SKRIPSI

STRATEGI HUMAS PEMDA GOWA DALAM MENINGKATKAN CITRA WISATA KOTA MALINO

Oleh:

AHMAD AFFANDY MUSLIM

NOMOR INDUK MAHASISWA : 105651101019

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

2023

SKRIPSI

STRATEGI HUMAS PEMDA GOWA DALAM MENINGKATKAN CITRA WISATA KOTA MALINO

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Dan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Di Susun dan diajukan oleh

AHMAD AFFANDY MUSLIM

Nomor Stanbuk : 105651101019

Kepada

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi	: Strategi Humas Pemda Gowa Dalam Meningkatkan Citra Wisata Kota Malino
Nama Mahasiswa	: Ahmad Affandy Muslim
Nomor Induk Mahasiswa	: 105651101019
Program Studi	: Ilmu Komunikasi

Menyetujui:

Pembimbing I	Pembimbing II
Wardah, S.Sos.,M.A	**Dian Muhtadiah Hamna, S.IP.,M.I.Kom**
NIDN. 0912088601	**NIDN. 0929078103**

Mengetahui:

Dekan	Ketua Program Studi
Fisip Unismuh Makassar	Ilmu Komunikasi
Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si	**Syukri, S.Sos., M.Si**
NBM. 730 727	**NBM. 923 568**

HALAMAN PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar berdasarkan surat keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0181/FSP/A.4-II/VIII/45/2023 sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana (S.I.Kom) dalam Program Studi Ilmu Komunikasi yang dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023.

TIM PENILAI

Ketua	Sekretaris
Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos.,M.Si	**Andi Luhur Prianto, S.IP.,M.Si**
NBM. 730727	**NBM. 992797**

PENGUJI

1. **Syukri, S.Sos, M.I.Kom** ( )
2. **Wardah, S.Sos., M.A** ( )
3. **Dian Muhtadiah Hamna, S.IP.,M.I.Kom** ( )
4. **Arni, S.Kom.,M.I.Kom** ( )

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa	: Ahmad Affandy Muslim
Nomor Induk Mahasiswa	: 105651101019
Program Studi	: Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa benar skripsi ini adalah karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari sumber lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 24 Agustus 2023

Yang Menyatakan,

Ahmad Affandy Muslim

KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan rasa syukur yang tidak terhingga kehadirat Allah SWT,yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikanskripsiyang berjudul “Strategi Humas Pemda Gowa Dalam Meningkatkan Citra Wisata Kota Malino”.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujudtanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Warda, S.Sos.,M.A selaku Pembimbing I dan Ibu Selaku Dian Muhtadiah Hamna, S.IP.,M.I.Kom Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Dr. Ihyani Malik, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Syukri, S.Sos,.M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Kedua orang tua dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan semangat dan bantuan, baik moril maupun materil.
5. Ibu Arni,S.Kom.,M.I.Kom selaku penasehat akademik yang te;ah memberikan motivasi serta pengarahan akademik kepada penulis selama perkuliasan di unismuh makassar.

6. Teman-teman seperjuangan ilmu komunikasi angkatan 2019 yang telah memberikan semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Terkhusus kepada Saudara-saudara/i Fitrah Rahmadi (Sekum Pikom IMM Fisip Unismuh Makassar), Muh. Ilyas (Demisioner Ketua Humanikom), Muh Ridwan Karim (Kabid IT Bem Fisip Unismuh Makassar), Ahmad Rifqi (Sekbid IT Bem Fisip Unismuh Makassar), Annisa Mutiara Burhani (Wakil Bendahara Umum Bem Fisip Unismuh Makassar) yang telah membantu dan mendukung selama pengerjaan skripsi
8. Terimakasih Kepada Wikipedia,Google,Artikel yang di gunakan dan website-website yang telah banyak berkontribusi besar atas penulisan skripsi ini.
9. Segenap Pengurus Bem Fisip Unismuh Makassar, Dewan Senior dan adik-adik yang ada di Fakultas Sospol yang telah membersamai selama proses perkuliahan

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

ABSTRAK

Ahmad Affandy Muslim, Strategi Humas Pemda Gowa Dalam Meningkatkan Citra Wisata Kota Malino
(Dibimbing Oleh Wardah dan Dian)

Strategi Humas Pemerintah Daerah GOWA untuk meningkatkan citra wisata Kota Malino yang bertujuan untuk menampilkan pesona khas kota dan meningkatkan daya tariknya di kalangan wisatawan. Strategi ini mencakup perpaduan komunikasi strategis, keterlibatan masyarakat, dan kemajuan teknologi.

Melalui program-program Humas dan kampanye media yang cermat, strategi ini bermaksud untuk menyoroti lanskap kota Malino yang indah, signifikansi sejarah, dan lingkungan budaya yang dinamis. Kampanye ini akan memanfaatkan berbagai saluran media, termasuk outlet tradisional, platform digital, dan media sosial, untuk menjangkau audiens yang beragam dan menciptakan kesan yang bertahan lama. Strategi PR juga menekankan keterlibatan masyarakat, melibatkan penduduk lokal dalam mempromosikan atribut unik kota mereka. Dengan menumbuhkan rasa kebanggaan dan kepemilikan, strategi ini bertujuan untuk memastikan interaksi yang otentik dan bermakna antara pengunjung dan masyarakat setempat, sehingga meningkatkan pengalaman wisatawan secara keseluruhan.

Selain itu, aspek transformasi digital dari strategi tersebut melibatkan pembenahan kehadiran online Kota Malino. Ini termasuk membuat situs web resmi yang menarik dan informatif, memanfaatkan pengalaman realitas virtual, dan memanfaatkan influencer untuk berbagi konten menarik yang selaras dengan calon wisatawan. Komponen penting dari strategi PR melibatkan kolaborasi dengan pemangku kepentingan utama, seperti agen perjalanan, bisnis perhotelan, dan organisasi budaya. Dengan menjalin kemitraan, Pemerintah Daerah GOWA berupaya memperluas jangkauan pesannya dan membuat paket perjalanan komprehensif yang menawarkan penjelajahan menyeluruh di Kota Malino.

Kesimpulannya, strategi Humas Pemerintah Daerah GOWA berupaya memposisikan Kota Malino sebagai destinasi yang wajib dikunjungi, kaya akan keindahan alam, warisan budaya, dan pengalaman imersif. Melalui perpaduan harmonis antara komunikasi strategis, keterlibatan masyarakat, inovasi digital, dan kolaborasi, strategi ini bertujuan untuk meningkatkan citra wisata Kota Malino, mengkatalisasi pertumbuhan ekonomi dan mempromosikan pertukaran lintas budaya, sambil menjaga keaslian dan daya pikat kota.

Keyword: Strategi, Humas, Citra

DAFTAR ISI

ABSTRAK ii
KATA PENGANTAR iii
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN AKHIR SKRIPSI iv
HALAMAN PERNYATAAN v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR GAMBAR vix
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 6
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8
A. Penelitian Terdahulu 8
B. Konsep dan Teori 10
1. Komunikasi Pariwisata 10
2. Konsep Strategi Komunikasi 12
3. Konsep Humas/ Public Relations 23
a. Pengertian Humas/ Public Relations 23
b. Tujuan, Fungsi dan Peranan Humas 24
c. Aktivitas Humas dan Langkah- Langkah Strategi Humas 25
4. Citra dan Ruang Lingkup 25
a. Pengertian Citra Perusahaan 25
b. Jenis-Jenis Citra 28
5. Konsep Pariwisata 30
a. Pengertian Pariwisata 30
b. Jenis-Jenis Pariwisata 33
C. Kerangka Pikir 36
D. Fokus Penelitian 37
E. Deskripsi Fokus Penelitia 37

BAB III METODE PENELITIAN 39
A. Waktu dan Lokasi Penelitian 39
B. Jenis dan Tipe Penelitian..... 39
C. Teknik Pengumpulan Data 39
D. Informan Penelitian 40
E. Teknik Pengabsahan Data 43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 43
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian..... 43
1. Gambaran umum Kabupaten Gowa 43
2. Gambaran Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian Kabupaten Gowa 43
B. Hasil Penelitian..... 52
1. Strategi Humas Pemda Gowa 52
a. Penasehat Ahli (expert presciber) 52
b. Fasilitator Komunikasi (communication fasilitator) 54
c. Fasilitator Pemecahan Masalah (problem solving process fasilitator) 56
d. Teknisi Komunikasi (communication technican) 59
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Pemda Gowa dalam Menigkatkan Citra Wisata Kota Malino……..62
a. Faktor Pendukung Humas Pemda Gowa Dalam Menigkatkan Citra Wisata Kota Malino……62
b. Faktor Penghambat Humas Pemda Gowa Dalam Meningkatkan Citra Wisata Kota Malino……64
C. Pembahasan Penelitian 65
BAB V PENUTUP..... 70
A.Kesimpulan..... 70
B. Saran .....
DAFTAR PUSTAKA..... 72
PEDOMAN WAWANCARA..... 74
LAMPIRAN..... 78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 8

Tabel 3.1 Data Informan Penelitian 41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagang Kerangka Pikir 37

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Kominfo Kab. Gowa 51

Gambar 4.2 Umkm Gowa Bangkit 54

Gambar 4.3 Ayo Ke Gowa..... 54

Gambar 4.4 Event Beatiful Malino 61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Humas dapat dipahami sebagai komunikasi antara organisasi dan masyarakat. Komunikasi sendiri sangat erat kaitanya dengan bagiaimana pesan itu disampaikan. Dalam hal ini terdapat enam prinsip penyampaian dalam al Qur’an, yaitu: Qaulan Sadida, Qaulan ma'rufa, qaulan baligha, qaulan maysura, qaulan layyina, dan qaulan kariima.Qaulan Sadidan adalah konsep perkataan yang benar, tegas, jujur, lurus, to the pint, tidak berbelit-belit dan tidak bertele-tele. Kata qaulan sadidan disebut dua kali dalam Al-Quran. Pertama, Allah menyuruh manusia menyampaikan qaulan sadidan dalam urusan anak yatim dan keturunan. Kedua, Allah memerintahkan qaulan sadidan sesudah takwa. Disebutkan dalam Al Qur’an:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا

عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar. QS(An Nisaa: 9)

Indonesia adalah negara dengan budaya, adat istiadat, dan keindahan alam yang sangat beragam. Indonesia juga merupakan salah satu negara yang

memiliki potensi tujuan wisata dan objek wisata berupa keanekaragaman hayati yang sangat kaya. Kekayaan budaya dan keindahan alam dapat dimanfaatkan untuk mendongkrak industri pariwisata guna mendukung perolehan devisa negara. Pengelolaan pariwisata yang profesional meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun dan juga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat pada umumnya. Pariwisata merupakan industri di Indonesia yang penyumbangnya sangat tinggi karena menjadi penyumbang devisa terbesar kedua setelah minyak dan gas bumi.

Malino merupakan sebuah kelurahan di Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa yang berjarak sekitar 80 km dari pusat Kota Makassar yang dapat ditempuh sekitar 2 jam dari Kota Makassar. Malino memiliki berbagai objek wisata antara lain, Malino Highlands, Air Terjun Takapala, Air Terjun ketemu jodoh, Air Terjun Biroro, Air Terjun Salewangan Malino, Air Terjun Bulan, Air Terjun Lembanna, Kawasan Hutan Pinus Malino, dan tempat wisata lainnya yang ada di malino.

Kawasan objek wisata tidak hanya menawarkan udara sejuk, akan tetapi dapat menikmati panorama alam yang indah karena terletak di kawasan pegunungan yang di kelilingi oleh lembah dan kawasan hutan pinus. Sebagian besar objek wisata yang dipaparkan diatas saat ini belum di kelola secara profesional atau dengan kata lain masih di kelola oleh masyarakat setempat sehingga pengelolaannya masih belum maksimal. Dinas komunikasi, informatika, statistik dan persandian Kabupaten Gowa diharapkan mampu mengelola dan mempromosikan pariwisata Malino ini, sehingga dapat

meningkatkan kesejahteraan masyarakat juga malino dapat lebih terpublikasi baik dalam maupun luar negeri dan juga dapat menambah pendapatan asli daerah Sektor pariwisata merupakan sektor yang mempunyai potensi yang sangat besar dalam menambah pemasukan daerah apabila dapat di kelola dengan sebaik-baiknya. UU No. 23 Tahun 2014 memberikan kewenangan kepada daerah untuk mengelolah daerah sendiri dengan tujuan dapat menopang pendapatan daerah dan mengembangkan daerahnya termasuk potensi di bidang pariwisata. Sangat jelas bahwa saat ini daerah diberikan kewenangan sebesar-besar dalam mengelola potensi wilayahnya masing-masing sehingga sangat di perlukan peran pemerintah kabupaten Gowa terkhusus Dinas Pariwisata budaya dan seni dalam memberikan strategi-strategi terbaik dalam mengembangkan pariwisata Malino sehingga dapat memberikan manfaat terhadap masyarakat sekitar.

Berdasarkan observasi awal yang dilakuakn penulis di kawasan Malino, masih banyak permasalahan terkait pengelolaan wisata di kawasan Malino yang mempengaruhi aspek keindahan, kebersihan dan ketertiban. Permasalahan yang paling banyak terjadi adalah kemacetan lalu lintas yang tidak dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan oleh beberapa faktor, sehingga lama kelamaan kemacetan yang terjadi semakin parah. Trotoar yang sempit masih menjadi faktor yang paling berpengaruh, terutama di kawasan pasar dan kawasan pinus. Jika menuju kawasan air terjun Takapala juga terlihat jalan setapak yang kurang stabil.

Selain sempitnya sambungan jalan, kemacetan lalu lintas juga

diperparah dengan terbatasnya lahan parkir di kawasan pinus yang berdampak pada tidak tertibnya pengunjung saat memarkirkan kendaraannya. Hal ini bisa diperparah saat musim liburan ketika peningkatan wisatawan yang sangat besar di kawasan pasar dan kawasan pinus menyebabkan kemacetan lalu lintas yang sangat besar, bisa mencapai satu kilometer.

