

**UPAYA HUMAS DINAS PARIWISATA KOTA AMBON
DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN
PASCA KONFLIK (1999-2000)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi



Oleh:

**LANI PURNAMASARI
NIM. B06208101**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
JULI 2012**

PERPUSTAKAAN
IAIN SURABAYA

No. KLAS
*
D-2012
030
K01

D-2012/10/12

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA
PENULISAN SKRIPSI**

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Lani Purnamasari
NIM : B06208101
Prodi : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Raya Menganti Wiyung Gg II No. 7A

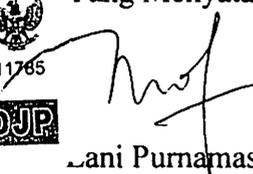
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 10 Juli 2012

Yang Menyatakan,




Lani Purnamasari
NIM. B06208101

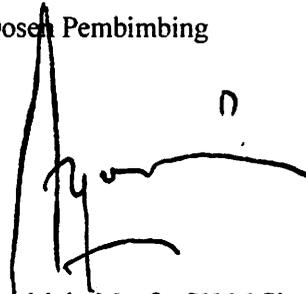
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Lani Purnamasari
NIM : B06208101
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : UPAYA HUMAS PARIWISATA KOTA AMBON DALAM
MENARIK MINAT WISATAWAN PASCA KONFLIK
(1999-2000)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.,

Surabaya, 10 Juli 2012

Dosen Pembimbing



Drs. Agoes Moh. Moefa, SH, M.Si.
NIP. 19700825 200501 1 004

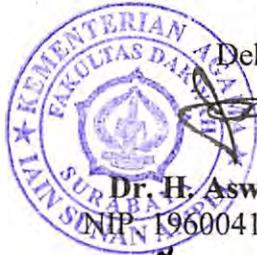
PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Lani Purnamasari ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 10 Juli 2012

Mengesahkan
Institute Agama Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Dakwah

Dekan,



Dr. H. Aswadi, M. Ag.

NIP. 196004121994031001

Ketua,

Drs. Agoes Moh. Moefad, SH, M.Si.
NIP. 197008252005011004

Sekretaris,

Advan Naviz Zubaidi, S.SP, M.Si.
NIP. 198311182009011006

Penguji I,

Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.IP, M.Si.
NIP. 197301141999032004

Penguji II,

Drs. H. M. Hamdun Sulhan, M.Si.
NIP. 195403121982031002

Humas dilakukan untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan selaras, baik di dalam maupun di luar instansi guna memperoleh *opini public* yang *favourable*. Humas harus mampu membangun citra (*image building*) yang positif. Dan para petugas humas dituntut untuk mendahulukan “the public interest” yang merupakan “the nation interest” dan baru kemudian kepentingan pribadinya.

Dari gambaran diatas dapat dikatakan bahwa humas memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat, negara, dan pemerintah. Humas dapat merupakan alat untuk penyesuaian dalam membuat interpretasi dan integrasi antara individu, kelompok dan masyarakat. Di Indonesia sendiri, hampir setiap Departemen sudah mempunyai Humas. Begitu pula lembaga non Departemen dan Lembaga swasta. Salah satunya adalah pada Dinas pariwisata kota Ambon. Seperti yang telah diketahui bahwa kota Ambon merupakan salah satu kota yang pernah dilanda konflik dan berimbas pada semua aspek yang ada, salah satunya adalah pada aspek kepariwisataan, yang mana sebelum terjadi konflik tempat-tempat wisata di kota Ambon selalu dipadati oleh pengunjung/wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Tapi pasca konflik yang terjadi, tempat-tempat wisata di kota Ambon terlihat sepi dari pengunjung/wisatawan. Berbagai cara dilakukan oleh humas dinas pariwisata tersebut untuk menarik kembali minat pengunjung/wisatawan pasca konflik. Diantaranya adalah dengan menginformasikan adanya program atau hal baru di berbagai obyek wisata yang ada di Ambon, menjalin kerjasama yang

menggali data bagi validitas penelitian ini dan juga menggunakan dokumentasi sebagai bukti.

