

## Strategi Promosi Destinasi Wisata Yang Dilakukan Oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat

Muhammad Faisal Syafrudin\*<sup>1</sup>, Adhitya Bagus Sigandaru<sup>2</sup>, Taufan Handika Putra<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Prodi Pariwisata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram

\*e-mail: [syafrudin@gmail.co](mailto:syafrudin@gmail.co)<sup>1</sup>, [ab.singandaru@unram.ac.id](mailto:ab.singandaru@unram.ac.id)<sup>2</sup>, [rahmansintung@gmail.com](mailto:rahmansintung@gmail.com)<sup>3</sup>.

### Riwayat Artikel

Diterima: 16 Januari 2023

Direvisi: 15 Februari 2023

Diterbitkan: 30 Juni 2023

**Kata kunci:** Strategi, Pengembangan, dan Ekonomi Kreatif

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi seperti apa yang di gunakan oleh Dinas Pariwisata NTB dalam menarik minat para wisatawan dalam berkunjung ke Nusa Tenggara Barat untuk menikmati setiap destinasi wisata yang ada. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi atau melakukan wawancara terhadap para staff di bidang Pemasaran Dinas Pariwisata NTB, dan dokumentasi di lapangan secara langsung. Hasil penelitian ini menunjukkan 1). Promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat adalah ikut dalam festival, pameran, pemasangan iklan diberbagai media 2). Dampak promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan 3). Strategi yang tepat untuk meningkatkan kunjungan adalah pembuatan unit kerja dan kerja sama dalam mempromosikan objek wisata unggulan yang inovatif.

### 1. PENDAHULUAN.

Negara Indonesia merupakan negara yang memiliki keanekaragaman sumber daya alam dan budaya baik dari adat istiadat, suku, bahasa, dan juga agama. Menurut *Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI)* tahun 2022, Indonesia adalah negara dengan perkembangan pariwisata tertinggi nomor 32 dari 117 negara di dunia. Salah satu daerah Indonesia yang memiliki beberapa destinasi wisata yakni Nusa Tenggara Barat (NTB). NTB adalah salah satu daerah yang memiliki banyak daya tarik wisata di dalamnya yang mampu mendukung perkembangan pariwisata seperti wisata alam, budaya, adat dan religi. Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu instansi yang bergerak dalam bidang pengembangan sumber daya terkait pariwisata yang ada di NTB. instansi ini berfokus pada pengembangan dan peningkatan terkait pariwisata di NTB.

Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat adalah instansi pemerintah yang bertanggung jawab mengurus pariwisata di Nusa Tenggara Barat, terdapat 4 bidang yang menjadi factor pendukung pada kepariwisataan diantaranya ada bidang Ekonomi Kreatif, Destinasi, Pemasaran dan Kelembagaan. Setiap bidang memiliki peran mereka masing – masing salah satunya bidang Pemasaran yang berfokus dalam mengembangkan dan meningkatkan strategi promosi agar mampu mengembangkan setiap destinasi yang ada di NTB. Strategi Promosi merupakan kegiatan untuk menarik banyak minat pelanggan.

Menurut Tuptono (2001:219) promosi adalah aktifitas pemasaran yang menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau meningkatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang di tawarkan, dengan strategi promosi yang baik mampu menarik perhatian wisatawan baik wisatawan mancanegara atau wisatawan domestik untuk mengunjungi destinasi wisata yang ada di Nusa Tenggara Barat, strategi promosi yang baik juga sangat membantu kinerja di bidang pemasaran Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat.

Perkembangan pariwisata saat ini telah mengalami banyak perubahan, baik dari segi pola, bentuk, dan sifat kegiatan, perjalanan dan destinasi wisata, oleh sebab itu pengembangan promosi secara intensif sangat dibutuhkan untuk memperkenalkan destinasi wisata karena dapat membuka daya tarik wisatawan. Oleh sebab itu penulis mengangkat judul Karya Tulis Ilmiah bertemakan Strategi Promosi Destinasi Wisata yang Dilakukan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat. Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui penggunaan dari strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat dalam mengembangkan destinasi wisata yang ada di Nusa Tenggara Barat.