Penelitian yang dilakukan oleh Muh. Nurfadli Abidin (2020) mencatat adanya kemacetan di sejumlah kawasan objek wisata kota dan juga keterbatasan lahan parkir. Sarana tempat parkir kawasan obyek wisata malino masih belum optimal karena tempat parkir yang tersedia masih belum memadai untuk menampung kendaraan bermotor sehingga masih banyak kendaraan yang diparkir di pinggir jalan yang mengakibatkan kemacetan terutama memasuki akhir pekan.

Selain masalah kemacetan, masalahnya adalah tidak tersedianya trotoar khusus, yang berarti pengunjung menggunakan sebagian jalan utama sebagai trotoar. Sarana dan prasarana penunjang pariwisata masih terbatas, terutama terkait dengan tempat sampah umum. Minimnya tempat sampah menyebabkan banyaknya sampah yang berserakan di sekitar kawasan terutama di kawasan pinus yang dapat mengakibatkan kurangnya keindahan dan kebersihan. Selain itu, sebagian besar tempat wisata Malino masih dikelola oleh pihak swasta sehingga tempat wisata ini kurang mendapat perhatian dari jalan, peternakan dan lain-lain.(muh. nurfadli abidin, 2020)

Andi Atrianingsih dalam penelitiannya yang berjudul ’Peran pemerintah dalam mengembangkan wisata malino sebagai ‘’Beautiful malino’’

di Kabupaten Gowa juga mencatat kondisi akses jalan yang rusak sehingga dibutuhkan pembangunan infrastruktur (Atrianingsi et al., 2019)

Karena berbagai permasalahan tersebut di atas dan belum adanya pengawasan dan perhatian Pemerintah Gowa dalam pengelolaan dan pemanfaatan kawasan hutan pinus sebagai tujuan wisata, maka kawasan hutan pinus ini belum dikelola secara profesional dalam artian kurangnya keterampilan yang diperlukan (kurangnya pengetahuan dalam industri pariwisata), sarana dan prasarana yang tidak dikelola dengan baik, dan yang terburuk, sumber daya alam pendukung yang ada dioptimalkan sebagai peluang ekonomi yang dapat meningkatkan pendapatan daerah.

Ini kemudian menjadi referensi penulis karena terdapat kesamaan dalam hal pengembangan pariwisata. Sebagaimana Peranan (Humas pemerintah daerah Kabupaten Gowa) dituntut untuk mampu menyebarkan informasi mengenai pelayanan publik kepada masyarakat sesuai dengan kebijakan instansi, yang kemudian disampaikan ke media sebagai suatu agenda media dan diterima oleh publik sebagai agenda publik atau masyarakat, dimana di Kota Malino sendiri memiliki sejumlah destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh turis dalam negeri dan mancanegara.

Berdasarkan uraian di atas perlu disadari oleh pemerintah daerah dalam hal ini (DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA, STATISTIK, DAN PERSANDIAN KABUPATEN GOWA) yang sangat berperan penting dalam mempromosikan pariwisata di kawasan Malino, mengingat

bahwa kawasan Malino jika diakelola dengan sebaik-baiknya dapat

memberikan dampak yang sangat luar biasa terutama dalam meningkatkan pendapatan daerah. Dengan adanya strategi-strategi dari Dinas komunikasi, informatika, statistik, dan persandian kabupaten gowa (diskominfo gowa), dalam mempromosikan kota malino terkait dalam pengembangan pariwisata membuat kawasan tersebut mempunyai nilai saing dalam menarik wisatawan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi humas Pemda Gowa dalam meningkatkan citra wisata Kota Malino
2. Apa saja faktor penghambat dan faktor pendukung humas Pemda Gowa dalam meningkatkan citra wisata Kota Malino ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah terkait “Strategi humas pemda gowa dalam meningkatkan citra wisata kota malino”. Maka peneliti mempunyai beberapa tujuan yang berhubungan dengan diadakannya penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui strategi humas Pemda Gowa dalam meningkatkan citra wisata kota malino
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dan faktor pendukung humas pemda gowa dalam meningkatkan citra wisata Kota Malino

D. Manfaat Penelitian

Sebagaimana yang telah disampaikan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas maka peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat mendorong pengembangan pengetahuan. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis :

   Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih dalam mengembangkan pariwisata Malino di Kabupaten Gowa. Selain itu pennelitian ini dapat menambah referensi penelitian untuk penulis lainnya dalam mengembangankan pariwisata.

2. Manfaat Praktis :

   Sebagai masukan kepada Dinas Humas Pemda Gowa Kabupaten 7 Gowa dalam mengembangkan pariwisata Malino di Kabupaten Gowa dan dapat membantu Pemerintah Daerah Kabupaten Gowa dalam merumuskan strategi kebijakan yang tepat dalam mengembangkan pariwisata Malino di Kabupaten Gowa.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan penelitian
Muh. Nurfadli Abidin (2020) strategi pengembang an pariwisata malino di kabupaten gowa	Pendekatan deskriptif Kualitatif	hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan yang dilakukan belum maksimal sehingga banyak obyek wisata yang terbengkalai dan tidak diperhatikan oleh pihak terkait. Padahal potensi wisata yang ada dimalino sangat besar pengaruhnya dalam peningkatan jumlah wisata yang berkunjung ke kabupaten Gowa. Sehingga peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mengembangkan pariwisata malino sangat besar sebagai salah satu pihak yang bertanggung jawab dalam pengelolaan obyek wisata yang ada di malino	Fokus pada strategi pengembangan pariwisata dengan menggunakan teori strategi dan pengembangan pariwisata
Anyelir Puspa Ayudia dan Siti Sri	pendekatan deskriptif kualitatif.	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa citra Pemerintah Kota Probolinggo di mata masyarakat dinilai baik.	Fokus penelitiannya adalah strategi Komunikasi

Wulandari (2021) Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo		Strategi komunikasi yang digunakan seperti menjaga pola komunikasi, merencanakan dan menyusun tugas sebagai humas Pemerintah Kota Probolinggo, serta menjaga keterbukaan dan informasi yang diberikan kepada publik dapat mempengaruhi citra Pemerintah Kota Probolinggo. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi citra positif Pemerintah Kota Probolinggo adalah dengan meningkatkan system pelayanan, menjaga komunikasi dan kerjasama yang baik antar anggota Pemerintah Kota Probolinggo atau dengan masyarakat serta keterbukaan informasi kepada masyarakat.	humas, lokasi penelitian, Teori yang Digunakan Dalam penelitian yaitu Komunikasi, Strategi Komunikasi, Humas Pemerintah, Humas, Peran Humas dan Citra Positif
Siti Faridah (2020) Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Meningkatkan Citra Publik	Pendekatan Deskriptif kualitatif.	Berdasarkan hasil penelitain, didapatkan bahwa HUMAS dapat menggunakan beberapa strategi dalam meningkatkan citra publik lembaga pendidikan pada masa pandemi covid-19 yaitu dengan melaksanakan 1) pameran lembaga pendidikan 2) Layanan konten website dan sosial media 3) Program virtual	Focus Penelitiannya pada lembaga pendidikan, teori yang Digunakan yaitu Covid-19, Lembaga Pendidikan, Strategi

Lembaga Pendidikan Pada Masa Pandemic Covid-19		kehumasan (internal) dan Bimbungan konseling online. Sehingga dapat disimpulkan, Dengan adanya strategi tersebut, HUMAS diharapkan mampu meningkatkan citra publik lembaga pendidikan pada masa pandemi covid-19.	Hubungan Masyarakat

B. Konsep dan Teori

1. Komunikasi Pariwisata

Bidang ilmu komunikasi terus berkembang dari waktu ke waktu, dan pengunaannya dalam berbagai bidang lain juga terus dikembangkan, salah satunya adalah dalam bidang pariwisata. Komunikasi pariwisata merupakan pengembangan ilmu komunikasi dalam bidang pariwisata. Hal ini dapat terjadi dikarenakan pariwisata memiliki potensi sebagai salah satu sarana komunikasi.

Menurut (Paramita, 2017) yang mengatakan: *"tourism communication is part of science communication that focuses on an individual within a group or* community *dealing with issues related to tourism. The focus in the tourism communication is a specific process on issues related to tourism and the factors that affect the transaction. The process takes place both verbal and non-verbal, oral or written, personal or impersonal. Thus it can be said that the tourism communication is the application of concepts and theories of communication in the process that takes place between individuals or groups"*. Pemahaman dan pengertian tentang

komunikasi pariwisata harus dimulai dari memahami definisi dari pariwisata. Kamus Besar Bahas Indonesia (KBBI) menjelaskan konsep pariwisata sebagai sesuatu yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancongan, dan turisme. Sedangkan menurut Ismayanti (2008:1) pariwisata adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan dengan tujuan berekreasi yang melibatkan banyak orang dalam prosesnya dan dapat menghidupkan berbagai bidang usaha. Konsep komunikasi sendiri dapat diartikan sebagai suatu proses pemindahan dan pengertian dari suatu makna dari pengirim kepada penerima pesan, dimana penerima pesan dapat memberikan umpan balik kepada pengirim pesan.

Komunikasi pada dasarnya merupakan proses penyampaian pesan baik secara pernyataan ataupun lambanglambang bermakna untuk memberitahu, mengubah sikap atau prilaku seseorang kepada orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan maksud bukan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut. Dari dua definisi ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi pariwisata adalah suatu aktivitas manusia dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan ke suatu daerah maupun objek wisata yang akan dikunjungi wisatawan sambil menikmati perjalanan dari suatu objek wisata ke objek

wisata lain, agar wisatawan tertarik dan sampai pada suatu tindakan untuk mengunjungi.(Paramita, 2017)

2. Konsep Strategi Komunikasi

Rogers dalam (Cangara, 2013) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Menurut seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton juga membuat definisi dengan menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.Strategi komunkasi memungkinkan suatu tindakan komunikasi dilakukan untuk target-target komunikasi yang dirancang sebagai target perubahan. Bahwa didalam strategi komunikasi pemasaran, target utamanya adalah pertama, bagaimana membuat orang sadar bahwa dia memerlukan suatu produk, jasa atau nilai dan apabila perhatian sudah terbangun, maka target terpentingnya adalah agar orang loyal untuk membeli produk, jasa atau nilai itu (Bungin, 2015). Pada intinya strategi komunikasi adalah perencanaan dan pengaturan yang disusun agar komunikasi berjalan efektif sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Tujuan umum dari komunikasi biasanya adalah membuat komunikan memiliki makna yang sama terhadap pesan yang disampaikan atau membuat komunikan memiliki pemikiran atau sikap seperti yang diinginkan oleh komunikator.

Dengan kata lain, tujuan komunikasi biasanya untuk memengaruhi orang lain.

Ada beberapa langkah dalam menerapkan strategi komunikasi. Langkah-langkah ini disusun oleh Arifin, agar komunikasi dapat dilakukan secara efektif. Berikut ini langkah- langkah strategi komunikasi:

1. Mengenal khalayak

   Ketika akan berkomunikasi, sangat penting untuk mengetahui dengan siapa kita berbicara. Mengapa? Hal ini dikarenakan segala komponen komunikasi yang akan kita gunakan, disesuaikan dengan khalayak yang akan menerima pesan kita. Misalnya saja, kamu diberi kesempatan untuk berpidato di depan anak-anak SD. Anak-anak memiliki karakteristik yang mudah bosan, terlebih lagi jika cara penyampaiannya tidak menarik. Hal ini bisa menjadi hambatan sehingga pesan yang akan kamu sampaikan menjadi susah untuk diterima oleh anak-anak. Selain itu, kamu juga harus memilih kata-kata yang tepat agar pesan yang kamu sampaikan mudah diterima oleh khalayakmu.Ada tiga hal yang perlu kamu ketahui tentang karakteristik khalayak. Pertama, kamu perlu ketahui pengetahuan khalayakmu terkait pokok permasalahan yang akan kamu sampaikan. Kedua, kamu perlu memikirkan media apa yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Ketiga, perbendaharaan kata khalayakmu, agar pesan yang disampaikan lebih mudah diterima.

2. Menentukan tujuan

Tentukan tujuan komunikasi yang kamu lakukan. Beberapa tujuan komunikasi di antaranya untuk memberikan informasi, menyelesaikan masalah, mengevaluasi perilaku, dan menolong orang lain. Tujuan ini nantinya akan memengaruhi penyusunan komponen komunikasi lainnya.

3. Menyusun pesan

Setelah mengenali khalayak dan karakteristiknya serta menentukan tujuan komunikasi, langkah selanjutnya adalah menyusun pesan. Hasil dari pengamatanmu tentang pengetahuan dan karakteristik khalayak dijadikan sebagai acuan untuk menyusun pesan. Memilih kata-kata apa yang mudah dimengerti oleh khalayak. Menggunakan berbagai simbol atau pernak- pernik untuk menarik perhatian khalayak dan lain-lain.

4. Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan

Setelah tiga langkah di atas telah dilakukan, maka kita baru bisa menentukan metode dan media apa yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan. Pemilihan metode dan media ini disesuaikan dengan karakteristik khalayak, tujuan komunikasi, dan rangkaian pesan yang sudah disiapkan.Misalnya saja, kamu harus mensosialisasikan pentingnya cuci tangan di masa pandemi kepada anak SD kelas 3 dan 4. Anak-anak SD cenderung mudah bosan dan tidak terlalu memiliki perbendaharaan kata-kata yang banyak. Maka

dari itu, kamu bisa menggunakan bahasa yang umum dan membuat penjelasan menjadi singkat dan menarik. Informasi tentang langkah-langkah mencuci tangan bisa dikemas dengan nyanyian agar lebih menarik dan tidak membosankan.(Mayang lestari, 2020)

Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Onong Uchayana dalam bukunya ilmu komunikasi teori dan praktek, mengatakan komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan. Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (*human communication*) bahwa komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antarsesama manusia,(2) melalui pertukaran informasi, (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain, (4) serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu. Banyak sekali definisi komunikasi yang berbeda disampaikan oleh para ahli komunikasi. Menurut Anderson (1959) komunikasi adalah suatu proses dengan mana kita bisa memahami dan dipahami oleh orang lain. Komunikasi merupakan suatu proses yang dinamis dan secara konstan berubah sesuai dengan situasi yang berlaku.