Penelitian kualitatif berbeda dengan penelitian lain. Untuk mengetahui perbedaan tersebut ada 15 ciri perbedaan tersebut, yaitu :

- a. Data dikumpulkan dalam kondisi yang asli atau alamiah (*natural setting*)
- b. Peneliti sebagai alat penelitian, artinya peneliti sebagai alat utama pengumpul data yaitu dengan metode pengumpulan data berdasarkan pengamatan dan wawancara
- c. Dalam penelitian kualitatif diusahakan pengumpulan data secara deskriptif yang kemudian ditulis dalam laporan. Data yang diperoleh dari penelitian ini berupa kata-kata, gambar dan bukan angka
- d. Penelitian kualitatif lebih mementingkan proses daripada hasil artinya dalam pengumpulan data sering memperhatikan hasil dan akibat dari berbagai variabel yang saling mempengaruhi
- e. Latar belakang tingkah laku atau perbuatan dicari maknanya. Dengan demikian maka apa yang ada dibalik tingkah laku manusia merupakan hal yang pokok bagi penelitian kualitatif. Mengutamakan data langsung
- f. Penelitian kualitatif menuntut sebanyak mungkin kepada penelitiannya untuk melakukan sendiri kegiatan penelitian di lapangan

- g. Dalam penelitian kualitatif digunakan metode triangulasi yang dilakukan secara ekstensif baik triangulasi metode maupun triangulasi sumber data
- h. Mementingkan rincian kontekstual. Peneliti mengumpulkan data dan mencatat data yang sangat rinci mengenai hal-hal yang dianggap bertalian dengan masalah yang diteliti
- i. Subjek yang diteliti berkedudukan sama dengan peneliti, jadi tidak sebagai objek atau yang lebih rendah kedudukannya
- j. Mengutamakan perspektif emik, artinya mementingkan pandangan responden yakni bagaimana ia memandang dan menafsirkan dunia dan segi pendiriannya
- k. Verifikasi. Penerapan metode ini antara lain melalui kasus yang bertentangan atau negatif
- l. Pengambilan sampel secara purposif. Metode kualitatif menggunakan sampel yang sedikit dan dipilih menurut tujuan penelitian
- m. Menggunakan “*audit trail*”. Metode yang dimaksud adalah dengan mencantumkan metode pengumpulan dan analisa data
- n. Mengadakan analisis sejak awal penelitian. Data yang diperoleh langsung dianalisa, dilanjutkan dengan pencarian data lagi dan dianalisis, demikian seterusnya sampai dianggap mencapai hasil yang memadai
- o. Teori bersifat dari dasar. Dengan data yang diperoleh dari penelitian di lapangan dapat dirumuskan kesimpulan atau teori.

dan satu anuraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari empat tahapan kegiatan, yang dimulai dari tahapan pertama, yaitu :

- a. Tahapan pengumpulan data : mencari dan mengumpulkan informasi atau data-data yang berhubungan dengan penelitian.

Tahapan reduksi data : Dari lokasi penelitian, data lapangan dituangkan dalam uraian laporan yang lengkap dan terperinci. Data dan laporan lapangan kemudian direduksi, dirangkum, dan kemudian dipilah-pilah hal yang pokok, difokuskan untuk dipilih yang terpenting kemudian dicari tema atau polanya (melalui proses penyuntingan, pemberian kode dan pentebalan). Reduksi data dilakukan terus menerus selama proses penelitian berlangsung. Pada tahapan ini setelah data dipilah kemudian disederhanakan, data yang tidak diperlukan disortir agar memberi kemudahan dalam penampilan, penyajian serta untuk menarik kesimpulan sementara.