## **2. METODE.**

Metode penelitian dengan pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, penulis dapat mengalokasikan data-data yang penulis dapatkan dalam bentuk wawancara dan narasi sehingga diperoleh pemahaman lebih detail mengenai topik permasalahan yang diangkat oleh penulis. Lokasi penelitian ini berada di Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat yang berlokasi di Jalan Pejeruk Kecamatan Ampenan Kota Mataram. Dalam mengumpulkan data, informasi dan fakta pendukung penulis menggunakan metode Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi. Sedangkan metode analisis data yang digunakan dalam penulisan ini yaitu analisis data deskriptif kualitatif.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN.**

### **Strategi Promosi Destinasi Wisata yang Dilakukan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat**

Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat memiliki banyak program dalam meningkatkan setiap destinasi wisata yang ada di Nusa Tenggara Barat, salah satu programnya adalah promosi yang dimana program ini diawasi oleh salah satu bidang yang ada di Dinas Pariwisata yakni bidang Pemasaran. Tentu saja bidang Pemasaran tidak bekerja sendirian dalam hal mempromosikan destinasi wisata namun bidang pemasaran memiliki Tim Kreatif yang bekerja di bawah pengawasan bidang Pemasaran. Sebelum Tim Kreatif berada di bawah pengawasan bidang Pemasaran. Mereka berada di bawah pengawasan Kepala Dinas langsung yang Bernama PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi), pada awal tahun 2021 tepat saat pergantian Kepala Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat PPID di alihkan kedalam bidang Pemasaran.

### **Media Promosi Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat**

Adapun media promosi yang digunakan Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat dalam mempromosikan destinasi wisata yang berada di Nusa Tenggara Barat, yakni Media Cetak, Media Sosial dan Media Luar Ruang.

#### 1. Media Cetak

Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat menggunakan media ini sebagai mempromosikan destinasi wisata dalam berbentuk buku wisata yang berisi informasi dari setiap daerah yang ada di Nusa Tenggara Barat yakni Lombok – Sumbawa, yang dimana dari setiap daerahnya terdapat informasi wisata – wisata unggulan yang dapat dikunjungi. Buku – buku ini akan diberikan kepada para wisatawan, travel agent, biro perjalanan, dan instansi yang membutuhkan, untuk membantu mempromosikan destinasi wisata yang ada di Nusa Tenggara Barat.

#### 2. Media Sosial

Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat memiliki beberapa media sosial yang menjadi tempat untuk mempromosikan dan menyebarluaskan setiap informasi terkait destinasi wisata dan juga event – event yang diadakan oleh Dinas Pariwisata, media sosial yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat dalam mempromosikan destinasi wisatanya yakni, Youtube (Dinas Pariwisata Provinsi NTB), Facebook (Dinas Pariwisata Provinsi NTB), Instagram ([lomboksumbawa.go](https://www.instagram.com/lomboksumbawa.go)) dan juga website ([disbudpar.ntbprov](https://disbudpar.ntbprov.go.id)) yang dapat diakses oleh para wisatawan lokal dan nasional.

#### 3. Media Luar Ruang

Media Luar Ruang yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat yakni bersifat konvensional dan digital.

- a. Media luar ruang yang bersifat konvensional ini meliputi pemasangan spanduk, baliho, umbul – umbul dan sejenisnya, yang dipasang di titik – titik tertentu seperti tikungan jalan, taman, alun-alun kota, untuk memikat para wisatawan yang melihat spanduk, baliho atau umbul-umbul tersebut.
- b. Media luar ruang yang bersifat digital adalah salah satu strategi promosi yang baru dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat, strategi ini adalah langkah baru yang diambil oleh Dinas Pariwisata untuk memikat lebih banyak wisatawan nasional untuk berwisata ke Nusa Tenggara Barat. Contoh dari strategi ini adalah yakni Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat membuat sebuah video singkat tentang destinasi wisata unggulan yang ada di setiap daerah Lombok – Sumbawa dan disebarluaskan melalui media sosial atau pemasangan videotron yang biasanya berada di depan kantor gubernur, taman kota, alun – alun kota, dan beberapa tikungan jalan yang menyediakan videotron.

### **Digitalisasi Promosi Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat**

Dalam pemanfaatan media sosial Dinas Pariwisata mempunyai beberapa program yang mendukung dalam mempromosikan destinasi wisata yang ada di Nusa Tenggara Barat yakni pulau Lombok–Sumbawa. Program yang dimaksud adalah, yakni melalui

podcast, pelatihan pemasaran online, e-bulletin, POSE (*Paid Media, On Media, Social Media dan Endorse*).

## 1. Podcast

Podcast adalah sebuah hasil rekaman audio dan ada juga video yang bisa di dengarkan oleh masyarakat umum melalui media internet. Dinas Pariwisata menggunakan podcast untuk melakukan wawancara atau berbincang – bincang dengan narasumber sambil membahas destinasi wisata yang menarik di Nusa Tenggara Barat. Podcast ini biasanya dilakukan pada saat membahas sesuatu tentang event atau destinasi wisata yang sedang naik daun, dimana tempat podcast ini biasanya dilaksanakan di kantor Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat, bisa juga melalui tempat siaran radio atau di kantor kementerian tertentu yang memiliki fasilitas untuk melaksanakan podcast tersebut.

