

Peran Tim Kreatif Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat

Muhammad Azuwar*¹, Adhitya Bagus Sigandaru², Rahman³

^{1,2,3}Prodi Pariwisata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram

*e-mail: azuwar@gmail.com¹, ab.sigandaru@unram.ac.id², rahmansintung@gmail.com³.

Riwayat Artikel

Diterima: 29 Januari 2023

Direvisi: 15 April 2023

Diterbitkan: 30 Juni 2023

Kata kunci: Strategi, Pengembangan, dan Ekonomi Kreatif

Abstrak

Pariwisata menjadi salah satu sektor penting dan strategis dalam membantu menggerakkan pertumbuhan ekonomi suatu daerah, Nusa Tenggara Barat salah provinsi yang mengandalkan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor pendapatan asli daerah mereka. Ini bisa dibuktikan dengan jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Nusa Tenggara Barat pada tahun 2020 berjumlah 360.613. Dinas Pariwisata Provinsi NTB memiliki peran utama dalam membantu meningkatkan citra Pariwisata NTB di mata dunia, untuk mencapai tujuan tersebut kehadiran tim kreatif di dinas pariwisata provinsi nusa tenggara barat di harapkan dapat membantu meningkatkan produktifitas pembuatan materi pemasaran pariwisata, strategi promosi dan pembuatan konten promosi pariwisata. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Peran Tim kreatif Dinas Pariwisata NTB dalam membantu menikatakan promosi pariwisata yang ada di NTB melalui media social. Penelitian ini menggunakan metode kualitaif dengan study kasus. Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan selama peraktik kerja lapangan di Dinas Pariwisata NTB, kehadiran tim kreatif dalam Dinas Pariwisata memiliki peran yang sangat krusial dalam membantu menciptakan ide ide yang kreatif, inovatif dan juga menarik yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan maca negara ke NTB.

1. PENDAHULUAN.

Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia yang juga memiliki keindahan alam yang tidak kalah indahnya dengan provinsi lainnya. Provinsi ini Terdiri dari dua pulau yaitu Pulau Lombok dan Pulau Sumbawa serta dikelilingi oleh banyak pulau kecil yang disebut Gili dalam bahasa sasak. Keindahan alam yang dimiliki oleh provinsi ini menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor andalan dalam pembangunan ekonominya.

Pulau Lombok merupakan salah satu bagian dari provinsi NTB yang dimana di pulau ini memiliki banyak sekali keaneka ragaman budaya, tradisi dan tetunnya tempat wisata yang sering kali dikunjungi oleh wisatawan maca negara. Seperti gunung rinjai, kek mandalika, desa sade, Senggigi dan banyak lagi.

Pariwisata menjadi salah satu sektor penting dan strategis dalam membantu menggerakkan pertumbuhan ekonomi suatu daerah, Nusa Tenggara Barat salah provinsi yang mengandalkan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor pendapatan asli daerah mereka. Dikarnakan keindahan alam dan keunikan ragaman budaya dan tradisi yang dimiliki menjadikan provinsi ini menjadi salah satu tempat wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan luar pulau NTB hingga wisatawan maca negara. Ini bisa dibuktikan

dengan jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Nusa Tenggara Barat pada tahun 2020 berjumlah 360.613. (Dinaspariwisatantb, 2023)

Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Nusa Tenggara Barat, Dinas Pariwisata Provinsi NTB memiliki peran utama dalam membantu meningkatkan citra Pariwisata NTB di mata dunia. Dengan mengandalkan media digital sebagai media promosi, merupakan langkah baru yang dikembangkan oleh dinas pariwisata provinsi nusa tenggara barat dalam memasarkan, mempromosikan pariwisata ntb yang dimana tujuannya ini guna untuk meningkatkan citra pariwisata NTB di mata dunia. Dalam membantu mencapai tujuan tersebut, kehadiran tim kreatif dalam dinas pariwisata dapat memberikan dampak positif bagi dinas pariwisata provinsi nusa tenggara barat.