- b. Tahapan *display* data : Penyajian data (*display* data) dimaksudkan agar lebih mempermudah bagi peneliti untuk dapat melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari data penelitian. Hal ini merupakan pengorganisasian data kedalam suatu bentuk tertentu sehingga kelihatan jelas sosoknya lebih utuh. Data-data tersebut kemudian dipilah-pilah dan disishkan untuk disortir menurut kelompoknya dan disusun sesuai dengan kategori yang

- 4) Menganalisis pengaruh kebijakan, prosedur dan tindakan pada publik
 - 5) Menyusun kebijakan, aturan dan tindakan yang di pandang menimbulkan konflik dengan kepentingan public dan keberadaan suatu lembaga/perusahaan
 - 6) Memberikan saran dan masukan kepada manajemen dalam pembuatan kebijakan, aturan dan tindakan
 - 7) Membangun dan memelihara hubungan komunikasi dua arah antara lembaga/organisasi dengan publiknya
 - 8) Menghasilkan perubahan yang khusus dalam pengetahuan, pendapat, sikap dan perilaku di dalam dan di luar lembaga/organisasi
 - 9) Menciptakan hubungan baru dan atau memelihara hubungan antara lembaga/organisasi dengan publiknya.
- b. Fungsi Humas/PR secara umum

Fungsi dari seorang humas/PR adalah melaksanakan komunikasi dua arah atau timbal balik antara suatu lembaga/perusahaan dengan pihak public yang bertujuan untuk menciptakan saling penegertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu atau kebijakan demi kemajuan dan citra positif bagi lembaga/perusahaan.

tanda respon dan hormat dari publik sekelilingnya atau masyarakat luas.

- b) Kepercayaan. Kepercayaan berkaitan erat atau hampir sama dengan citra. Citra lebih bersifat abstraksi mengenai suatu pandangan, persepsi, opini, penilaian secara umum yang lebih mengandung pengertian positif. Kepercayaan lebih bersifat konkrit, lebih mengarah kepada pendapat atau penilaian positif. Jika kepercayaan individu-individu terhimpun dalam jumlah publik atau masyarakat yang lebih luas maka akan tercipta suatu citra.
- c) Realitas. Tujuan humas/PR adalah suatu realitas, jelas berwujud, dapat diukur, dan hasil dari program tersebut dapat dipertanggungjawabkan dengan perencanaan yang matang dan sistematis. Hasil atau keuntungannya dapat dirasakan semua pihak. Pada akhirnya keberhasilan tersebut bisa diraih, baik berupa nilai materil maupun moril bagi lembaga, perusahaan, instansi, organisasi, karyawan dan khalayak publiknya.
- d) Kerjasama yang saling menguntungkan. Semua hasil kerjasama, saling mempercayai, saling menghargai dari berbagai pihak, baik dari lembaga, instansi, perusahaan, maupun masyarakat atau khalayak luas akan merasakan manfaat bila tujuan pokok bisa tercapai dengan sukses.

16. Identitas korporasi
17. Perencanaan publikasi
18. Desain
19. Jamuan makan dan resepsi
20. Pengiriman pos langsung
21. Stand pajang
22. Penyelenggaraan kegiatan
23. Pameran
24. Kunjungan fasilitas
25. Film
26. Penulis lepas
27. Teknologi informasi
28. Internet
29. Majalah
30. Pengumuman ke media-media, fitur-fitur, presentasi dan panggilan telepon
31. Cenderamata dan hadiah
32. Presentasi multimedia
33. Laporan berkala
34. Papan pengumuman
35. Hari kunjungan
36. Overhead dan slide 33-mm
37. Fotografi

2) Public internal merupakan bagian dari identitas organisasi. Misalnya pihak management, pegawai dan sebagainya. Public intern terdiri atas orang-orang yang bergiat di dalam organisasi (perusahaan, instansi, lembaga, badan) dan secara fungsional mempunyai tugas dan pekerjaan serta hak dan kewajiban tertentu. Dimana tujuan dari hubungan dengan public intern ialah untuk meningkatkan kegairahan bekerja para staff/karyawan lembaga dan instansi yang bersangkutan. Dalam hal ini yang menjadi khalayak adalah karyawan/staff.