Sementara, Berelson dan Steiner (1964) mendefinisikan komunikasi sebagai penyampaian informasi,gagasan,keahlian dan lain-lain melaui penggunaan simbol-simbol, seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain. (Prof. Dr. Khomsahrial Romli, 2016)

3. Konsep Humas/ Public Relations

1. Pengertian Humas/ Public Relations

Menurut Haris Munandar (1992:9) menerjemahkan definisi humas dari Frank Jefkins yaitu "humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian". Sedangkan R.Sudiro Muntahar (1985:5) mengartikan "humas sebagai suatu kegiatan usaha yang berencana yang menyangkut itikad baik, rasa simpati, saling mengerti, untuk memperoleh pengakuan, penerimaan dan dukungan masyarakat melalui komunikasi dan sarana lain (media massa) untuk mencapai manfaat dan kesepakatan bersama" Dari kedua pernyataan para ahli tersebut dapat di ambil garis bawah bahwa Hubungan Masyarakat adalah komunikasi yang terencana dengan itikad baik dengan menggunakan Media untuk memperoleh pengakuan, penerimaan dan dukungan dari Masyarakat dengan tujuan menciptakan tujuan bersama atau tujuan Lembaga.(Tria, 2018)

Menurut SP. Siagian, dalam bukunya Bunga Rimpai

Manajemen Modern mengatakan bahwa aktivitas ialah segala sesuatu yang dikerjakan didalam suatu organisasi, termasuk keterlambatan-keterlambatan dan penyimpangan-penyimpangan serta operasi-operasi yang beraneka ragam dan setiap gerak didalam prosedur.10 Kemudian Soedarda Poebakawatja, dalam bukunya Ensiklopedia Administrasi mengartikan aktivitas dengan suatu perbuatan yang mengandung makna tertentu dan memang dikendalikan oleh orang yang melakukannya.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa ativitas adalah suatu kegiatan, kesibukan yang dikerjakan didalam suatu organisasi yang dikendalikan oleh orang yang melakukannya.(Romeltea, 2021).

Sedangkan humas sebagai pihak yang harus menjalin komunikasi ke dalam dan ke luar memiliki banyak aktivitas yang harus dilakukan, yaitu:

1. Membina hubungan dengan lingkungan internal.
2. Membina hubungan dengan pers
3. Dokumentasi dan kliping
4. Kegiatan khusus (special event)
5. Pameran.

2. Tujuan, Fungsi dan Peranan Humas

Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, Glen M. Broom (2009: 466) menyebutkan tujuh tujuan dari humas pemerintah, yaitu:

1. Memberi informasi konstituen tentang aktivitas agen pemerintah
2. Memastikan kerja sama aktif dalam program pemerintah
3. Mendorong warga mendukung kebijakan dan program yang sudah ditetapkan
4. Melayani sebagai advokat publik untuk administrator pemerintah
5. Mengelola informasi internal
6. Memfasilitasi hubungan dengan media
7. Membangun komunitas dan bangsa

Humas pemerintah bertugas menjalankan kebijakan publik dan pelayanan publik. Dalam kebijakan publik, humas bertugas memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat rakyat.Dalam pelayanan publik, humas bertugas memberikan pelayanan terbaik, dengan birokrasi yang mudah untuk memberikan kepuasan kepada masyarakat.Tujuan utama humas pemerintah adalah, sebagaimana tujuan utama humas pada umumnya, pemerintahan memperoleh citra dan reputasi yang positif.

Bertrand R. Canfield (dalam Ardianto, 2013:241) menjelaskan bahwa fungsi humas pemerintah terdiri atas:

1. Mengabdi kepada kepentingan umum
2. Memelihara komunikasi yang baik
3. Menitikberatkan pada moral dan tingkah laku yang baik tugas pokok humas pemerintah Indonesia mencakup kepada:
    1. Mengamankan kebijakan pemerintah

2. Memberikan pelayanan, menyebarluaskan informasi kebijaksanaan dan program-program kerja secara nasional kepada masyarakat.
3. Menjadi komunikator dan mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan pemerintah, menampung aspirasi, dan keinginan-keinginan publiknya.
4. Berperan serta menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi stabilitas keamanan, politik, dan pembangunan nasional, baik jangka panjang maupun jangka pendek. (Romeltea, 2021)

Peranan Humas Menurut Dozier dan Broom (dalamRuslan, 2014) peran humasada empat kategori yaitu:

1. Penasehat Ahli (Expert Prescriber) Seorang praktisi pakar Public Relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (public relationship). Kegagalan dan keberhasilan suatu program merupakan tanggung jawab seorang expert prescriber. Terdapat beberapa indikator seseorang yang menjalankan peran sebagai seorang expert prescriber, yaitu :
   a. Membuat kebijakan komunikasi
   b. Mendiagnosa masalah public relations
   c. Merencanakan dan merekomendasikan tindakan yang

harus dilakukan

d. Bertanggung jawab atas semua keberhasilan maupun kegagalan

e. Orang lain menilai bahwa dia seorang pakar

f. Orang lain dalam organisasi menganggap bahwa dia adalah seorang yang patut dipercaya.

2. Fasilitator Komunikasi (Communication Facilitator) Dalam hal ini, praktisi public relations bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Di pihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak. Dengan kata lain sebagai mediator atau penengah jika terjadi miscommunication. Broom (dalam Ruslan, 2014) mengemukakan beberapa indikator yang menunjukkan peran communication facilitator yaitu:

a. Menjaga agar pihak manajemen selalu mendapat informasi terbaru

b. Melaporkan setiap hasil survey opini public

c. .Menciptakan peluang agar pihak manajemen selalu mendengarkan pandangan-pandangannya

d. Menjaga agar setiap orang dalam organisasi tersebut memperoleh informasi

e. Melakukan audit komunikasi

f. Mewakili organisasi dalam setiap pertemuan dan acara-acara.

3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (Problem Solving Process Fasilitator) Peranan praktisi public relations dalam proses pemecahan persoalan Public Relations ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (adviser) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional. Menurut Broom (dalamRuslan, 2014) terdapat beberapa indikator yang menunjukkan peran problem solving process facilitator yaitu:

a. Memenuhi kebutuhan akan perencanaan public relations yang sistematis

b. Bekerjasama dengan pihak manajemen dalam meningkatkan ketrampilan

c. Meningkatkan partisipasi manajemen

d. Menjaga agar pihak manajemen selalu terlibat secara aktif
e. Beroperasi sebagai katalis
f. Membuat beberapa alternatif untuk keperluan memecahkan masalah.

4. Teknisi Komunikasi (Communication Techinician)

Peranan ini menjadikan praktisi public relation sebagai journalist in resident yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan method of communication. Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan (level), yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ke tingkat atasan. Hal yang sama juga berlaku pada arus dan media komunikasi antara satu level, misalnya komunikasi antar karyawan satu departemen dengan lainnya (employee relations and communication media model). Menurut Broom (dalam Ruslan, 2014), terdapat beberapa indikator yang menunjukkan peran seorang communication technician yaitu :

a. Menulis materi-materi PR
b. Mengedit atau menulis kembali untuk pengecekan tata

bahasa c. Menangani aspek-aspek teknis

c. Memproduksi brosur dan pamphlet
d. Melakukan aktivitas fotografi dan disain grafis
e. Memelihara kontak dengan media dan mengirimkan press release.(Maulidia, 2020)

3. Aktivitas Humas dan Langkah- Langkah Strategi Humas

1. Aktivitas Humas

Humas menjalankan fungsi manajemen dengan ciri kegiatan yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi dan lembaga umum dan swasta dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka terkait cara mengevaluasi opini publik dengan tujuan untuk sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan guna memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien dengan kegiatan penerangan yang berencana dan tersebar luas. Humas memang tidak dapat menghindari posisinya yang berada di antara publik internal dan juga eksternal.

Maka, humas harus mampu membentuk hubungan yang harmonis dengan publik internal maupun eksternal. Untuk hubungan dengan publik internal dikenal dengan istilah internal relations ketika semua aktivitas humas ditujukan kepada publik internal yang terdiri dari orang-orang yang terkait langsung di

perusahaan yaitu karyawan, keluarga karyawan, pemegang saham sampai eksekutif puncak.

Adapun external relations adalah aktivitas yang ditujukan kepada pihak eksternal seperti kalangan pers, Pemerintah, dan masyarakat di luar perusahaan yang memerlukan informasi atau penerangan melalui aktivitas publisitas oleh Humas. (Admin, 2017)

Ada empat langkah dan proses yang lazim dilakukan humas dalam melaksanakan kegiatannya (Cutlip, dkk, Ibid., 1982, h 169). Adapun keempat kegiatan tersebut adalah:

1. *Fact Finding and Feedback* (Riset Penemuan Fakta)

   Pada tahapan ini dilakukan penemuan fakta di lapangan atau hal- hal yang berkaitan dengan opini, sikap, dan reaksi publik dengan kebijaksanaan pihak organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Setelah menemukan fakta di lapangan, maka data, fakta, dan informasi tersebut dievaluasi untuk dapat dijadikan pedoman pengambilan keputusan berikutnya.

   Pada tahapan ini yang paling diperlukan adalah kepekaan humas dalam mendengarkan dan menemukan fakta yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan atau organisasi. Tahap ini juga dinamakan tahapan analisis situasi.

2. *Planning and Programming*

   Tahapan perencanaan dan penyusunan program kerja

merupakan upaya yang dilakukan untuk menentukan langkah selanjutnya yang sejalan dengan kepentingan publik.

3. *Action and Communicating*

Proses ini merupakan tidak lanjut setelah melakukan perencanaan. Humas harus bisa melakukan tindakan berdasarkan rencana matang yang sudah dibuat. Tindakan dilakukan sesuai fakta yang ada sehingga dapat menyampaikan pesan efektif yang bisa mempengaruhi opini publik

4. *Evaluation*

Evaluasi merupakan tahap penilaian hasil dari riset awal hingga perencanaan program, serta keefektifan dari proses manajemen dan bentuk komunikasi yang digunakan. Tahapan ini dikatakan sebagai tahap penafsiran hasil kerja.

keempat tahap di atas sangat penting dilakukan dan saling terkait satu sama lain. Bila terjadi kendala atau ketidakcocokan dan salah penerapan, maka dapat diduga bahwa hasil kegiatan, pelaksanaan program kerja humas sampai penilaian hasilnya tidak signifikan untuk tujuan pengambilan keputusan secara tepat dan benar.(Admin, 2017)

4. Citra dan Ruang Lingkup

a. Pengertian Citra Perusahaan

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian citra adalah (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (2) gambaran yang

dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk; (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi. Menurut Soemirat dan Ardianto mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, banker, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan mempunyai pandangan terhadap perusahaan.

Demikian pula menurut Kotler dan Keller yang mengatakan bahwa para pembeli memiliki tanggapan berbeda terhadap citra perusahaan atau merek. Citra adalah cara masyarakat mempersepsi (memikirkan) perusahaan atau produknya. Berikut adalah beberapa pendapat para ahli mengenai citra:

a. Menurut Dowling (dalam Nha Nguyen) yang dimaksud citra adalah *"corporate image is the consumer's response to the total offering and is defined as a sum the belief, ideas, and impressions that a public has an organization"*. Artinya citra perusahaan adalah respon konsumen pada keseluruhan penawaran yang diberikan perusahaan dan didefinisikan

sebagai sejumlah kepercayaan, ide-ide, dan kesan masyarakat pada suatu organisasi.

b. Menurut *Davies* et al (dalam Nha Nguyen) mendefinisikan citra sebagai berikut: *"Corporate image is described as overall impression made on the minds of the public about organization. It is related to business name, architecture, variety of product/services, tradition, ideology, an to the impression of quality commuicated by each employee interacting with the organization's clients"*. Artinya citra perusahaan merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk dibenak masyarakat tentang perusahaan. Dimana citra tersebut berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada kualitas komunikasi yang dilakukan oleh setiap karyawan yang berinteraksi dengan klien organisasi.

c. Menurut Lawrence (dalam Sutojo) citra *perusahaan* menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil keputusan penting. Setiap perusahaan mempunyai citranya tersendiri dimasyarakat. Citra itu sendiri dapat berperingkat baik, sedang ataupun buruk. Lawrence mengatakan bahwa bagi perusahaan (dalam Sutojo), "citra juga dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan, seseorang terhadap perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang perusahaan yang bersangkutan". Oleh

karena itu citra sebuah perusahaan yang sama dapat berbeda dimata dua orang berlainan. Citra perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil keputusan, sehingga persepsi yang ada harus bersifat positif sehingga dapat lahir citra yang baik.

d. Menurut Bill Canton yang dikutip oleh Soleh Soemirat, bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri public terhadap institusi atau individu; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Sukatendel mengatakan bahwa citra itu dengan sengaja perlu iciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu asset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi.(Shofa Sholihin, 2011)

b. Jenis-Jenis Citra

Menurut Frank Jefkins ada beberapa jenis citra, yaitu:

a. Citra bayangan (*mirror image*). Citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasi atau lembaganya. Citra ini seringkali tidak tepat, bahkan sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak- pihak luar.

b. Citra yang berlaku (*current image*). Adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai

suatu organisasi atau indinvidu. Namun sama halnya dengan citra bayangan, citra yang berlaku tidak selamanya, bahkan jarang, sesuai dengan kenyataan karena sematamata terbentuk dari pengalaman atau pengetahuan orang-orang luar yang biasanya serba terbatas. Biasanya pula, citra ini cendrung negatif. *Current image* (citra yang masih hangat) yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal.

c. Citra yang diharapkan (*wished image*). Adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini juga tidak sama dengan citra yang sebenarnya. Biasanya citra yang diharapkan itu lebih baik atau lebih menyenangkan daripada citra yang ada, walaupun dalam keadaan tertentu, citra yang terlalu baik juga bias merepotkan. Namun secara umum yang disebut sebagai citra yang harapan itu memang sesuatu yang berkonotasi lebih baik.

d. Citra perusahaan (*corporate image*). Atau citra lembaga adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan. Citra lembaga ini terbentuk dari banyak hal, seperti sejarah atau riwayat hidup lembaga yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas dibidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab social dan komitmen mengadakan riset. Marks and Spencer memiliki suatu

citra perusahaan yang cemerlang dan sudah memperoleh pengakuan internasional

e. Citra majemuk (*multiple image*). Citra yang dimunculkan dari banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang atau perwakilan dari suatu organisasi dapat memunculkan citra yang belum tentu sama dengan citra yang dimiliki oleh suatu organisasi tersebut secara keseluruhan jumlah citra yang dimiliki oleh suatu organisasi dapat dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimilikinya.