Dengan adanya tim kreatif di Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat, diharapkan dapat membantu dalam meningkatkan produktifitas pembuatan materi pemasaran pariwisata, strategi promosi dan pembuatan konten promosi pariwisata yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke NTB. Dari latar belakang yang telah peneliti uraikan, maka peneliti merasa perlu untuk mengangkat topik tentang “ Bagaimana Peran Tim Kreatif di Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat “

2. METODE.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yaitu dengan tanpa melakukan perbandingan dengan objek lain sehingga peneliti disini mencoba untuk memberikan solusi terhadap pertanyaan penelitian, penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus.

Pendekatan Studi Kasus menurut Creswell, dalam Sugiyono (2016: 15) adalah suatu jenis penelitian kualitatif, dimana penulis melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas terhadap individu yang terkait oleh waktu dan aktivitas. Studi kasus bertujuan untuk mempelajari secara intensif latar belakang masalah keadaan dan posisi suatu kejadian yang berlangsung saat ini, serta intraksi lingkungan sosial tertentu yang bersifat apa adanya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi dan wawancara. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu teknis analisis data deskriptif kualitatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN.

Gambaran Umum Posisi Tim Kreatif di Dinas Pariwisata NTB

Pada bulan juni 2021 awal terbentuknya tim kreatif di dinas pariwisata. Tim ini awalnya dibentuk oleh kepala dinas sebelumnya yaitu bapak yusron. Menurut wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 19 juni 2023, alasan utama dibentuknya tim kreatif ini dikarenakan dari dinas pariwisata sendiri mulai sadar akan pentingnya penggunaan media digital sebagai alat promosi dan pada tanggal 20 mei 2021 dibentuklah tim kreatif didispar NTB.

Menurut Desi sebagai Tim kreatif didinas pariwisata mengatakan bahawa Tim ini dibentuk guna membantu divisi pemasaran dalam promosi melalui media digital / lebih

tepatnya menggunakan media social. Dalam hal tersebut dijelaskan bahwa media social yang dimaksud yaitu” Instagram, Fecabook, youtube dan juga website.

Sebelumnya tim ini ditempatkan dibagian program namun beberapa bulan berikutnya, tim kreatif dipindahkan ke divisi pemasaran. Alasan utama dipindahkannya ke divisi pemasaran yaitu guna membantu tim pemasaran dalam mempermosikan semua event event yang ada melalui media social.

Dalam membantu mempermosikan destinasi wista ataupun event yang ada, tim kreatif dinas pariwisata menggunakan media social sebagai alat promosi. Media social yang saat ini sering di pakai untuk promosi yaitu instagram, yang dimana pada era industry saat ini pengguna aktif media social seperti instgaram berjumlah 2 miliar per januari 2023. dari jumlah tersbut, 106,72 juta pengguna instgaram berada di inonesia. (<https://goodstats.id/> & <https://dataindonesia.id/>). Tim kreatif di dinas sendiri memiliki jumlah anggota sebanyak 6 orang, yang dimana memiliki tugas dan kapabilitas sesuai kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya. Seperti, Social media *Specialis*, *Copywriter*, *Design Graphis*, *Photography*, *videography* dan juga *web devlopment*.

Tugas dan fungsi masing masing tim kreatif di dinas pariwisata

Menurut SK Kepala Dinas Pariwisata Provinsi NTB Nomer : 879 / 42 / 1 / 2023, Tentang Penetapan Tenaga Operator Komputer (TIM KREATIF) Pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun Anggaran 2023. Yang dimana di dalam SK tersebut menjelaskan mengenai tugas dan fungsi dari Tenaga Operator Komputer (Tim Kreatif) pada dinas pariwisata. Tim Kreatif menjadi salah satu bagian dari divisi Pemasaran di Dinas Pariwisata NTB, yang dimana tugas masing masing dari anggota tim kreatif ini sebagai berikut:

1. Tugas dan fungsi *Sosial Media Spesialis*

Sebagai seorang *Sosial Media Spesialis* didinas pariwisata memiliki fungsi dan tugas yang berkaitan dengan promosi pariwisata, informasi destinasi, dan interaksi dengan wisatwan. Namun tidak cuma hal itu saja, tetapi ada beberapa tugas dan fungsinya sebagai berikut:

a. Pembuatan konten Promosi Destinasi.