❖ Hubungan dengan karyawan/staff (*employee relations*)

Dalam *employee relations* ini, fungsi humas/PR berfokus pada kegiatan menciptakan dan mewujudkan hubungan yang harmonis antara pimpinan dengan karyawan/staff. Ini dilakukan dengan upaya untuk mencegah terjadinya hubungan yang retak dan ini dilaksanakan dengan komunikasi. Dalam karyanya yang berjudul “*Employee Relations*” Archibald Williams menyatakan “hubungan dengan karyawan merupakan suatu kekuatan yang hidup dan dinamis, yang dibangun dan diruntuhkan dalam hubungan dengan perseorangan sehari-hari, terbina di belakang bangku kerja, mesin dan meja tulis.”

pada audiences. Walaupun komunikasi personal seringkali lebih efektif daripada komunikasi massa, media massa tetaplah merupakan sarana utama yang dapat menggerakkan komunikasi personal.

Selain membina hubungan baik dengan public, seorang humas/PR juga harus membina/menjalin hubungan baik dengan media dan pers. Membina hubungan media dan pers (media and press relations) merupakan bagian dari fungsi humas/PR khususnya sebagai alat pendukung, atau media kerjasama untuk kepentingan proses publikasi tentang berbagai kegiatan program kerja atau demi kelancaran aktivitas komunikasi kehumasan dengan pihak public sebagai sasarannya, karena peranan hubungan media dan pers dalam kehumasan tersebut seperti sebuah saluran (*channel*) dalam penyampaian pesan, upaya meningkatkan pengenalan (*awareness*) dan informasi dari pihak publikasi. Kehumasan merupakan prioritas utama dikarenakan salah satu fungsi-fungsi pers adalah memiliki kekuatan sebagai pembentukan opini (*power of opinion*) yang sangat efektif. Yang jelas, humas/PR yang kreatif dapat mempengaruhi *awareness* public.

Definisi hubungan pers (*press relations*) menurut frank jefkins yaitu “ peranan hubungan pers adalah untuk penyiaran semaksimal mungkin, sedangkan informasi kehumasan untuk menciptakan pengenalan dan pengertian.” Fungsi kehumasan

Peneliti memilih ibu dessy Latuharhary sebagai informan sebab beliau merupakan salah satu staff bagian kehumasan, sehingga peneliti merasa perlu untuk menjadikannya sebagai informan.

3. Nama : Adi Salampessy SH
Usia : 36 tahun
Pendidikan : S1 Hukum
Jenis Kelamin : Laki-laki
Status Informan : Staff Kehumasan

Peneliti memilih pak Adi Salampessy sebagai informan sebab beliau merupakan salah satu staff bagian kehumasan yang mana juga mengetahui jalannya kegiatan yang dilakukan oleh pihak humas, sehingga peneliti merasa perlu untuk menjadikannya informan.

4. Nama : Yanti Assegaf S.Sos
Usia : 30 tahun
Pendidikan : S1 Sosial
Jenis Kelamin : Perempuan
Status Informan : Staff Kehumasan

Peneliti memilih ibu Yanti sebagai informan sebab beliau merupakan salah satu staff bagian kehumasan pada Dinas Pariwisata kota Ambon, sehingga peneliti merasa perlu untuk menjadikannya informan.

wilayahnya dengan cara memanfaatkan sumber daya alam yang ada di wilayah kota Ambon khususnya pada bidang pariwisata.

Pariwisata dapat dikatakan sebagai industri yang semakin berkembang pesat. Hampir semua negara di dunia mencoba mengembangkan industri pariwisata. Industri pariwisata dipandang memiliki prospek cerah dan cukup menjanjikan serta banyak mendatangkan keuntungan. Negara yang telah mengelola sektor-sektor kepariwisataannya secara intensif khususnya negara-negara yang potensinya begitu menonjol, bahkan ditangani secara profesional dapat menjadi industri yang mampu menyumbang pendapatan devisa negara yang cukup besar, salah satunya Indonesia, khususnya kota Ambon. Pemerintah kota Ambon berusaha untuk mengembangkan dan memajukan sektor pariwisata ini. Hal ini didukung oleh kondisi alam dan masyarakatnya yang pluralistis di dalamnya terkandung beraneka ragam suku, adat-istiadat, dan kebudayaan (kepercayaan, seni, moral) yang berbeda-beda serta mempunyai potensi keindahan alam yang terdapat hampir di setiap daerah yang ada di kota Ambon. Hal ini yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan baik domestik maupun mancanegara untuk berkunjung ke kota Ambon.