Sedangkan menurut Rosady ruslan dalam bukunya manajemen public relation dan media komunikasi, selain lima citra yang telah disebutkan oleh frank jefkins, ada satu citra yang juga penting yaitu citra penampilan (*performance image*). Citra pemampilan ini lebih ditunjukkan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri (*performance image*) para professional pada perusahaan atau lembaga bersangkutan. Citra penampilan harus serba menyenangkan serta memberikan kesan yang selalu baik. Mungkin masalah citra penampilan ini kurang diperhatikan atau banyak disepelekan orang.(Shofa Sholihin, 2011)

5. Konsep Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah rangkaian aktivitas dan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan, kelompok atau keluarga ke suatu tempat secara sementara dengan tujuan

mencari ketenangan, kedamaian, keseimbangan, keserasian dan kebahagiaan jiwa. Pariwisata didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud untuk mencari nafkah di tempat yang di kunjunginya, tetapi dengan semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, menjelaskan bahwa pariwisata dalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat,pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Jadi pariwisata merupakan perjalanan yang di lakukan manusia ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya dalam waktu paling tidak satu malam dengan tujuan perjalanannya bukan untuk mencari nafkah, pendapatan atau penghidupan di tempat tujuan.Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Seorang wisatawan

berkunjung ke suatu tempat/daerah/Negara karena tertarik oleh sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjng ke suatu tempat/daerah/Negara disebut daya tarik dan atraksi wisata (Mappi, 2001:30) (dalam skripsi Angga Pradikta (2013:14).

Penggolongan jenis obyek wisata akan terlihat dari ciri-ciri khas yang ditonjolkan oleh tiap-tiap obyek wisata. Menurut Mappi (2001:30-33) dalam skripsi Angga Pradikta (2013:15) Objek wisata dikelompokan ke dalam tiga jenis, yaitu :

1) Objek wisata alam, misalnya : laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lainlain.
2) Objek wisata budaya, misalnya : upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum dan lain-lain.
3) Objek wisata buatan, misalnya: sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain lain.

Dalam membangun obyek wisata tersebut harus

memperhatikan keadaan sosial ekonomi masyarakat setempat, sosial budaya daerah setempat, nilai nilai agama, adat istiadat, lingkungan hidup, dan obyek wisata itu sendiri. Pembangunan obyek dan daya tarik wisata dapat dilakukan oleh Pemerintah, Badan Usaha maupun Perseorangan dengan melibatkan dan bekerjasama pihakpihak yang terkait.

Dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Kata wisatawan (tourist) merujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari traveler atau visitor. Berdasarkan hal tersebut di atas, obyek wisata dapat diklasifikasikan berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia. Pariwisata merupakan fenomena kebutuhan akan kesehatan dan pergantian suasana, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan khususnya bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat. Pariwisata adalah kegiatan seseorang yang bepergian atau tinggal di suatu tempat di luar lingkungannya yang biasa dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus, untuk kesenangan, bisnis ataupun tujuan lainnya.(Muchlisin Riadi, 2019)

b. Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Ismayanti (2010), berdasarkan jenis-jenis objek wisatanya, pariwisata dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. Wisata pantai (*Marine tourism*). Merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
2. Wisata Etnik (*Etnik tourism*). Merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
3. Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*). Merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, Kesegaran hawa di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.
4. Wisata Buru. Merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
5. Wisata Olahraga. Wisata ini memadukan kegiatan olahraga dengan kegiatan wisata. Kegiatan dalam wisata ini dapat berupa kegiatan olahraga aktif yang mengharuskan wisatawan melakukan gerak olah tubuh

secara langsung. Kegiatan lainnya dapat berupa kegiatan olahraga pasif. Dimana wisatawan tidak melakukan gerak olah tubuh, melainkan hanya menjadi penikmat dan pecinta olahraga saja.

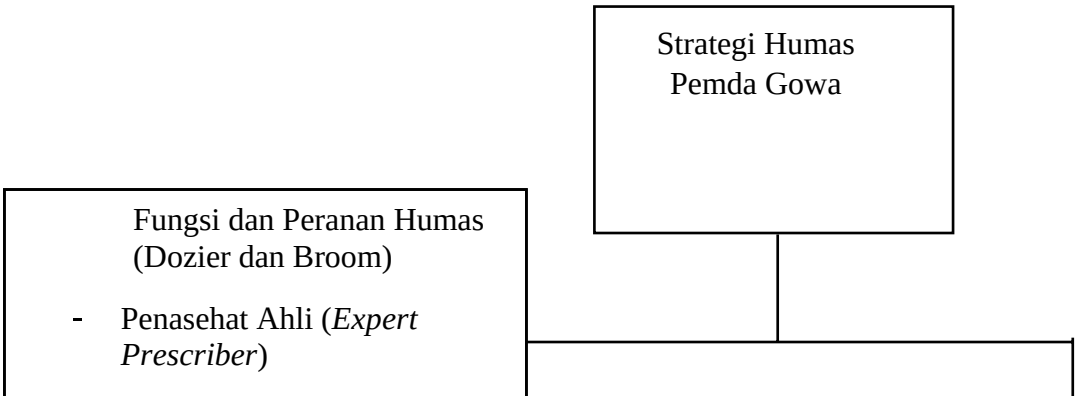
6. Wisata Kuliner. Motivasi dalam jenis wisata ini tidak semata- mata hanya untuk mengenyangkan dan memanjakan perut dengan aneka ragam masakan khas dari daerah tujuan wisata, melainkan pengalaman yang menarik juga menjadi motivasinya. Pengalaman makan dan memasak dari aneka ragam makanan khas tiap daerah membuat pengalaman yang didapat menjadi lebih istimewa.
7. Wisata Religius. Wisata ini dilakukan untuk kegiatan yang bersifat religi, keagamaan, dan ketuhanan.
8. Wisata Agro. Wisata ini memanfaatkan usaha agro sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, dan rekreasi. Dimana usaha agro yang biasa dimanfaatkan bisa berupa usaha di bidang pertanian, peternakan, perkebunan, perhutanan, maupun perikanan.
9. Wisata Gua. Wisata gua merupakan kegiatan melakukan eksplorasi ke dalam gua dan menikmati pemandangan yang ada di dalam gua.

10. Wisata Belanja. Wisata ini menjadikan belanja sebagai daya tarik utamanya.
11. Wisata Ekologi. Jenis wisata ini merupakan bentuk wisata yang menarik wisatawan untuk peduli kepada ekologi alam dan sosial.
12. Wisata Budaya. Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya.(Muchlisin Riadi, 2019)

C. Kerangka Pikir

Kerangka Pikir Suatu obyek wisata menjadi daerah tujuan wisata bagi setiap wisatawan harus memiliki potensi obyek wisata yang menarik. Potensi suatu obyek wisata tidak sama di suatu daerah. Potensi obyek wisata tersebut dipengaruhi oleh faktor geografi alamiah, dan faktor non alamiah yang berkaitan dengan keterbatasan prasarana dan sarana, dan adanya atraksi serta tak kalah pentingnya peran pihak pengelolah swasta dalam mengelolah obyek wisata tersebut. Pengembangan pariwisata Malino masih sangat di perlukan karena potensi di Malino sangat besar apabila di kelola sebaik- baiknya.

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir



D. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian dari bagan kerangka pikir di atas, maka fokus dalam penelitian ini mengenai strategi yang di lakukan oleh Humas Pemda Gowa dalam meningkatkan citra pariwisata yang ada di kota malino kabupaten Gowa kecamatan tinggimoncong peneliti menggunakan metode kualitatif.

E. Deskripsi Fokus Penelitian

1. Humas Pemda Gowa, adalah badan yang dibawahi oleh dinas komunikasi informatika, statistik, dan persandian kabupaten gowa, dimana humas gowa bergerak meliputi perencanaan pelayanan informasi dan kehumasan, pelayanan hubungan kelembagaan, dan pelaksanaan hubungan personil serta pengembangan pelayanan informasi dan kehumasan yang ada di kabupaten gowa.
2. Strategi Humas adalah langkah-langkah yang dilakukan oleh Humas

Pemda Gowa dalam upaya meningkatkan citra wisata kota Malino.

3. Pemberi Penjelasan, yaitu humas yang harus mampu membentuk hubungan yang harmonis dengan publik internal maupun eksternal Fasilitator Komunikasi, adalah praktisi PR yang bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publikny
4. asilitator Pemecahan Masalah, adalah praktisi PR yang harus mampu menjadi penengah bila terjadi kesalahan persepsi. Praktisi PR harus netral sehingga semua pihak sama-sama merasa diuntungkan
5. Faktor Pendukung dan Penghambat
   a. Faktor pendukung adalah segala faktor yang mendukung strategi Humas Pemda Gowa dalam meningkatkan citra wisata Kota Malino
   b. Faktor penghambat adalah segala faktor yang menghambat strategi Humas Pemda Gowa dalam meningkatkan citra wisata Kota Malino
6. Peningkatan Citra Wisata Kota Malino, adalah terciptanya pemahaman masyarakat yang lebih baik pengelolaan sarana dan prasarana yang perlu lebih di perhatikan dan sumber daya manusia yang belum massif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan selama 2 Bulan setelah seminar proposal dan di lakukan di Dinas komunikasi informatika, Statistik dan persandian kabupaten Gowa karena instansi tersebut sebagai pihak yang berwenang dalam Hubungan Masyarakat (humas), di kabupaten Gowa dan di kelurahan Malino Kec.Tinggimoncong karena peneliti melihat bahwa Malino merupakan salah satu objek wisata yang sangat terkenal namun masih banyak masalah-masalah yang perlu diselesaikan oleh pihak terkait.

B. Jenis dan Tipe Penelitian

Jenis dan tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini, penulis dapat memperoleh gambaran yang lengkap dari permasalahan yang dirumuskan dengan memfokuskan pencarian dari setiap data yang ada dilapangan. Dengan harapan agar informasi yang dikaji lebih bersifat mendalan, alamiah dan rasional.

C. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data berasal dari data primer dan data sekunder yaitu

a) Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan baik melalui pengamatan sendiri, maupun melalui daftar pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti.

b) Data Sekunder yaitu data yang peroleh dari observasi dan literatur yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Selain itu, data sekunder bisa diperoleh melalui foto-foto yang berhubungan dengan penelitian.

Untuk memperoleh sumber data maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu:

a. Observasi.

Observasi yaitu pengumpulan data dengan menggunakan pengamatan 48 secara langsung ke tempat penelitian. Peneliti dalam hal ini melakukan pengamatan langsung dengan cara mendatangi objek wisata Malino dan mengamati masalah yang relevan dengan tujuan peneliti.

b. Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden secara langsung (Siswanto, 2011:58). Bahan wawancara merupakan permasalahan yang di dapat peneliti setelah melakukan observasi awal. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang relevan dengan tujuan penelitian yang berkaitan dengan penyelaman dan komunikasi nonverbal penyelam. Dalam proses wawancara, peneliti merekam dan mencatat hasil jawaban yang diberikan oleh informan.

c. Dokumentasi

Bila mengutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian

dokumentasi adalah pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi di bidang pengetahuan, pemberian atauKata dokumentasi diadaptasi dari bahasa Inggris “documentation” yang ternyata dapat mengandung dua pengertian, yaitu; Materi yang memberikan informasi atau bukti resmi, atau yang berfungsi sebagai catatan. Tindakan mencatat dan mengklasifikasikan informasi secara tertulis, foto, video, dan lain sebagainya.

D. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang benar-benar paham dan terlibat langsung dalam permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

TABEL 3.1 DATA INFORMAN PENELITIAN

Data Informan Penelitian

No	Informan	Inisial	Jabatan
1.	Widiah R.Hasan, S.Sos, M.Ikom	WR	Sekretaris Dinas Kominfo SP Kab. Gowa
2.	Prayuda Said, S.Sos	PS	Pranata Humas ahli pertama
3.	Vivianty. SE	VY	Fungsional Ahli Muda Kominfo SP Kab. Gowa
4.	Fadil	FD	Wisatawan
5.	Ryan Haryanto	RH	Wisatawan

E. Teknik Pengabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian meliputi uji creadibility, transferability, dependability, dan confirmability (Sugiyono, 2007).

