kreatif, pengembangan usaha kecil dikampung jadi yang berdekatan dengan objek wisata, jadi output yang diharapkan itu masyarakat disekitar tempat wisata bisa membuat souvenir yang bisa ditawarkan kepada para pengunjung.”*

*“untuk tahun ini sudah 2 kali dilibatkan oleh dinas, untuk tahun sebelumnya melakukan survey ke objek wisata, jadi itu fokusnya ke perencanaan objek wisata.”*

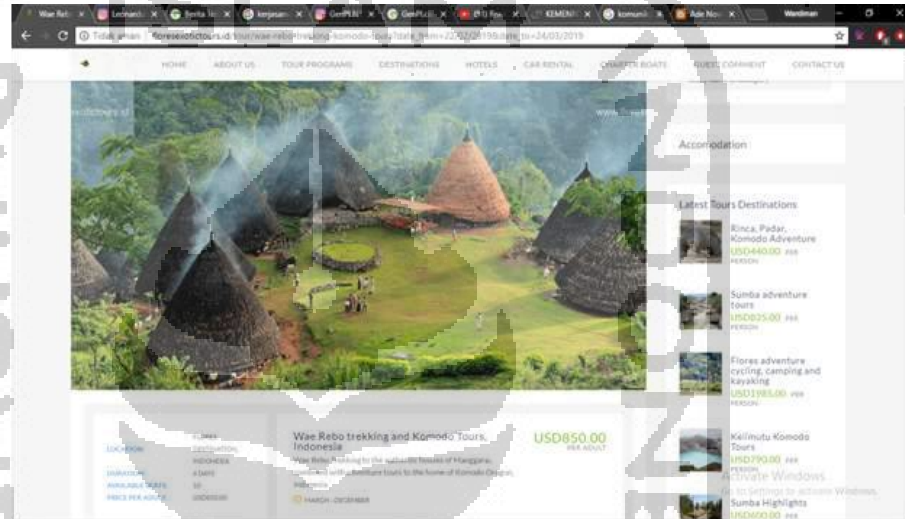


Sebagai Travel Agent, Flores Exotic Tours ini sudah dilibatkan dalam program sosialisasi yang diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai yang membahas tentang Ekonomi Kreatif yang ada pada kampung-kampung yang jalur menuju Kampung Waerebo untuk membuat masyarakat sadar bahwa kampung tempat tinggal mereka itu merupakan tempat dilalui wisatawan yang menuju tempat destinasi wisatadan mengharapkan masyarakat sekitar bisa membuat kerajinan dalam bentuk souvenir yang akan dijual kepada para wisatawan.

Flores Exotic Tours menawarkan perjalanan wisata ke Kampung Waerebo dengan menjual sesuai harga dan dengan penawaran menarik seputar perjalanan ke Kampung Waerebo, Informasi yang mereka tawarkan kepada wisatawan yang ingin menggunakan jasa Flores Exotic Tours ada pada media online seperti website, berikut wawancara peneliti dengan Leonardus Nyoman terkait Paket Wisata yang ditawarkan yang berhubungan dengan pariwisata Kampung Waerebo:

*“untuk Waerebo yang kami jual di kita itu ada pertama Paket Waerebo start dari Labuan Bajo 3 hari 2 malam satu malam di Denge satu malam di Waerebo, yang kedua ada paket Komodo-Waerebo 5 hari 4 malam, yang ketiga ada paket Flores Tours jadi kombinasinya ada Waerebonya, kemudian ada pakatnya Flores Komodo, jadi ada Waerebonya disitu, terus ada paket juga 21 hari termasuk Sumba-Flores-Komodo termasuk Waerebo, itu dari Sumba kemudian ke Flores itu termasuk Warebo terus Komodo, untuk cost kami menjual menggunakan USD dan Euro juga semua jadi tinggal di convert saja begitu”*

Untuk Flores Exotic Tours mereka menjual Paket Wisata tersebut lewat website yang sudah tersedia, dan juga ada beberapa paket yang didalamnya Kmapung Waerebo termasuk destinasi yang ada pada paket wisata yang sudah di rekomendasikan.