## 2. Pelatihan Pemasaran Online

Dalam program ini kementerian menyelenggarakan pelatihan dalam meningkatkan kemampuan SDM di era digitalisasi agar mampu meningkatkan pemahaman SDM dalam mempromosikan destinasi wisata yang mereka miliki di daerah masing – masing dan mampu memasarkan dengan baik sumber daya yang dimiliki.

## 3. E-Bulletin

Selain membuat media cetak Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat juga membuat e-bulletin yang mampu di akses oleh seluruh masyarakat melalui laman web Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat. E-bulletin ini berisi informasi tentang kalender event yang di adakan oleh Dinas Pariwisata, beberapa informasi terkait destinasi wisata yang menarik dan unik yang ada di Nusa Tenggara Barat.

## 4. POSE

Dalam program ini Dinas Pariwisata membagi menjadi beberapa konsep yakni ada Paid Media, On Media, Sosial Media dan Endorse, berikut beberapa penjelasannya :

### a. Paid Media

Program ini adalah salah satu program yang dimana ketika Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat mengadakan sebuah event di destinasi wisata tertentu maka Dinas Pariwisata akan melakukan paid media yakni melakukan kerjasama dengan beberapa media untuk membantu mempromosikan event yang diselenggarakan.

### b. On Media

Adalah program yang dimana Dinas Pariwisata memanfaatkan setiap sosial media yang dimiliki dan menyebarluaskan informasi terkait destinasi wisata unggulan kepada para wisatawan atau pelaku wisata yang tergabung ke dalam sosial media Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat.

### c. Endorse

Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat juga melakukan endorse dalam mempromosikan destinasi wisata di Nusa Tenggara Barat, endorse ini merupakan salah satu program kerjasama kepada para influencer ternama baik lokal maupun international. Terakhir Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat bekerja sama

dengan influencer international dari Arab Saudi yang bernama Faisal Nezar A Sheraiff dan Abdullah Saleh A Aljumah dimana kerjasama ini untuk mempromosikan event WSBK 2023.

### **Strategi Promosi Melalui Event Yang Diselenggarakan**

Selain melakukan strategi promosi melalui media dan secara digitalisasi, Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat juga mengadakan beberapa event untuk mempromosikan destinasi wisata yang ada di Nusa Tenggara Barat dengan menerbitkan *Calender Of Event* agar menarik lebih banyak pelaku wisata nusantara dan mancanegara untuk menyaksikan *event-event* yang diselenggarakan. Ada beragam event yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat baik event lokal hingga bersekala International. Berikut beberapa event yang telah diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat.

#### 1. Festival Bau Nyale

Bau Nyale adalah salah satu tradisi adat Lombok yang dimana tradisi ini adalah menangkap nyale di tepi pantai, tradisi ini mempunyai makna bagi masyarakat suku sasak terutama yang berada di daerah selatan. Bau Nyale adalah tradisi yang berawal dari legenda lokal yang melatar belakangi yakni kisah seorang Putri Mandalika. Pada tahun 2020 hingga 2022 kegiatan Festival Bau Nyale dibatasi untuk mencegah penyebaran wabah Covid – 19, namun pada bulan Februari 2023 festival ini kembali diadakan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat yang bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Daerah untuk menggelar acara tersebut, acara ini biasanya diadakan di beberapa destinasi wisata yang berlokasi di pantai yang dekat dengan kaki bukit, dan biasanya banyak bebatuan. Pada tahun 2023 acara Festival Bau Nyale diselenggarakan di Pantai Seger, Kuta, Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat.

#### 2. Road to Bike NTB

Road to Bike NTB adalah salah satu event nasional yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat yang dimana rangkaian acara ini adalah bersepedah santai dari Bima melalui Dompu dan Sumbawa hingga menuju garis finish yang berada di Mataram, Lombok. Event ini di buka untuk umum, sehingga menarik minat banyak para wisatawan untuk ikut serta bersepedah sejauh 450 Km dari Kantor Wali Kota Bima hingga Kantor Gubernur Nusa Tenggara Barat. Pada event ini wisatawan yang menjadi peserta tidak akan bosan karena mereka akan melihat banyak destinasi wisata yang mereka lalui.