Adapun teknik analisis data kualitatif dilakukan dengan tahap sebagai berikut:

Agar data dalam penelitian dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan secara :

1. Triangulasi

   Wiliam Wiersma (1986) dalam (Sugiyono, 2007) mengatakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas atau uji kepercayaan, diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Triangulasi Teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar (Sugiyono, 2007)

2. Menggunakan Bahan Referensi

   Yang dimaksud referensi adalah pendukung untuk membuktikan data

yang telah ditemukan oleh peneliti. Dalam laporan penelitian, sebaiknya data-data yang dikemukakan perlu dilengkapi dengan foto-foto atau dokumen autentik, sehingga menjadi lebih dapat dipercaya(Sugiyono, 2007)

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran umum Kabupaten Gowa

Kabupaten Gowa terletak di Provinsi Sulawesi Selatan yang berbatasan langsung dengan Kota Makassar ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan. Secara geografis kabupaten Gowa berada pada 119.3773° Bujur Barat dan 120.0317° Bujur Timur, 5.0829342862° Lintang Utara dan 5.577305437° Lintang Selatan y yang sebagian besar merupakan dataran tinggi yaitu sekitar sekitar 72,26% terutama di bagian timur hingga selatan karena menupakan pengunungan Tinggimoncong, pegunungan Bawakaraeng-lompobattang dan pengunungan Batureppe-cindakko.. Secara umum kabupaten Gowa mempunyai luas sekitar 1.883,33 KM2 dan mempunyai batas-batas sebagai berikut :

1. Di sebalah Utara berbatasan dengan kota Makassar dan kabupaten Maros.
2. Di sebelah Timur berbatasan dengan kabupaten Sinjai, kabupaten Bulukumba dan kabupaten Bantaeng.
3. Di sebelah Selatan berbatasan dengan kabupaten Takalar dan Jeneponto.
4. Di sebelah Barat berbatasan dengan kota Makassar dan kabupaten Takalar.

2. Gambaran Dinas Komunikasi [43] **ikas Statistik dan Persandian Kabupaten Gowa**

Berdasarkan peraturan bupati gowa nomor 90 tahun 2021 tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas dan fungsi, serta tata kerja dinas komunikasi, informatika, statistik dan persandian diuraikan sebagai berikut:

Susunan Organisasi Pasal 3

(1) Susunan Organisasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian, terdiri dari:

a. Kepala Dinas;

b. sekretariat :

1. sub Bagian Umum dan Kepegawaian;

2. sub Bagian Perencanaan dan Pelaporan ;

3. sub Bagian Keuangan.

c. bidang Teknologi Informasi Dan Telekomunikasi, terdiri atas Kelompok Jabatan Fungsional;

d. bidang Komunikasi Publik, terdiri atas Kelompok Jabatan Fungsional;

e. bidang Statistik, terdiri atas Kelompok Jabatan Fungsional;

f. bidang Persandian, terdiri atas Kelompok Jabatan Fungsional; dan

g. kelompok Jabatan Fungsional.

(2) Bagan struktur susunan organisasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian sebagaimana dimasud pada ayat (1) tercantum dalam Lampiran Peraturan ini yang merupakan bagian tidak terpisahkan dengan Peraturan Bupati ini.(Perbup Gowa, 2021).

Tugas Fungasi Dan Uraian Tugas

A. Bagian Kesatu Kepala Dinas

Pasal 4

(1) Kepala Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian mempunyai tugas membantu Bupati dalam memimpin dan melaksanakan urusan pemerintahan bidang Komunikasi dan Informatika, Statistik dan Persandian yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang ditugaskan kepada daerah berdasarkan Ketentuan Peraturan Perundangundangan.

(2) Dalam menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Kepala Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian mempunyai fungsi :

a. perumusan kebijakan urusan pemerintahan bidang Komunikasi dan Informatika, Statistik dan Persandian;
b. pelaksanaan kebijakan urusan pemerintahan bidang Komunikasi dan Informatika, Statistik dan Persandian;
c. pelaksanaan evaluasi dan pelaporan urusan pemerintahan bidang Komunikasi dan Informatika, Statistik dan Persandian;
d. pelaksanaan administrasi Dinas; dan

e. pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati terkait tugas dan fungsinya.

(3) Uraian tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), sebagai berikut:

a. mengoordinasikankan perumusan kebijakan teknis di bidang Komunikasi dan Informatika, Statistik dan Persandian berdasarkan visi dan misi dan kebijakan daerah sebagai pedoman dalam penyusunan program dan kegiatan;

b. memvalidasi program dan kegiatan program kerja dinas dan seluruh tugas yang berkaitan dengan visi dan misi daerah berdasarkan perencanaan strategis dinas sebagai pedoman dalam pelaksanaan tugas;

c. . memimpin dan mengarahkan kepala sekretariat, kepala bidang dan kelompok jabatan fungsional dalam melaksanakan tugasnya berdasarkan lingkup tugas yang ada pada organisasi agar pelaksanaan kegiatan berkualitas;

d. mendistribusikan dan memberi petunjuk terkait pelaksanaan tugas berdasarkan pedoman yang berlaku agar pelaksanaan tugas dapat berjalan lancar;

e. menyelenggarakan koordinasi dan konsultasi dengan kementerian, lembaga pemerintah non kementerian, dan lembaga lainnya berdasarkan lingkup koordinasi dalam rangka penyelenggaraan urusan teknis pengembangan iklim dan promosi penanaman modal dan penyelenggaraan pelayanan perizinan dan non perizinan;

f. merumuskan dan melaksanakan kebijakan, penyusunan norma standar, prosedur dan kriteria dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan evaluasi dan pelaporan dibidang pengelolaan informasi dan saluran komunikasi publik penyelenggaraan e-Government dan bidang statistik dan persandian;

g. melaksanakan pemberian dukungan atas penyelenggaraan pemerintahan daerah dibidang Komunikasi dan Informatika Statistik dan Persandian;

h. menyelenggarakan pembinaan dan pelaksanaan tugas dibidang Pengelolaan Informasi dan Saluran komunikasi Publik, Penyelenggaraan e-Government dan bidang Statistik dan Persandian;

i. mengoordinasikan penyelenggaraan tugas pembinaan pada kesekretariatan agar tercipta sinkronisasi kebijakan penyelenggaraan tugas lingkup Dinas;

j. mengoordinasikan pengelolaan informasi dan komunikasi publik dilingkungan Pemerintah Daerah sesuai dengan kewenangan; k. mengoordinasikan pengelolaan e-government di lingkup Pemerintah Daerah;

1. mengoordinasikan penyelenggaraan persandian untuk pengamanan informasi serta menetapkan pola hubugan komunikasi sandi antar Perangkat Daerah; m. mengoordinasikan penyelenggaraan statistik sektoral di Daerah; n. menilai prestasi kerja sekretaris dan kepala bidang berdasarkan ketentuan yang berlaku dalam rangka

pembinaan dan pengembangan karier; dan

k. o. menyelenggarakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

B. Bagian Kedua Sekretaris

Pasal 5

(1) Sekretariat dipimpin oleh Sekretaris mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas dalam melaksanakan koordinasi kegiatan, memberikan pelayanan teknis dan administrasi penyusunan perencanaan dan pelaporan, keuangan dan umum dan kepegawaian dalam lingkungan Dinas.

(2) Dalam menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat Sekretaris mempunyai fungsi :

a. pengoordinasian pelaksanaan tugas dalam lingkungan dinas;
b. pengoordinasian penyusunan perencanaan dan pelaporan;
c. pengoordinasian urusan umum dan kepegawaian;
d. pengoordinasian pengelolaan administrasi keuangan; dan
e. pelaksanaan tugas kedinasan lain sesuai bidang tugasnya.

Pasal 6

Subbagian Perencanaan dan Pelaporan dipimpin oleh Kepala Sub Bagian yang mempunyai tugas membantu Sekretaris dalam mengumpulkan bahan dan melakukan penyusunan program, penyajian data dan informasi, serta penyusunan laporan

Pasal 7

Subbagian Umum dan Kepegawaian dipimpin oleh Kepala Subbagian yang mempunyai tugas membantu sekretaris dalam mengumpulkan bahan dan melakukan urusan ketatausahaan, administrasi pengadaan, pemeliharaan dan penghapusan barang, urusan rumah tangga serta mengelola administrasi kepegawaian dan hukum.

Pasal 8

Subbagian Keuangan dipimpin oleh kepala Subbagian yang mempunyai tugas membantu Sekretaris dalam mengumpulkan bahan dan melakukan pengelolaan administrasi dan pelaporan keuangan.

C. Bagian Ketiga Bidang Teknologi Informasi dan Telekomunikasi

Pasal 9

Bidang Teknologi Informasi dan Telekomunikasi dipimpin oleh kepala bidang mempunyai tugas membantu kepala dinas dalam melaksanakan pengelolaan teknologi informasi dan komunikasi meliputi pengelolaan Infrastruktur, Teknologi dan Telekomunikasi dan pengelolaan Layanan EGovernment dan Pengembangan Aplikasi berdasarkan pedoman yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan tugas.

D. Bidang Komunikasi Publik

Pasal 10

Bidang Komunikasi Publik dipimpin oleh kepala bidang, mempunyai tugas membantu kepala dinas dalam merumuskan kebijakan teknis, memberikan dukungan atas penyelenggaraan urusan pemerintahan

daerah, membina, mengoordinasikan dan melaksanakan program dan kegiatan di bidang komunikasi publik berdasarkan pedoman yang berlaku untuk kelancaran tugas.

E. Bidang Statistik

Pasal 11

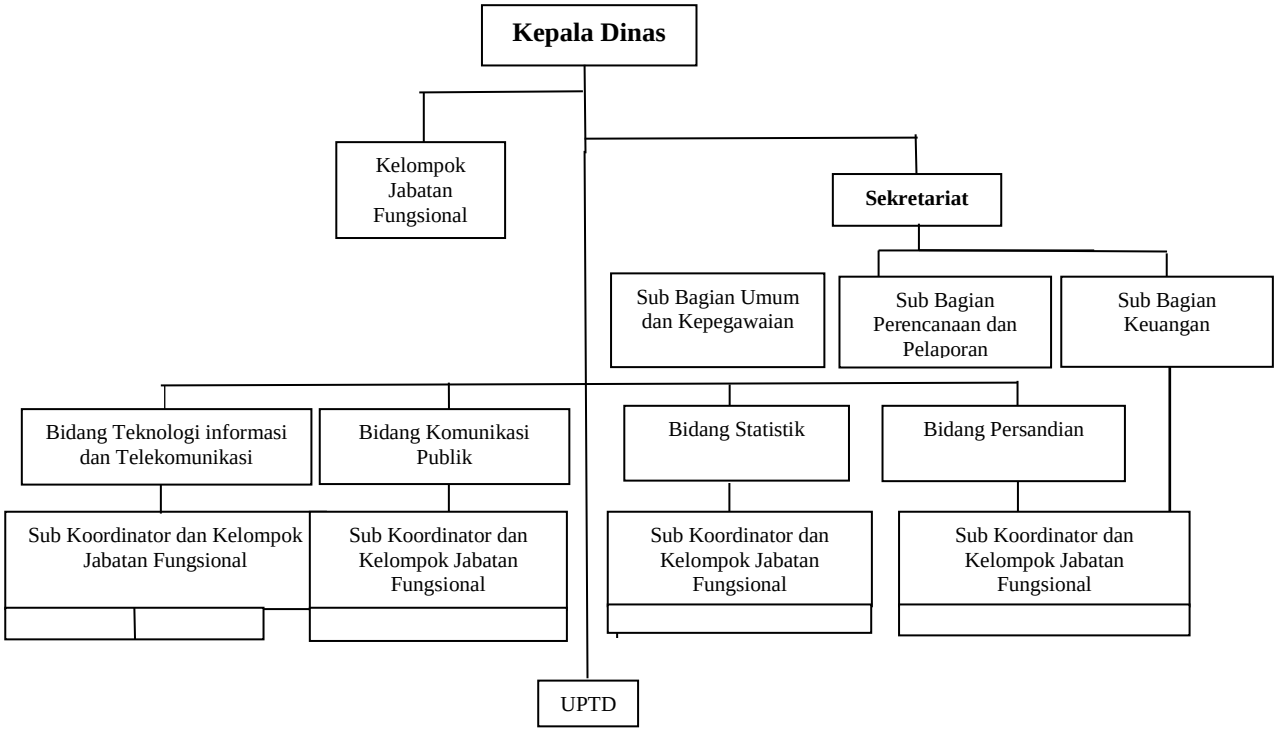
Bidang Statistik dipimpin oleh kepala bidang, mempunyai tugas membantu kepala dinas dalam melaksanakan tugas-tugas teknis operasional bidang statistik sektoral, menyelenggarakan koordinasi dan pelayanan administrasi dibidang statistik sektoral berdasarkan pedoman yang ada untuk kelancaran tugas.

F. Bidang Persandian

Pasal 12

Bidang Persandian dipimpin oleh kepala bidang, mempunyai tugas membantu kepala dinas melaksanakan perumusan kebijakan teknis, memberikan dukungan atas penyelenggaraan urusan pemerintahan daerah, membina, mengoordinasikan dan melaksanakan program dan kegiatan penyelenggaraan persandian untuk pengamanan informasi Pemerintah Daerah dan penetapan pola hubungan komunikasi sandi antar-Perangkat Daerah berdasarkan pedoman yang berlaku untuk kelancaran tugas. (Perbup Gowa, 2021)

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Kominfo Kab. Gowa



B. Hasil Penelitian

Sebagaimana dengan metode yang di gunakan yaitu metode kualitatif yang menganalisis lebih mendalam terhadap data-data yang di peroleh di lapangan yang merupakan hasil wawancara peneliti dengan narasumber yang dianggap berkompeten terhadap permasalahan yang penulis kemukakan dalam fokus penelitian dalam hal ini adalah pengembangan pariwisata malino yang berfokus pada Dinas komunikasi informatika statistik dan persandian

kabupaten Gowa yang bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas pemerintahan daerah di bidang Hubungan Masyarakat.

Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan peneliti akan dibagi berdasarkan fokus masalah yang dibahas terkait dengan teori yang digunakan yaitu teori peran Humas yang Dikemukakan oleh Dozier and Broom dalam buku Syarifuddin (2016:107) peranan *public relations* dalam suatu organisasi dapat dibagi empat kategori yaitu Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*), Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*), Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*), Teknisi Komunikasi (*Communication Technican*)

1. **Strategi Humas Pemda Gowa dalam Meningkatkan Citra Wisata Kota Malino**

a. Penasehat Ahli *(Expert Prescriber)*

Seorang praktisi pakar *Public Relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat memberikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya *(Public Relationship).*

Dalam hal ini seseorang humas sebagai pendefinisi problema, pengembangan program dan memiliki tanggung jawab penuh untuk mengimplementasikan.