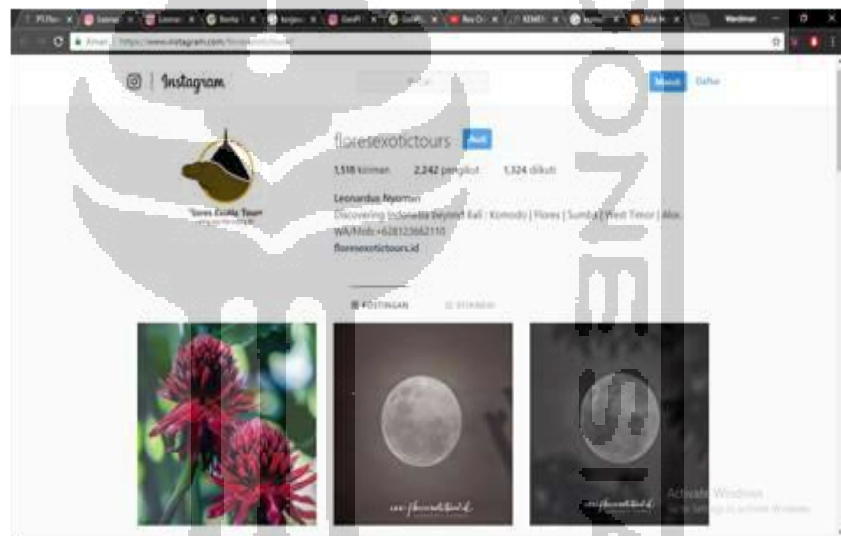
**Gambar 3.7**

### **Screenshot Website Flores Exotic Tours**

*(Sumber: loresexotictours.id/tour/wae-rebo-trekking-komodo-tours)*

Selain dari website, Flores Exotic Tours juga memberikann informasi serta melakukan promosi untuk Travel Agennya lewat media social seperti Instagram, twitter dan facebook, mereka memilih media social karena perkembangan media sosial untuk memberikan informasi lebih simple dan wisatawan rata-rata mendapatkan informasi lewat media social. Dan juga selain media promosi bagi Flores Exotic Tours, media social digunakan sebagai media komunikasi kepada para calon wisatawan yang ingin membeli atau memesan produk yang mereka taawarkan secara interaktif dan intens.

Dalam hal kegiatan pemasaran memang Dinas Pariwisata tidak terlibat langsung dalam kegiatan pemasaran tersebut, dan diakui juga oleh Leonardus Nyoman selaku pemilik Travel Agent tersebut bahwa dalam hal kerjasama secara intens mereka tidak dilibatkan terlalu banyak, namun pemberian surat ijin serta sosialisasi program ekonomi kreatif dirasa sudah cukup bagi mereka, namun dalam hal ini Flores Exotic Tours dalam memberikan promosi berdampak baik bagi kedua belah pihak, Dinas mendapatkan kenaikan wisatawan yang sangat signifikan serta Flores Exotic Tours secara tidak sengaja membantu dalam hal pemasaran.



**Gambar 3.8**

**Screenshot Instagram Flores Exotic Ecotourism**

*(Sumber: [www.instagram.com/floresexotictours/](http://www.instagram.com/floresexotictours/))*

#### 4. *Interactive Marketing* (Internet Marketing)

Dengan adanya kemajuan dibidang teknologi komunikasi, memungkinkan manusia bisa berinteraksi dengan interaktif melalui

jaringan internet, hal ini yang dimanfaatkan oleh Dinas Pariwisata dalam mengembangkan strategi pemasaran mereka dengan merambah ke dunia digital agar bisa berinteraksi langsung dengan khalayak luas, berikut wawancara dengan Konstianus Erwin Gael. S.S:

*“bentuk pemasaran yang sudah kami lakukan yaitu salah satunya kami datang kesana untuk meliput kemudian hasil dari liputan kami berupa video atau apapun itu kami muat untuk ditayangkan di videotron serta website yang kami buat untuk melakukan pemasaran”*



**Gambar 3.9**

**Screenshot Website Dinas Pariwisata**

*(Sumber: pariwisata.manggaraikab.go.id)*

Dalam hal ini Dinas Pariwisata memanfaatkan media online yaitu website sebagai wadah untuk melakukan pemasaran pariwisata, selain untuk wadah pemasaran, banyak informasi yang didapatkan seputar desinasi wisata yang berkaitan dengan Kampung Waerebo.

Selain daripada website untuk melakukan pemasaran yang berkaitan dengan media online, Dinas Pariwisata juga melakukan pemasaran melalui new media online atau disebut dengan media sosial, berikut wawancara peneliti dengan Konstianus Erwin Gael. S.S:

*“mungkin untuk sosial media kami belum membuat itu tapi dari Kementerian Pariwisata pusat membuat program yang baru dirintis disosial media yaitu Genpi atau Generasi Pesona Indonesia,”*

Dinas Pariwisata memang tidak secara langsung dalam melakukan promosi ke media social, namun melalui program Kementerian dengan melahirkan sebuah komunitas yaitu GenPI atau Generasi Pesona Indonesia, GenPI menjadi sebuah komunitas pariwisata terbesar di Indonesia, semua orang yang menggunakan media social yang terdiri dari netizen, vlogger, traveler, jurnalis, dan influencer.



**Gambar 3.10**

**Screenshot Website GenPI**

*(Sumber: www.genpi.co)*



**Gambar 3.11**

### **Screenshot Media Sosial GenPI NTT**

*(Sumber: [www.instagram.com/genpi\\_ntt](http://www.instagram.com/genpi_ntt))*

Internet Marketing sudah menjadi ranah kajian pemasaran menjadi menarik, seiring dengan berkembangannya teknologi komunikasi, sifatnya yang interaktif juga menjadi kunci dari pemasaran ini, karena bisa langsung berinteraksi dengan para pengguna, menjadi cara yang efektif untuk berkomunikasi dengan khalayak luas.