#### 3. WSBK dan Lombok Sumbawa Fair

Salah satu event yang bersifat international yang pernah diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat yang bekerja sama dengan *Mandalika Grand Prix Association (MGPA)* adalah *World Super Bike (WSBK)* Mandalika, event ini adalah event yang tergolong baru yang dimana bertujuan untuk mempromosikan salah satu destinasi wisata yang ada di Lombok, Nusa Tenggara Barat yakni Pantai Kuta. Event ini baru berjalan pada tahun 2022 dan tahun 2023, dari event ini banyak sekali wisatawan mancanegara dan nusantara yang datang untuk menonton pembalap –

pembalap idola mereka yang berlomba di event *WSBK* Mandalika ini. Pada tahun 2023 terjadi peningkatan besar terhadap kunjungan wisatawan yang datang menyaksikan *WSBK* sekitar 59.251 kunjungan, jumlah ini meningkat sebesar 14,76 persen dari tahun 2022 yang dimana jumlah kunjungannya sebesar 51.693 kunjungan, ujar Sandiaga Uno (Manparekraf, 2023). Dalam event *WSBK* terdapat *side event* yang diadakan bersamaan dalam satu agenda yakni *Lombok Sumbawa Fair*, event ini diselenggarakan sebagai hiburan setelah digelarnya balapan *WSBK* yang dimana dimeriahkan oleh artis – artis ternama dan beragam hiburan lainnya, seperti pawai, konser, bazar, dan beberapa atraksi budaya yang ditampilkan.

#### 4. Khazanah Ramadhan

Khazanah Ramadhan adalah salah satu event untuk mempromosikan pariwisata halal yang ada di Nusa Tenggara Barat, event ini diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat dengan beragam rangkaian acaranya yang menarik, event ini diselenggarakan selama bulan Ramadhan berlangsung selain itu banyak wisatawan nusantara yang datang ke event ini dan juga beberapa turis pernah datang untuk melihat – lihat dan berbelanja di bazar yang sudah tersedia.

#### 4. KESIMPULAN.

Berdasarkan pembahasan di atas mengenai strategi promosi destinasi wisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat, dapat disimpulkan bahwa Nusa Tenggara Barat memiliki banyak sekali daya tarik wisata dan untuk mempopulerkan setiap destinasi wisata yang ada di Nusa Tenggara Barat. Kementerian melakukan beragam strategi promosi untuk menarik banyak minat wisatawan lokal dan nasional untuk terus datang berwisata menuju Nusa Tenggara Barat diantaranya strategi promosi melalui pemanfaatan media baik itu media cetak, media sosial, dan media luar ruang, serta ada juga strategi melalui digitalisasi dan melalui penyelenggaraan event.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Bagiastra, I. K., & Agus Mulyadi. (2023). Pelatihan Cleaning Service Pada Karyawan Office Boy Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram. *Jurnal Abdi Anjani*, 1(1), 12–17. Diambil dari <https://jurnal.fe.unram.ac.id/index.php/anjani/article/view/730>
- Basri, K., Putri Ayu Marta Tila'ar, & Osi Sukma Wandari. (2023). Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Melalui Pembentukan Dan Pembinaan Pokdarwis Desa Karang Bajo. *Jurnal Abdi Anjani*, 1(1), 25–29. Diambil dari <https://jurnal.fe.unram.ac.id/index.php/anjani/article/view/750>
- Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat. 2021. *E – Bulletin Sebagai Media Informasi*. Di akses pada 5 Mei 2023 dari <http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/e-bulletin-sebagai-saluran-media-informasi-baru/>
- Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat. 2023. *Bahan Promosi Pariwisata Nusa Tenggara Barat*. Di akses pada 5 Mei 2023 dari <http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/promosi-ntb/>
- Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat. 2023. *Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat*. Di akses 4 Mei 2023 dari <http://www.disbudpar.ntbprov.go.id>

- Ikhsan Fadilah. 2020. *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata*. Di akses pada 7 Mei 2023 dari [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/11452-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/11452-Full_Text.pdf)
- Kertajadi, Rahman, & Jumhur Hakin. (2023). Peningkatan Kemampuan Mahasiswa Prodi Pariwisata Unram Dalam Menangani Keluhan Tamu Di Departemen Housekeeping. *Jurnal Abdi Anjani*, 1(1), 18-24. Diambil dari <https://jurnal.fe.unram.ac.id/index.php/anjani/article/view/746>
- Putra, T. H., Rahman, Kertajadi, Ihyana Hulfa, & Didy Ika Supryadi. (2023). Pelatihan Sadar Wisata Dan Sapta Pesona Bagi Masyarakat Desa Wisata Pakuan Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Abdi Anjani*, 1(1), 8-11. Diambil dari <https://jurnal.fe.unram.ac.id/index.php/anjani/article/view/745>
- Soebagyo. 2012. "Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia", *Jurnal Liquidity Vol1 No.2*. Diakses pada 3 Mei 2023. [https://scholar.google.co.id/scholar?q=soebagyo+2012+pengaruh+strategi&hl=id&ass=1&oi=scholar#d=gs\\_qabs&u=%23p%3D3yPTFA\\_AN7gJ](https://scholar.google.co.id/scholar?q=soebagyo+2012+pengaruh+strategi&hl=id&ass=1&oi=scholar#d=gs_qabs&u=%23p%3D3yPTFA_AN7gJ).