Sebagaimana yang di jelaskan oleh WR selaku Sekretaris Dinas Kominfo SP Kab. Gowa, Bahwa :

> "jadikan tahun 2019 itu Humas itu masih bagian di sekretariat nah 2020 itu Humas dilebur masuk ke kominfo jadi bidang komunikasi

> publik sama dengan kabupaten lainnya dan provinsi lainnya. Untuk Tupoksi Humas Pemda Gowa itu ada dalam perbup no.90 tahun 2021, ini garis besarnya saja kita itu di bagian komunikasi publik tapi kan orang-orang kenalnya humas jadi di kami itu membantu kepala dinas untuk merumuskan kegiatan teknis mengenai komunikasi publik di dalamnya itu termasuk diseminasi informasi, pengelolaan TPID, pengelolaan media sosial, analisis media juga termasuk penanganan krisis komunikasi kurang lebih seperti itu" (11/07/2023)

Salah satu yang paling penting dalam peningkatan citra suatu daerah pariwisata yaitu pengelolaan komunikasi publik yang di dalamnya terdapat pengelolaan media sosial dan juga analisis media sebagaimana kita ketahui sekarang sudah memsuki era digital 4.0 dimana media sosial sudah menjadi kebutuhan primer. dari hasil observasi yang dilakukan selama penelitian di obyek wisata malino, pengelolaan yang di lakukan belum maksimal sehingga banyak obyek wisata yang terbengkalai dan tidak di perhatikan oleh pihak terkait. Padahal potensi wisata yang ada dimalino sangat besar pengaruhnya dalam peningkatan jumlah wisata yang berkunjung ke kabupaten Gowa. Sehingga peran Dinas Komunikasi informatika, statistik dan persandian kabupaten gowa dalam mempromosikan pariwisata malino sangat besar sebagai salah satu pihak yang bertanggung jawab dalam peningkatan citra wisata kota malino.

Hal ini ditambahkan oleh WR Sekretaris Dinas Kominfo SP Kab.Gowa bahwa:

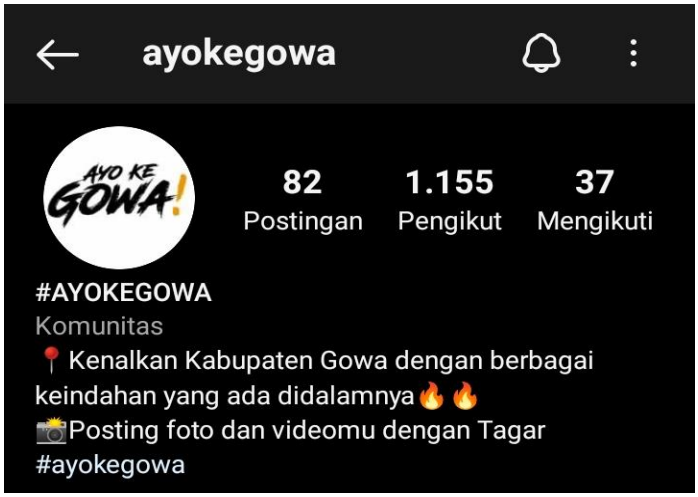
> "Kami ada program sendiri namanya AYO KE GOWA, program ini adalah program kampanye kehumasan awalnya hanya untuk promosi pariwisata tapi nanti akan di kembangkan ke promosi yang lainnya tapi untuk saat ini promosi pariwisata saja AYO KE GOWA memang itu untuk promosi kabupaten gowa khususnya pariwisata, program ini juga sedang di kembangkan sejak 2021 jadi kami ada dua program sebenarnya yang satu UMKM GOWA

> BANGKIT yang satunya lagi AYO KE GOWA dimana sebenarnya inikan bersilangan kalau kita kembangkan pariwisatakan umkm juga ikut disitu tapi kalau yang kami ikutkan ke nasional selama ini masih UMKM GOWA BANGKIT karena itu yang duluan running dimana program ini sudah dua kali mendapatkan penghargaan nasional" (11/07/2023)

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa Dinas Komunikasi, informatika, Statistik dan persandian kabupaten gowa memiliki dua program yaitu program AYO KE GOWA dan UMKM GOWA BANGKIT dengan adanya program kehumasan ini pemerintah berharap dapat meningkatkan citra wisata yang ada di kabupaten Gowa terkhusus di kota malino.

Gambar 4.2 UMKM GOWA BANGKIT

Gambar 4.3 AYO KE GOWA



b. Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)

Dalam hal ini, seorang humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak managemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publik. Dipihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai,

mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

Aksesibilitas merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata Segala macam transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses paling penting dalam pariwisata. Disisi lain akses ini diidentikkan dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu daerah tidak tersedia aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya, maka tidak akan ada wisatawan yang mempengaruhi perkembangan aksesibilitas di daerah tersebut.

Jika suatu daerah memiliki potensi pariwisata, maka harus disediakan aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut dapat dikunjungi. Seperti yang dikatakan FD yang merupakan wisatawan, mengatakan:

"citranya malino itu sudah sangat baik di mata wisatawan, yang membuat saya betah selama berada di malino karena hawanya yang dingin dan objek wisatanya yang banyak Cuma untuk akses jalannya ke beberapa objek wisata itu masih belum bagus atau masih sulit untuk di akses seperti jalan ke air terjun parang bugisi dan air terjun takapala"(03/07/2023)

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa pembenahan sarana dan prasarana masih belum menyeluruh ke semua obyek wisata yang ada di malino, hal serupa dikatakan juga oleh RH yang merupakan wisatawan, mengatakan:

"Di kawasan Air Terjun ini juga butuh perhatian dari pemerintah, fasilitas disini masih kurang memadai dan ada beberapa fasilitas yang butuh diperbaiki, Disini juga tidak ada tempat sampah, tangga-tangganya juga sudah rusak. Tidak cuman air terjun masih ada beberapa tempat objek wisata yang ada di Kawasan malino yang belum ter-expose dengan baik masih banyak wisatawan seperti saya yang masih belum mengetahui jalan

> ke beberapa tempat misalkan tempat pendakian Bulu'baria, Bulu,sarigang dll"(16/07/2023)

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa pembenahan sarana dan prasarana masih belum menyeluruh ke semua obyek wisata yang ada di malino. Hal ini dapat terjadi karena dalam implementasinya Dinas terkait mengalami kendala, kendala yang dihadapi oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kab. Gowa dalam rangka mempromosikan kota malino.

c. Fasilitator Pemecahan Masalah *(Problem Solving Process Fasilitator)*

Peran praktisi PR dalam proses pemecahan persoalan humas ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan professional.

Humas Gowa pada Bidang Komunikasi Publik dipimpin oleh kepala bidang, mempunyai tugas membantu kepala dinas dalam merumuskan kebijakan teknis, memberikan dukungan atas penyelenggaraan urusan pemerintahan daerah, membina, mengoordinasikan dan melaksanakan program dan kegiatan di bidang komunikasi publik berdasarkan pedoman yang berlaku untuk kelancaran tugas.

Seperti yang di jelaskan diatas bahwa permasalahan yang dihadapi oleh humas Gowa itu adalah akses, selanjutnya bagaimana humas gowa mengahadapi permasalahan tersebut, hal ini di terangkan oleh PS selaku Pranata Humas Ahli pertama Diskominfo Sp Kab. Gowa, mengatakan:

> ''kalau bagaimana kita overcome permasalahan itu simplenya kan kita perlu meluangkan waktu dan usaha saja kalua mengatakan ini tantangan yang berat tidak juga cuman selain

> promosi pariwisata kan kita juga ada tugas dan fungsi yang lain sehingga kita pilah waktunya saja tapi untuk promosi kami jalan terus”(23/06/2023)

Sarana dan Prasarana Umum yang ada dan fasilitas Transportasi Akses jalan menuju kawasan obyek wisata malino dalam bentuk jalan beraspal dengan kondisi jalan yang cukup baik namun dibeberapa lokasi masih ada sedikit jalan yang berlubang.Tempat Parkir Sarana tempat parkir kawasan obyek wisata malino masih belum optimal karena tempat parkir yang tersedia masih belum memadai untuk menampung kendaraan bermotor sehingga masih banyak kendaraan yang diparkir di pinggir jalan yang mengakibatkan kemacetan terutama memasuki akhir pekan. Fasilitas kesehatan yang ada di kawasan obyek wisata malino telah tersedia yaitu puskesmas yang berada tidak jauh dari kawasan obyek wisata Sistem keamanan dan Penyelamatan Sistem keamanan yang ada atau berada di dekat kawasan obyek wisata malino yaitu polsek tinggimoncong.

Dari penjelasan diatas beberapa sarana dan prasaran yang terdapat dikawasan obyek wisata malino belum memadai seperti tempat parkir dan akses jalan dan masih perlu dibenahi.

Pengembangan aspek aksesibilitas sendiri bukan hanya tanggung jawab satu pihak akan tetapi menjadi tanggung jawab beberapa stakeholder baik pemerintah kabupaten maupun pemerintah provinsi sehingga sangat perlu ada

koordinasi yang baik dalam menangani permasalahan dalam hal aksesibilitas menuju kawasan wisata malino secara khusus maupun yang ada di kabupaten gowa secara umum.

Hal ini sejalan dengan yang diceritakan PS selaku Pranata Humas Ahli Pertama Diskominfo Sp Kab. Gowa, mengatakan:

> "saya ada cerita soal jalanan jadi waktu itu pak bupati ditantang oleh kementrian PUPR bagaimana caranya bisa menyelesaikan kan ada proyek bendungan di biring bulu' itu, nah itukan sempat mangkrak beberapa tahun pada saat itu pak bupati mengiyakan dan ketika proyek itu selesai ceritanya ada hadiah untuk kabupaten Gowa, pak bupati ditawari mau hadiah apa, pak bupati berpikir bahwa kalau jalanan begini terus ke malino itu akses akan sulit untuk wisatwan makanya yang diminta itu bagaimana caranya jalanan itu di perlebar dan di kasih mulus mulai dari sungguminasa sampai ke destinasi wisata yang ada di malino jadi itu salah satu upayanya kepala daerah agar akses jalan bisa lebih baik"(23/06/2023)

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan perlunya koordinasi oleh beberapa pihak dalam hal pengembangan obyek wisata malino tertutama dalam aspek aksesibilitas. karena apabila akses jalan menuju suatu kawasan wisata masih banyak yang rusak tentunya sangat mengganggu kenyamanan daripada wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata tersebut.

d.Teknisi Komunikasi *(Communication Technican)*

Peranan Communication Technican ini menjadi humas sebagai journalist in resident yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau tingkatan (level).Yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan ke tingkat atasan. Menurut Glen Broom and David Dozier dalam Idris (2014:1150) pada dasarnya peranan PR terbagi dua yakni sebagai teknisi komunikasi dan manajer komunikasi, yang terbagi lagi menjadi empat yakni ,penasehat ahli (*expert presccriber*), fasilitator komunikasi (*communication fasilitator*), fasilitator

proses pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*), teknisi tomunikasi (*communication technician*).

Teknisi komunikasi humas pemda Gowa banyak mengguanakan media sebagai promosi dalam hal ini peningkatan citra wisata hal ini di jelaskan oleh

VY selaku Fungsional Ahli Muda Kominfo SP Kab. Gowa Mengatakan:

> ‘’ sebenarnya kita di Pemda ada Banyak media yang di temani kerjasama mulai dari stasiun Tv lokal sampai dengan Stasiun Tv Nasional seperti Tv one,Metro Tv, dan lainnya adapun juga media sosial yang kami gunakan seperti Instagram,Facebook,sampai tiktok pun ada ini menggambarkan bahwa di era sekarang berita dan informasi sudah sangat mudah untuk di akses di berbagai kalangan. ”(11/07/2023)

Selain ketersediaan obyek wisata beragam yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung daerah wisata, program-program dalam rangka promosi tentang obyek wisata juga sangat diperlukan. Karena tanpa adanya promosi yang dilakukan maka obyek wisata tidak akan dikenal oleh wisatawan. Promosi wisata yang dapat dilakukan dengan mengadakan event-event yang menarik bagi wisatawan.

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh WR selaku Sekretaris Dinas Kominfo SP Kab. Gowa yang mengatakan,

> “salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah gowa dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan ke malino yaitu banyak membuat event. Salah satu event terbesar di kabupaten gowa adalah Beautiful Malino”(11/07/2023)

Kemudian di tambahkan oleh PS selaku Pranata Humas Ahli Pertama Dinas kominfo Sp Kab. Gowa yang mengatakan,

> “saat ini event beautiful malino sudah masuk kedalam Kalender Event Nasional kementrian pariwisata namanya itu KEN (Karisma Event

Nusantara) ada di website kami di media-media juga kalau kita googling beautiful malino itu sudah muncul, jadi tanggalnya itu sudah fix tidak bisa dirubah karena dari kementrian lansung”(23/07/2023)

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa selain ketersediaan obyek wisata yang menarik, di perlukan juga adanya event-event yang dapat menunjang

kunjungan wisatawan untuk berkunjung. Dengan adanya event yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan maka wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata malino dapat meningkat dan obyek wisata malino dapat lebih dikenal. Salah satu event yang telah di selenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Gowa adalah Beautiful Malino. Dalam event Beautiful Malino terdapat tujuh item kegiatan yang akan meramaikan Malino seperti sepeda gunung, lari lintas alam, parade bunga, festival musik, bincang budaya, summer camp dan pameran pembangunan. Dengan adanya event beautiful malino pemerintah berharap penerimaan PAD kabupaten Gowa dapat meningkat.