Sebagai lembaga pemerintah, maka Dinas Pariwisata kota Ambon memiliki banyak tugas yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata kota Ambon, diantaranya adalah bagaimana upaya humas Dinas Pariwisata kota Ambon dalam menarik minat wisatawan pasca konflik yang terjadi di Ambon. Sehingga dalam hal ini humas dituntut agar lebih cakap dalam

- 2) Melestarikan pengembangan, mengelola asset seni budaya daerah, nilai tradisi, situs sejarah dan purbakala, pemberian penghargaan seniman serta memelihara kepribadian bangsa yang tercermin di dalamnya
 - 3) Mengenalkan potensi daerah/obyek dan daya tarik wisata Ambon keluar daerah baik dalam negeri maupun luar negeri
 - 4) Meningkatkan daya tarik obyek wisata atau pengembangan pariwisata yang mampu menggerakkan sektor-sektor lain termasuk kelestarian sumber daya alam dan ekonomi rakyat disekitarnya.
3. Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata kota Ambon

Tugas Dinas Pariwisata kota Ambon adalah membantu walikota melaksanakan urusan pemerintahan daerah di bidang pariwisata, kebudayaan, pemuda dan olahraga dalam rangka pelaksanaan tugas desentralisasi, tugas pembantuan dan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh walikota.

Untuk melaksanakan tugas Dinas Pariwisata kota Ambon mempunyai fungsi sebagai berikut :

- 1) Perumusan kebijakan dan pelaksanaan teknis di bidang pariwisata, kebudayaan, pemuda dan olahraga
- 2) Menyelenggarakan urusan pemerintahan dan pelaksanaan pelayanan umum di bidang pariwisata, kebudayaan, pemuda dan olahraga berdasarkan peraturan perundang-undangan
- 3) Pembinaan teknis di bidang pariwisata, kebudayaan, pemuda dan olahraga

konflik, yakni konflik antar agama. Hal ini secara tidak langsung telah menghambat usaha atau upaya-upaya humas Dinas Pariwisata dalam memperbaiki image dan mempromosikan objek-objek wisata yang ada di kota Ambon itu sendiri. Apa yang telah direncanakan dan yang telah dilakukan oleh humas Dinas Pariwisata akhirnya berujung sia-sia dengan terjadinya konflik. Seperti yang terjadi pada beberapa bulan yang lalu, dimana terjadinya konflik pada tanggal 11 September 2011 dan 15 Mei 2012 lalu. Sebelum terjadinya konflik tersebut, di setiap objek-objek wisata yang ada di kota Ambon tercatat dipadati oleh pengunjung/wisatawan. Dengan terjadinya konflik tersebut, tercatat tingkat kunjungan di setiap objek-objek wisata menjadi menurun.

Selain karena sering terjadinya konflik (kerusuhan), ada faktor lain yang mempengaruhi atau menghambat juga yaitu isu tentang adanya tsunami. Seperti yang diketahui bahwa di provinsi Maluku kota Ambon ini dikenal dengan wilayah bahari, sebagian besar objek wisata yang ada di kota Ambon ini adalah objek wisata yang mencondongkan keistimewaan laut. Sehingga isu akan terjadinya tsunami dengan mudah dan cepat ditanggapi oleh masyarakat luas dan membuat sebagian masyarakat takut untuk berkunjung/berlibur ke objek-objek wisata pantai yang ada.