Seorang social media spesialis bertanggung jawab untuk membantu mempermosikan destinasi pariwisata yang ada di suatu daerah. Dalam pembuatan konten seperti photo/video promosi, event dan juga keindahan alam setempat.

b. Manajemen akun media social.

Selain memeiliki tugas untuk membuat konten promosi, seorang social media specialasis memiliki fungsi untuk mengelola akun media social pribadi dinas pariwisata seperti, akun Instagram, Facebook, atau platfrom lainnya.

c. Analisis dan Pelaporan

Sosial Media Spesialis berperan penting dalam menganalisis kinerja kampanye media social, mengumpulkan data dan statistik, dan juga bertugas membuat

laporan hasil analisis tersebut. Hasil laporan digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan upaya promosi yang sudah dilakukan.

2. Tugas dan fungsi Copywriter di dinas pariwisata

Dalam suatu tim kreatif dibutuhkan seorang *copywriter* yang memiliki peran yang sangat penting dalam membantu membangun citra positif tentang suatu destinasi pariwisata dan juga tentunya meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Namun tidak itu saja tugas dan fungsi seorang copywriter ada beberapa point penting tentang fungsi dan tugasnya sebagai berikut.

a. Penulis Materi Promosi

Dalam hal ini *copywriter* memiliki fungsi dan tugas menyiapkan materi promosi pariwisata seperti brosur, pamphlet, website, iklan cetak dan caption konten Instagram atau platform media social lainnya

b. Notulensi Rapat

Dalam kegiatan rapat yang diadakan, seorang *copywriter* memiliki tugas untuk mencatat hasil rapat dan dijadikannya sebagai bahan evaluasi nantinya.

c. Mengedit dan mengevaluasi konten

Copywriter memiliki tugas untuk mengedit dan memeriksa kembali konten yang sudah dibuat oleh tim atau pihak lain untuk memastikan kualitas, kejelasan, dan konsistensi merek.

3. Tugas dan fungsi *Design Graphis* di dinas pariwisata

Seorang desainer grafis memiliki peran yang sangat penting dalam pembuatan design flyer, poster, banner dan infografis lainnya. Seorang desainer memiliki tugas dan fungsi untuk membuat suatu tampilan visual poster yang menarik dan juga sangat mudah untuk dipahami isinya oleh orang yang membaca isi dari poster tersebut.

4. Videography + Editor

Videography + editor sangat diperlukan dalam pembuatan konten visual berbentuk video yang menarik untuk ditonton. Tugas seorang videography disini memiliki fungsi untuk pengambilan gambar (shooting), dokumentasi, edit video dan pembuatan konten promosi. Tidak hanya itu saja terkadang seorang videography juga ditugaskan untuk membantu tim yang lainnya dalam hal-hal tertentu.

5. Photography

Seorang Photography memiliki tugas dan fungsi yang hampir mirip dengan seorang videographer, yang dimana mereka memiliki kesamaan yaitu dalam hal pengambilan gambar, editing dan juga sebagai talent dalam hal-hal tertentu.