Gambar 4.4 EVENT BEAUTIFUL MALINO

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Pemda Gowa Dalam Meningktakan Citra Wisata Kota Malino

Yang dimaksud dengan faktor pendukung adalah semua faktor yang sifatnya turut mendorong, menyokong, melancarkan, menunjang, membantu, mempercepat dan sebagainya terjadinya sesuatu. Adapun yang dimaksud dengan faktor penghambat adalah semua jenis faktor yang sifatnya menghambat (menjadikan lambat) atau bahkan menghalangi dan menahan terjadinya sesuatu. Adapun arti dari kata Pendukung dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sesuatu yang sifatnya menyokong, menunjang, membantu dan lain sebagainya.Sementara arti dari Penghambat adalah sesuatu yang sifatnya menghambat. Hambat sendiri maksudnya adala membuat sesuatu hal bisa perjalanan, pekerjaan dan semacamnya menjadi tidak lancar, lambat atau tertahan,

a. Faktor pendukung Humas Pemda Gowa Dalam Meningkatkan Citra Wisata Kota Malino

Strategi komunikasi publik yang di terapkan oleh Humas pemda Gowa itu juga harus efektif guna untuk memberikan informasi teraktual kepada publik, ini juga mempengaruhi citra wisata. Ada beberapa yang menjadi faktor pendukung Humas Pemda Gowa Dalam meningkatkan citra wisata kota malino seperti yang dikatakan PS selaku Pranata Humas ahli pertama Diskominfo SP Kab.Gowa, mengatakan:

> “kalau dari segi pariwisata saya rasa sudah cukup efektif karena barusan kami juga dapat satu kolom feature di majalah abkasi itu untuk mempromosikan pariwisata umpamanya malino karena itu destinasi utama yang ada di Gowa, kalau promosi sudah efektif hanya di pengelolaan yang kami masih meraba-raba bagaimana bentuk baiknya”(23/06/2023)

Adapun dari sisi lainnya yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan ke tingkat atasan. Menurut Glen Broom and David Dozier dalam (Idris, 2014) pada dasarnya peranan PR terbagi dua yakni sebagai teknisi komunikasi dan manajer komunikasi. Teknisi komunikasi humas pemda Gowa banyak mengguanakan media sebagai promosi dalam hal ini peningkatan citra wisata hal ini di jelaskan oleh VY selaku Fungsional Ahli Muda Kominfo SP Kab. Gowa Mengatakan:

> ‘’ kalau medianya itu kami ada website terus medsos itu semuanya ada mulai dari instagram sampai tiktok, twitter kami yang sudah tidak terlalu aktif, karena kami kerja sama dengan banyak media jadi kami di bidang komunikasi publik itu ada radio juga radio Ewako FM dan media-media lain banyak kalau media ada 30an nah media-media inikan juga untuk promosi pariwisata”(11/07/2023)

Dari hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa ada beberapa faktor pendukung yang di implementasikan humas Pemda Gowa dalam Meningkatkan Citra Wisata Kota Malino diantaranya masuknya Humas Pemda dalam majalah dan banyak media cetak dan juga pihak dari Humas banyak bekerja sama dengan Media yang menjadikan Humas mudah untuk mengkampanyekan pariwisata yang ada di kabupaten Gowa terkhusus di kota Malino.

b. Faktor Penghambat Humas Pemda Gowa dalam Meningkatkan Citra Wisata Kota Malino

Humas Gowa pada Bidang Komunikasi Publik dipimpin oleh kepala bidang, mempunyai tugas membantu kepala dinas dalam merumuskan kebijakan teknis, memberikan dukungan atas penyelenggaraan urusan pemerintahan daerah, membina, mengoordinasikan dan melaksanakan program dan kegiatan di bidang komunikasi publik berdasarkan pedoman yang berlaku untuk kelancaran tugas. Kemudian permasalahan atau hambatan-hambatan yang dialami humas pemda gowa dalam hal ini mempromosikan pariwisata, hal ini di jelaskan secara rinci oleh PS selaku Pranata Humas Ahli pertama Diskominfo Sp kab. Gowa, Menjelaskan:

"Kalau hambatan yang paling banyak itu di "Akses" sebenarnya karena kan Gowa ini luas kecamatannya ada 18, 9 di dataran tinggi. Kalau misalnya wisata sejarah itu mudah karena rata-rata di dataran rendah seperti makam 3 pahlawa nasional dan Balla Lompoa itu mudah di akses terus informasinya banyak, akses yang sulit itu ketika kita mau dokumentasikan/promosikan yang di dataran tinggi karena jarak tempuh yang agak jauh dan jumlah personilnya kita sedikit jadi kita pilah-pilah kira-kira yang aksesnya bisa dijangkau dengan cepat supaya kita bisa dapat beberapa gambar dokumentasikan supaya bisa kita promosikan disitu sebenarnya tantangan yang kami hadapi''(23/06/2023)

Seperti yang di jelaskan diatas bahwa permasalahan yang dihadapi oleh humas Gowa itu adalah akses, dan kurangnya personil/anggota Humas, ini juga menjadi tantangan tersendiri bagi Humas Gowa bagaimana kemudian mengolah konten untuk di

promosikan ke publik karena tugas Humas bukan hanya mempromosikan pariwisata saja.

Kawasan obyek wisata malino merupakan salah satu destinasi unggulan yang ada di kabupaten Gowa. Hal ini karena keindahan alam yang menjadi daya tarik utama yang dapat dikunjungi wisatawan. Menurut (Yoeti, 2001), hal yang perlu di perhatikan dalam mengembangkan suatu kawasan wisata agar dapat menarik di kunjungi oleh wisatawan harus memenuhi 3 syarat yaitu :

a. Daerah itu harus mempunyai "*something to see"* yaitu harus mempunyai obyek wisata atau atraksi wisata, yang berbeda dengan daerah lain. daya tarik utama yang ada di kawasan malino adalah obyek wisata alam dan sejarah yang sangat beragam. Dimana terdapat 12 obyek wisata yang ada dimalino yang dapat dikunjungi oleh wisatawan sebagai wahana berkumpul dan berfoto-foto bersama keluarga maupun teman-teman. Obyek wisata yang bersifat bendawi atau dapat dilihat oleh wisatawan yaitu rumah adat Bulu'tana.
b. Daerah itu harus mempunbyai *"something to do"* yaitu harus mempunyai harus banyak mempunyai fasilitas rekreasi atau amusement yang dapat membuat wisatawan merasa betah di tempat itu. Kegiatan yang dapat dilakukan wisatawan yang berkunjung di obyek wisata malino sangat banyak dimana obyek wisata malino yang berbasis wisata alam yang sebagian besar obyek wisata air terjun memungkinkan wisatawan untuk berenang. Selain itu wisatawan yang ingin merasakan menunggang kuda dapat menyewa kuda yang disediakan oleh warga sekitar.

c. Daya tarik lain yang terdapat di malino yaitu even-event yang diadakan setiap tahunnya.

Event yang ada di kawasan obyek wisata malino yaitu event Beautiful Malino. Dengan event beautiful malino diharapkan wisatawan dapat berinteraksi dengan masyarakat setempat dan dapat pula menjadi peserta dalam event tersebut sehingga dapat mengenal budaya yang ada di kabupaten Gowa.

d. Daerah tersebut harus mempunyai apa yang disebut dengan *"something to buy".* Kawasan obyek wisata malino telah disediakan kawasan khusus yang menjual berbagai macam makanan khas malino dan berbagai macam sayuran yang menjadi komoditas unggulan yang ada dimalino. Namun,

dikawasan malino belum tersedia kawasan yang menjual souvenir khas malino dan juga belum money charger sehingga wisatawan masih kesulitan untuk menukarkan uang.

Dalam penelitian yang di lakukan penulis terhadap Strategi Humas Pemda Gowa Dalam Meningkatkan Citra wisata Kota Malino oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Gowa terkait dengan dengan teori yang digunakan yaitu teori peran Humas yang Dikemukakan oleh Dozier and Broom dalam buku (Syarifuddin, 2016) peranan *public relations* dalam suatu organisasi dapat dibagi empat kategori yaitu Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*), Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*), Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*), Teknisi Komunikasi

(*Communication Technican*). Dengan program dan kebijakan yang akan dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam pengembangan pariwisata malino maka penulis menyimpulkan bahwa strategi yang digunakan dalam pengembangan pariwisata malino adalah strategi sebagai rencana.

a. Penasehat ahli (*Expert Prescriber*)

Dalam peningkatan citra suatu daerah pariwisata yaitu pengelolaan komunikasi publik yang di dalamnya terdapat pengelolaan media sosial dan juga analisis media, bagian komunikasi publik (Humas Gowa) dalam membantu kepala dinas untuk merumuskan kegiatan teknis mengenai komunikasi publik Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian

Kabupaten Gowa memiliki dua program yaitu, UMKM GOWA BANGKIT dan AYO KE GOWA dua program pemerintah daerah ini adalah kampanye kehumasan untuk meningkatkan citra wisata kota malino.

Dengan keberagaman Daya Tarik Wisata yang ada di Malino menjadikan Malino sebagai salah satu destinasi unggulan yang ada di Kabupaten Gowa di tunjang dengan Event yang telah laksanakan oleh Pemerintah Kabupaten Gowa yaitu Event Beautiful malino yang mebuat malino semakin populer di kalangan wisatawan.

b. Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)

sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak

managemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publik. Dipihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya.

pembenahan sarana dan prasarana masih belum menyeluruh ke semua obyek wisata yang ada di malino Jika suatu daerah memiliki potensi pariwisata, maka harus disediakan aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut dapat dikunjungi dimana akses ke beberapa objek wisata yang ada di malino masih sulit di jangkau sehingga wisatawan sulit untuk berkunjung ke beberapa tempat destinasi wisata yang ada di malino sebagai contoh akses jalan ke air terjun takapala dan yang lainnya.

c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*)

permasalahan atau hambatan-hambatan yang dialami humas pemda gowa dalam hal ini mempromosikan pariwisata Adapun aspek aksesibilitas yang perlu dikembangkan di kawasan obyek wisata malino yaitu tidak adanya sarana transportasi khusus yang menghubungkan obyek wisata yang satu ke obyek wisata yang lain sehingga tidak terjadi penumpukan kendaraan di satu obyek wisata.

selain itu penunjuk jalan yang tersedia belum memadai sehingga wisatawan banyak yang merasa kebingungan mengunjungi kawasan wisata yang ada dimalino.

Masih terdapat beberapa objek wisata yang masih belum ter-expose sehingga objek wisata seperti jalur pendakian ke bulu'baria dan bulu'sarigang masih belum di kenali oleh wisatawan.

d. Teknisi Komunikasi (*Communication Technican*)

promosi tentang obyek wisata juga sangat diperlukan. Karena tanpa adanya promosi yang dilakukan maka obyek wisata tidak akan dikenal oleh wisatawan. Promosi wisata yang dapat dilakukan dengan mengadakan event-event yang menarik bagi wisatawan.Dengan adanya website dan diskominfo sp kab. Gowa bekerja sama dengan media seperti televisi, media cetak dan radio tentu saja untuk memunjang strategi promosi yang di lakukan sehingga peningkatan citra wisata kota malino bisa terus meningkat salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah gowa dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan ke malino yaitu banyak membuat event. Salah satu event terbesar di kabupaten gowa adalah Beautiful Malino

Penyusunan program dan kebijakan yang sengaja tersebut sesuai dengan defenisi Strategi sebagai rencana yakni semacam tindakan-tindakan yang disengaja atau serangkaian panduan bermanfaat yang di sediakan untuk menghadapi situasi atau kejadian tertentu di masa depan. Berdasarakan defenisi ini, strategi memiliki dua karakteristik utama yakni: dibuat sebelum tindakan diterapkan dan dikembangkan secara sadar dan sengaja. Dengan strategi sebagai rencana, stategi sangat berkaitan erat dengan bagaimana pemimpin

mencoba untuk menetapkan arah untuk organisasi,dan mengatur mereka pada tindakan yang telah ditentukan.

Dengan mengetahui strategi yang digunakan dalam pengembangan pariwisata malino yang dilakukan

oleh Dinas komunikasi, informatika, statistik dan persandian Kabupaten Gowa yaitu strategi sebagai Rencana. Maka implementasi strategi yang dapat dilakukan adalah :

1. Rancangan strategi humas pemda gowa dalam meningkatkan citra wisata kota malino harus berfokus pada satu titik sehingga hasil dari peningkatan citra yang dilakukan dapat lebih maksimal
2. Koordinasi antara semua stakeholder yang terkait dengan pengembangan harus lebih baik sehingga pengembangan dapat membuahkan hasil yang susai dengan yang diharapkan.
3. Melakukan identifikasi terhadap obyek yang akan dikembangkan secara maksimal agar dapat mengetahui apa yang harus di lakukan dan di n dalam perencanaan yang sebaik-baiknya.
4. Melakukan pelatihan dan sosialisasi kepada pelaku wisata dan pengelola wisata
5. Koordinasi yang harus terus dilakukan kepada pemerintah dan warga sekitar kawasan objek wisata

Faktor pendukung dalam peningkatan citra wisata kota malino adalah sebagai berikut :

c. koordinasi dan kolaborasi dengan dinas lainnya yang di lakukan

Diskominfo Kab.Gowa

2. media dan media sosial yang di gunakan ada banyak
3. Kondisi obyek wisata yang memiliki nilai jual
4. Kawasan yang mudah di jangkau dari ibukota kabupaten
5. Keterlibatan semua stakeholder yang dapat mebantu pengembangan kawasan wisata malino.

Faktor penghambat dalam peningkatan citra wisata kota malino adalah sebagai berikut :

1. Aksesibilitas ke objek-objek wisata yang ada di kota malino masih sulit di jangkau
2. Terdapat beberapa objek wisata yang belum ter-expose ke publik sehingga menyulitkan wisatawan mengunjungi destinasi wisata
3. Sumber daya manusia yang mengelola belum memadai dan edukasi ke wisatawan yang masih minim
4. Program humas pemda Gowa yang masih dalam tahap pengembangan

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penulis pada uraian sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

a. Bagaimana Strategi Humas Pemda Gowa Dalam Meningkatkan Citra Wisata Kota Malino

1. Program Humas Pemda Gowa dalam meningkatkan citra wisata kota malino yang ada dan juga masih dalam tahap pengembangan yaitu UMKM GOWA BANGKIT dan AYO KE GOWA program ini untuk promosi pariwisata dan kampanye kehumasan yang dimiliki Humas Gowa.
2. Event Tahunan Kabupaten Gowa sekaligus Program Pemda yang paling besar yaitu EVENT BEAUTIFUL MALINO yang sejak tahun ini telah masuk dalam kalender Kementrian Pariwisata (KEN) Karisma Event Nusantara

b. Apa saja faktor penghambat dan faktor pendukung humas Pemda Gowa dalam Meningkatkan citra wisata Kota Malino ?

1. Faktor pendukung Humas Pemda Gowa dalam meningkatkan citra wisata kota malino yaitu ada pada teknisi komunikasi dimana Humas pemda Gowa memiliki media untuk mempromosikan atau mepublikasikan objek wisata kota malino seperti Radio, website, media sosial dan kerja sama dengan banyak stasiun televisi

2. Faktor penghambat Humas pemda gowa dalam meningkatkan citra wisata kota malino yaitu ada pada aspek aksesibiltas yang berada di sejumlah objek wisata yang ada di ko 71) yang masih sulit untuk di akses Dan Pihak Humas Gowa yang masih kekurangan Personil

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis terkait strategi humas pemda gowa dalam meningkatkan citra wsiata kota malino, adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah pengembangan yang dilakukan yaitu membenahi strategi komunikasi publik dan merampungkan program yang sedang di kembangkan agar wisatawan dan juga masyarakat dapat merasakan mamfaat yang besar dari pengembangan yang dilakukan. Begitu pula dengan pelayanan komunikasi publik yang ada di Kabupaten Gowa agar lebih di kembangkan lagi sehingga Visi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Gowa dapat segera terwujud.

DAFTAR PUSTAKA

Admin. (2017). Empat Langkah Strategis Humas. *AnnualReport.Id*. http://annualreport.id/kiat-strategi/empat-langkah-strategis-humas

Atrianingsi, A., Lahi, B., & Mirsa, S. (2019). Peran Pemerintah Dalam Mengembangkan Wisata Malino Sebagai " Beautiful Malino" Di Kabupaten Gowa. *Jurnal Ilmiah Pranata Edu*, *1*(1), 61–62. https://doi.org/10.36090/jipe.v1i1.195

Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Cammunication):Pemasaran Dan Brand Destinasi*. Prenadamedia Group.

Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Stategi Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.

Idris. (2014). *Peranan PR*. 1150.

Maulidia, R. (2020). Peran Humas Pemerintah Sebagai Sarana Komunikasi Publik (Studi Pada Bagian Humas Dan Protokol Pemerintah Kota Bogor). *Ug Jurnal*, *VOL.14*(Edisi 07 Juli 2020), 2013–2015.

Mayang lestari. (2020). Strategi Komunikasi, Teori, dan Langkah-langkahnya. *Https://Tambahpinter.Com/Strategi-Komunikasi/*. https://tambahpinter.com/strategi-komunikasi/

Muchlisin Riadi. (2019). *Pariwisata (Pengertian, Unsur, Bentuk dan Jenis Wisata)*. https://www.kajianpustaka.com/2019/12/pariwisata-pengertian-unsur-bentuk-dan-jenis-wisata.html

muh. nurfadli abidin. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA MALINO DI KABUPATEN GOWA. In *Https://Medium.Com/*. https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf

Paramita, S. (2017). Lokal Perspektif Komunikasi Pariwisata Masyarakat Di Desa Sade Lombok. *Jurnal Visi Komunikasi*, *14*(4), 146–156.

Perbup Gowa. (2021). *PERATURAN BUPATI GOWA NOMOR 90 TAHUN 2021*. file:///C:/Skripsi/Perbup Nomor 90 Tahun 2021 Dinas KominfoSP Kabupaten Gowa.pdf

Prof. Dr. Khomsahrial Romli, M. S. (2016). *Komunikasi Massa*.

Romeltea. (2021). *Humas Pemerintah: Tugas Pokok, Fungsi, dan Tantangan*. https://senikomunikasi.com/humas-pemerintah-tugas-pokok-fungsi-dan-

tantangan/

Shofa Sholihin. (2011). *ANALISIS STRATEGI DIFERENSIASI CITRA DALAM PEMASARAN TRAVEL MAKTOUR*.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. alfabeta.

Syarifuddin. (2016). *Peranan Public Relation*.

Tria, A. (2018). *Bab II Tinjauan Pustaka 1.1 Kajian Teori 1.1.1*.

Yoeti. (2001). *Pengembangan Pariwisata*.

Lampiran pedoman wawancara

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar JL. Sultan Alauddin KM. 7 Telp. 041186697. Makassar 90221

Saya atas nama Ahmad Affandy Muslim Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhamadiyah Makassar. Dalam hal ini saya sedang mengadakan penelitian tugas akhir yang berhubungan dengan judul **"Stategi Humas Pemda Gowa Dalam Meningkatkan Citra Wisata Kota Malino"** dimana penelitian ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dalam penyusunan skripsi. Atas bantuan, ketersediaan waktu dan kerja samanya saya ucapkan terimakasih

WAWANCARA DENGAN INFORMAN

Hari/Tgl :

Lokasi :

A. Identitas Informan

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Jabatan/Pekerjaan :

B. Pertanyaan Wawancara

1. Bagaimana strategi Humas Pemda GOWA dalam meningkatkan citra wisata kota malino?

a. Pemberi Penjelasan

1). Apa tugas pokok dan fungsi Humas Pemda GOWA?

2). Bagaimanakah struktur organisasi Humas Pemda/ Diskominfo GOWA

3). Apakah Humas Gowa mempunyai wewenang dalam hal peningkatan citra wisata?

4). Bagaimana peran Humas GOWA dalam memberi informasi kepada publik

b. Fasilitator Komunikasi

1) Apa saja program Humas GOWA dalam hal ini meningkatkan citra wisata kota malino? Apa saja program Humas GOWA yang telah terealisasi dan yang belum?

2) Upaya apa yang dilakukan Humas GOWA untuk meningkatkan daya Tarik wisatawan?

3) Program apa yang telah di kembangkan Humas GOWA dalam memberikan nformasi ke masyarakat/Publik

4) Media apa saja yang digunakan Humas GOWA dalam memberikan informasi ke public dalm hal peningkatan citra wisata

c. Fasilitator Pemecahan Masalah

1) Tindakan/ bentuk komunikasi apa saja yang telah dilakukan oleh pihak Humas GOWA untuk meningkatkan citra wisata

2) Apakah strategi komunikasi yang telah dilakukan Humas GOWA sudah efektif atau belum untuk memberikan informasi kepada

public

3) Apa saja permasalahan yang dialami pihak Humas GOWA dalam memberikan informasi ke public dan bagaimana mengatasi permasalahan tersebut

2. Apa faktor pendukung dan penghambat Humas GOWA dalam Meningkatkan citra wisata kota malino?

a. Faktor Pendukung dan Penghambat

1) Apakah infrastruktur dan sarana prasarana yang ada di kota malino telah memadai bagi wisatawan dilihat dari perspektif Humas GOWA?

2) Apakah Humas GOWA ikut andil dalam mengatasi permasalahan di bidang tersebut

b. Peningkatan Citra

1) Apa langkah yang di ambil pemda gowa dalam mengatasi berbagai permasalahan yang ada di kota malino

2) Strategi yang dilakukan Humas GOWA dalam mempublikasikan permasalahan yang ada di kota malino

3) Upaya apa yang dilakukan Humas GOWA dalam mengoptimalkan obyek wisata yang ada di kota malino? inovasi yang di lakukan Humas GOWA untuk mempublikasikan obyek-obyek wisata yang ada di kota malino

L A M P I R A N

DOKUMETASI WAWANCARA DENGAN INFORMAN DI KANTOR BUPATI KABUPATEN GOWA

Wawancara dengan Ibu Widya R.Hasan, S.Sos, M.Ikom
Selaku Sekretaris dinas Kominfo SP Kab, Gowa yang
dilaksanakan pada tanggal (11/07/2023) bertempat di Ruangan
Humas Kantor Bupati Gowa.

Wawancara dengan Bapak Prayuda Said, S.Sos selaku pranata humas ahli pertama
dinas kominfo SP Kab. Gowa yang dilaksanakan pada tanggal (23/06/2023)
bertempat di kantin kantor Bupati Gowa

Wawancara dengan Ibu Vivianty. SE selaku Fungsional ahli muda dinas kominfo SP Kab. Gowa yang dilaksanakan pada tanggal (11/07/2023)
bertempat di ruangan Humas kantor Bupati Gowa.

Universitas Muhammadiyah Makassar
Integrity - Professionalism - Entrepreneurship

Faculty of Social and Political Sciences
Menara Iqra Lantai 5 - Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar 90221
Telp: (0411) 866 972 Fax: (0411) 865 588
Official Email :fisip@unismuh.ac.id
Official Web : https://fisip.unismuh.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 0704/FSP/A.1-VIII/V/1444 H/2023 M
Lamp. : 1 (satu) Eksamplar
H a l : **Pengantar Penelitian**

Kepada Yth.
Bapak Rektor, Cq. Lembaga Penelitian dan
Pengabdian pada Masyarakat (LP3M) Unismuh
Di –
Makassar

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan rencana penelitian mahasiswa untuk melengkapi data dalam rangka Penulisan Skripsi, maka diharapkan kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberikan Pengantar Penelitian kepada :

Nama Mahasiswa	: Ahmad Affandy Muslim
S t a m b u k	: 10565 11010 19
J u r u s a n	: Ilmu Komunikasi
Lokasi Penelitian	: Di Dinas Komunikasi, Statistik dan Persandian Kabupaten Gowa
Judul Skripsi	:***"Strategi Humas Pemda Gowa dalam Meningkatkan Citra Wisata Kota Malino "***

Demikian Pengantar Penelitian ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik, diucapkan banyak terima kasih.
Jazakumullahu Khaera n Katziraa.
Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Makassar, 17 Mei 2023
Ketua Jurusan IKOM

Syukri, S.Sos, M.Si
NBM :

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 1522/05/C.4-VIII/V/1444/2023 — 27 Syawal 1444 H
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal — 17 May 2023 M
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,
Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan
di –
Makassar

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 0704/FSP/A.1-VIII/V/1444 H/2023 M tanggal 17 Mei 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **AHMAD AFFANDY MUSLIM**
No. Stambuk : **10565 1101019**
Fakultas : **Fakultas Sosial dan Politik**
Jurusan : **Ilmu Komunikasi**
Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"STRATEGI HUMAS PEMDA DALAM MENINGKATKAN CITRA WISATA KOTA MALINO"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 23 Mei 2023 s/d 23 Juli 2023.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.
Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Ketua LP3M,

Dr.Ir. Abubakar Idhan,MP.
NBM 101 7716

05-23

PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl.Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : http://simap-new.sulselprov.go.id Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor : **17583/S.01/PTSP/2023**
Lampiran : -
Perihal : **Izin penelitian**

Kepada Yth.
Bupati Gowa

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 1522/05/C.4-VIII/V/1444/2023 tanggal 17 Mei 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: **AHMAD AFFANDY MUSLIM**
Nomor Pokok	: 105651101019
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Slt Alauddin No. 259,Makassar

ptsp
PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" STRATEGI HUMAS PEMDA GOWA DALAM MENINGKATKAN CITRA WISATA KOTA MALINO "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. ***25 Mei s/d 25 Juli 2023***

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami ***menyetujui*** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 25 Mei 2023

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
PLT. KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN

Drs. MUH SALEH, M.Si.
Pangkat : PEMBINA UTAMA MUDA
Nip : 19690717 199112 1002

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. *Pertinggal.*

CS Dipindai dengan CamScanner

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN
Alamat kantor: Jl Sultan Alauddin NO 259 Makassar 90221 Tlp (0411) 866972,881593, Fax (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Ahmad Affandy Muslim
Nim : 105651101019
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	8 %	10 %
2	Bab 2	13 %	25 %
3	Bab 3	8 %	10 %
4	Bab 4	9 %	10 %
5	Bab 5	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 18 Agustus 2023
Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Pernerbitan,

Nursalim S. Hum, M. P
NBM. 964591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Ahmad Affandy Muslim. Dilahirkan di Bulukumba pada tanggal 09 April 2000 merupakan anak pertama dari 3 bersaudara. Penulis beragama islam dan tinggal di lingkungan Batulapisi, Kec Tinggimoncong, Kab. Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan. Jenjang pendidikan penulis yaitu Menyelesaikan Di TK Aisyah Bustanul Atfal Malino pada tahun 2007, SDN Centre Malino pada tahun 2013, SMP Negeri 1 Tinggimoncong pada tahun 2016, SMA Negeri 4 Gowa pada tahun 2019 dan Melanjutkan pendidikan di perguruan Tinggi tepatnya di Universitas Muhammadiyah Makassar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi. Untuk mengembangkan kemampuan dan pengalaman, penulis juga berkecimpung dalam dunia organisasi baik itu internal maupun eksternal kampus di antaranya, HUMANIKOM (Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi) FISIP UNISMUH MAKASSAR, BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa) FISIP UNISMUH MAKASSAR, dan HIPMA GOWA (Himpunan Pelajar Mahasiswa Gowa) KORDINATORAT TINGGIMONCONG).

Penulis sangat bersyukur diberi kesempatan oleh Allah SWT untuk memperkaya ilmu yang akan menjadi bekal masa depan. Penulis berharap mampu melanjutkan pendidikan di tingkat selanjutnya dan mampu mengamalkan ilmu terkhusus bidang keilmuan Ilmu Komunikasi yang telah diperoleh dengan sebaik-baiknya. Membahagiakan orang tua dan keluarga serta berusaha menjadi manusia yang berguna bagi agama, keluarga, masyarakat bangsa dan negara.