6. Web development

Tugas dan fungsi seorang Web development di dinas pariwisata yaitu sebagai pengembang, pemelihara dan pengelola situs web resmi atau web untuk mempromosikan destinasi pariwisata dan memberikan informasi kepada pengguna. Ada beberapa tugas dan fungsi seorang web developer yaitu

a. Pengembangan situs web

Memiliki tanggung jawab untuk merancang dan mengembangkan situs web resmi dinas pariwisata yang dimana dalam hal ini meliputi pemilihan teknologi yang tepat, pemrograman, desain tampilan antarmuka (UI), dan pengaturan struktur situs yang memadai.

b. Keamanan dan perlindungan data

Dalam hal ini fungsi seorang web developer akan bertanggung jawab dan mengimplementasikan Tindakan keamanan yang diperlukan untuk melindungi situs web dari serangan atau ancaman keamanan.

c. Pembuatan fitur dan fungsionalitas

Dalam hal ini seorang web developer juga memiliki tugas dalam membuat fitur dan fungsionalitas yang cukup relevan dengan kebutuhan dinas pariwisata, seperti pencarian destinasi, kalender event, informasi public, dan informasi lainnya.

d. Pemeliharaan dan pembaruan

Tidak hanya berfungsi sebagai pengembang situs web tetapi juga berfungsi untuk pemeliharaan dan pembaruan pada situs web, yang dimana ini bertujuan untuk memastikan keberlanjutan dan kinerja web tersebut.

Peran Tim kreatif di Dinas Pariwisata prov NTB

Sebelum terbentuknya tim kreatif di dinas pariwisata, strategi promosi yang digunakan masih memanfaatkan beberapa kegiatan yang ada seperti, pelatihan SDM pariwisata, event pariwisata yang didalam maupun di luar daerah, tabletop, dan lain sebagainya. Namun saat terjadi pandemi covid 19, pemanfaatan media social sebagai alat promosi mulai dimanfaatkan dalam mempromosikan destinasi wisata.

Penggunaan media social seperti instagram mulai di manfaatkan di dinas pariwisata NTB sejak tanggal 21 februari 2019. Penggunaan media social seperti instagram mulai serius di gunakan sebagai alat bantu dalam mempromosikan Pariwisata di NTB, bisa kita lihat di beberapa postingan instagram pribadi Dinas Pariwisata NTB.

Perkembangan Media social ataupun media informasi di era saat ini seperti Instagram, facebook, website sangat membutuhkan orang orang yang paham dan sadar akan pentingnya dampak positive yang ada dari pemanfaatan teknologi saat ini. Inilah alasan kenapa tim kreatif di dinas pariwisata sangat dibutuhkan dalam membantu menyiapkan strategi pemasaran, promosi dan pembuatan konten poster, flyer, desain informasi dan juga video promosi pariwisata NTB.

Dalam mencapai tujuan tersebut, kehadiran tim kreatif dalam dinas pariwisata memiliki peran yang krusial dalam menciptakan ide ide yang kreatif, inovatif dan juga menarik yang dapat meningkatkan kunjungan wisata. Salah satu peran utama tim kreatif dalam dinas pariwisata adalah sebagai pembuat konsep materi promosi, pembuatan konten media social dan pengembang produk pariwisata. Mereka berkolaborasi dengan stakeholder terkait, seperti masyarakat lokal, pengusaha pariwisata, dan pemangku kepentingan lainnya, untuk mengidentifikasi potensi dan daya tarik unik dari suatu

daerah. Tim kreatif mampu menghasilkan konsep-konsep yang menarik dan inovatif, seperti paket wisata tematik, festival budaya, atau pengalaman wisata yang berbeda.

Dengan demikian, mereka dapat meningkatkan nilai tambah destinasi pariwisata dan meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi daerah tersebut. Selain itu, tim kreatif juga berperan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk pariwisata lokal. Mereka memahami tren pasar pariwisata, kebutuhan dan preferensi wisatawan, serta perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Tim kreatif mampu menciptakan konten kreatif dan menarik, termasuk materi promosi, iklan, kampanye media sosial, dan platform digital lainnya, untuk memperkenalkan dan mempromosikan destinasi pariwisata kepada target audiens. Dengan pendekatan yang inovatif dan kreatif, tim ini dapat meningkatkan visibilitas dan citra destinasi pariwisata, serta menarik minat wisatawan yang lebih luas.

Perkembangan informasi pariwisata yang bisa kita lihat di beberapa postingan Instagram lomboksumbawago saat ini tidak lepas dari campur tangan tim kreatif yang ada saat ini. Seperti dalam beberapa kegiatan event yang pernah penulis ikuti disaat magang di dispar pariwisata ntb selama 3 bulan, banyak sekali penulis melihat kontribusi dari tim kreatif dalam membantu menghandel kegiatan saat dikantor ataupun di lapangan. Selain itu penulis juga mendapatkan banyak sekali pengalaman saat praktik kerja lapangan di dispar ntb dan menjadi bagian dari tim kreatif.

Pengalaman yang penulis dapatkan saat menjadi bagian tim kreatif seperti menjadi bagian dalam mendokumentasikan, ataupun mengawasi kegiatan event nasional ataupun internasional (event bau nyale, world superbike dan lombok sumbawa fair). Dalam hal ini Tim kreatif memiliki peran yang sangat penting dalam membantu menciptakan ide-ide yang inovatif, mengembangkan konsep dan merancang strategi pemasaran yang menarik untuk menarik wisatawan.

Tim kreatif di dispar ntb saat ini berjumlah 6 orang yang dimana memiliki tugas dan tanggung jawab masing masing. Seperti saat penulis melakukan Peraktik Kerja Lapangan di Dispar NTB, penulis ditempatkan di tim design garapish yang dimana bertugas untuk membantu dalam membuat *flyer design* postingan informasi pariwisata. Namun tidak hanya menjadi bagian dari tim design terkadang penulis juga di tugaskan dalam membantu menyiapkan ruang rapat, mendokumentasikan dan juga sebagai notulensi dalam beberapa rapat yang ada.

Pemanfaatan media social sebagai alat promosi bisa dikatakan sebagai Langkah awal yang bagus dalam membantu mempromosikan ataupun memberikan informasi pariwisata dan juga informasi umum lainnya. Karena dilihat dari data pengguna aktif media social seperti Instagram berjumlah 2 miliar per januari 2023 menurut data dari goodstats.id/.

Dalam instansi pemerintah seperti dinas pariwisata sangat membutuhkan keberadaan tim kreatif karena dengan adanya tim kreatif di dinas pariwisata ini bisa membantu dalam bebrapa hal seperti pembuatan strategy promosi yang kekinian, pembuatan konten informasi dalam bentuk poster ataupun visual video yang menarik dan mengikuti trend terkini.

Tim kreatif di dinas pariwisata memainkan peran yang sangat penting dalam mengembangkan dan mempromosikan destinasi wisata, adapun beberapa peran penting tim kreatif yang dapat penulis sampaikan dari hasil observasi selama praktik kerja lapangan sebagai berikut.

Tabel 1: Data Hasil Observasi terkait Peran Penting Tim kreatif dinas Pariwisata NTB

1	Pengembangan Konten	Tim kreatif bertanggung jawab untuk mengembangkan konten yang menarik dan dapat menarik perhatian wisatawan. Mereka merancang materi promosi seperti brosur, panduan wisata, video dan konten digital lainnya yang bertujuan untuk mengenalkan daya tarik dan keunikan destinasi pariwisata di NTB. Selain itu tim kreatif juga mengembangkan konten berbasis web dan media social untuk meningkatkan minat kunjungan berwisata.
2	Pemasaran dan promosi	Tim kreatif juga terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan strategi pemasaran dan promosi. Seperti saat memasarkan dan mempromosikan acara <i>Event World Super Bike 2023</i> , tim kreatif bekerja sama dengan tim pemasaran dalam membuat strategi promosi yang unik dan juga kreatif. Dalam hal tersebut strategi promosi yang dilakukan yaitu dengan menargetkan anak sekolah sebagai target pemasaran tiket nonton world superbaik, lombok sumbawa fair dan lain sebagainya.
3	Desain visual	Selain membuat strategi promosi yang inovatif, tim kreatif juga bertanggung jawab dalam membuat desain visual informasi seperti, brosur, poster dan video promosi destinasi wisata.
4	Mendokumentasikan semua kegiatan yang ada di dispar ntb	Tidak hanya bertugas untuk membuat ataupun mengembangkan konsep konten, tim kreatif juga sering ditugaskan untuk mendokumentasikan hampir semua kegiatan yang sedang berlangsung ataupun yang sudah berlangsung. Dalam hal ini tim photography dan videography sangat dibutuhkan dalam hampir semua kegiatan yang sedang dilaksanakan baik dari kegiatan kepala dinas dan juga dari semua divisi yang ada. Bisa

		dilihat dari beberapa kegiatan yang sudah berlangsung di instgram lomboksumbawago, seperti kegiatan event baunyale,wsbk go to school dan masih banyak lagi.
5	Berkerja sama dengan media informasi lokal, sponsor dan komunitas kreatif.	Dalam membantu mempromosikan semua kegiatan yang ada, tim kreatif yang ada didispar juga sering melakukan kerja sama dengan beberapa media local,sponsor dan komunitas kreatif. Yang dimana tujuannya sendiri untuk membantu mempromosikan dan memberikan informasi mengenai kegiatan ataupun informasi pariwisata lainnya.

Tabel. 4 2 Daftar Media social dan website yang dimiliki didispar NTB

Social Media	Nama Akun SocialMedia	Followers
Instgram	Lomboksumbawa.go	Jumlah Pengikut 28,3 rb pengikut
Facebook	Pariwisata NTB	Jumlah Pengikut 7,7rb
Youtube	Dinas Pariwisata Provinsi NTB	389 Subscribe
Website	www.disbudpar.ntbprov.go.id	

4. KESIMPULAN.

Berdasarkan hasil paparan diatas, penulis ingin menyampaikan beberapa kesimpulan yang penulis dapatkan dari pembahasan terkait Peran Penting Tim Kreatif di Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai berikut:

- 1) Salah satu peran utama tim kreatif dalam dinas pariwisata NTB sebagai pembuat konsep materi promosi, pembuatan konten media social dan pengembang produk pariwisata. Mereka berkolaborasi dengan stakeholder terkait, seperti masyarakat lokal, pengusaha pariwisata, dan pemangku kepentingan lainnya, untuk mengidentifikasi potensi dan daya tarik unik dari suatu daerah
- 2) Tim kreatif memiliki peran yang sangat penting di dinas pariwisata saat ini, bisa dilihat dari beberapa event nasional ataupun internasional yang sudah terlaksana seperti event baunyale, WSBK dan Lombok sumbawa fair.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Devi Febriana, Prayitno Basuki, & Adhitya Bagus Singandaru. (2023). Tourism Destination Management Model In Mount Jae Campground As A Support Of Economic Growth For The Community Of Sedau Village, Narmada District, West Lombok District in 2020-2022 . *International Journal of Tourism Business Research*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.29303/intour.v2i1.500>
- Laxmiwaty Dai, S. ., Asti Ayuningsih, Betly Taghulihi, Vidhia Agmareina Hirto, Wildayanti Limpas, Z. ., & Sunarti, S. . (2023). Urban Tourism: A Potential as Tourism

- Attraction in Gorontalo City. *International Journal of Tourism Business Research*, 2(1), 15–21. <https://doi.org/10.29303/intour.v2i1.700>
- Mahmudah Budiatiningsih, & Siti Hamdiah Rojabi. (2023). Accessibility Study For Persons With Disabilities In Tourism Destinations: A Case Study In The Malioboro Area, Yogyakarta. *International Journal of Tourism Business Research*, 2(1), 27–36. <https://doi.org/10.29303/intour.v2i1.711>
- Retnasary. (t.thn.). *Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital*. Diambil kembali dari ejurnal.ars.ac.id: <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/130>
- Safri, H. (2015). Mengembangkan Kreativitas Mahasiswa Berbasis Pelatihan. *Jurnal Muamalah Vol V No 2, Desember 2015*, 9.