2. Strategi Humas Dinas Pariwisata kota Ambon Dalam meningkatkan pengunjung

Dalam mengatasi penurunan wisatawan yang datang ke kota Ambon, humas dinas pariwisata kota Ambon melakukan upaya-upaya yakni dengan melakukan komunikasi atau menginformasikan adanya program baru di tempat wisata yang ada di kota Ambon kepada masyarakat luas. Dalam melakukan komunikasi Dinas Pariwisata selalu memperhatikan media apa yang akan digunakan dalam penyampaian pesan. Dalam pelaksanaan strategi publikasi dan promosi, Dinas pariwisata kota Ambon memilih komunikasi secara sederhana yang sesuai dengan kemampuan yang ada dengan menggunakan bentuk komunikasi secara tertulis dalam setiap penyampaian pesan kepada sasaran. Bentuk komunikasi sederhana yang dipilih oleh Dinas Pariwisata kota Ambon dalam proses komunikasi dengan pihak *ekstern* berupa brosur, spanduk, pamphlet atau baliho. Media ini diyakini bisa efektif dalam penyampaian adanya program atau hal baru yang ada di berbagai objek wisata di kota Ambon.

Perencanaan strategis bagi suatu instansi memiliki arti sangat penting bagi proses pembangunan jangka pendek, menengah maupun jangka panjang untuk mewujudkan visi, misi, tujuan, sasaran, kebijakan, dan program yang akan dilaksanakan. Berpijak pada pemikiran tersebut maka dinas pariwisata kota ambon perlu menyusun perencanaan strategis agar dalam penyelenggaraan tugas pokok dan fungsinya dapat berhasil

mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan menentukan target komunikasi secara umum yaitu masyarakat luas. Dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, maka upaya publikasi dan promosi mudah diterima oleh setiap masyarakat. Menjalin hubungan yang harmonis dengan media massa dan memperbanyak *event-event* di berbagai obyek wisata dan meningkatkan mutu pelayanan. *Event* yang ditawarkan oleh berbagai obyek wisatapun beragam sehingga pengunjung dapat memilih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Memperbanyak *event-event* ini merupakan salah satu rencana upaya Humas Dinas Pariwisata kota ambon dalam menarik minat wisatawan sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung/wisatawan di setiap objek-objek wisata yang ada di kota Ambon.

Dari strategi yang ada, Humas Dinas Pariwisata kota Ambon melakukan upaya untuk meningkatkan minat wisatawan. Upaya yang dilakukan antara lain:

a. Mengkomunikasikan Program atau Hal Baru di Berbagai Objek Wisata

Publikasi dan promosi mempunyai peranan penting dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung. Dengan melakukan komunikasi yang bersifat dua arah antara lembaga yang diwakilinya dengan publik secara efektif membuat hubungan semakin dekat, dari kedekatan-kedekatan inilah timbul kepercayaan antara kedua belah pihak. Dari sifat kepercayaan akan terjalin komunikasi yang efektif

dan terhindar dari kesalahpahaman. Ini merupakan kesempatan baik bagi Humas Dinas Pariwisata kota Ambon untuk melakukan komunikasi atau menginformasikan program-program, hal-hal baru yang ada di berbagai obyek wisata yang ada.

b. Menjalani Komunikasi Dengan *Public Internal* dan *Eksternal*

Menjalani hubungan yang baik dengan publiknya merupakan tujuan dari setiap lembaga atau organisasi, baik *publik intern* maupun *ekstern*. Membina hubungan dengan publik merupakan salah satu strategi humas untuk mencapai hubungan yang baik dan saling pengertian dengan publiknya. Dalam melakukan suatu hubungan, komunikasi sangatlah penting. Komunikasi merupakan suatu unsur yang terdapat di organisasi atau lembaga dalam menjalani hubungan dengan publiknya. Kegiatan utama humas/*public relations*, yaitu berkomunikasi dalam membentuk relasi. Komunikasi yang digunakan adalah komunikasi dua arah (*two-way communication*). Yang mana pesan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dan sebaliknya komunikan akan merespon kembali pesan tersebut kepada komunikator. Dalam komunikasi dua arah terdapat umpan balik atau *feed back* yang diterima oleh komunikator dalam hal ini adalah humas dari komunikannya itu publik.

Selain *publik internal*, menjalin hubungan dengan publik *eksternal* juga perlu dilakukan. Suatu organisasi atau lembaga perlu

mengetahui apa yang diinginkan oleh publik, guna mengetahui apa opini yang sedang berkembang di masyarakat. Untuk komunikasi dengan publik *eksternalnya*, tidak hanya humas yang menginformasikan informasi pada publiknya, namun juga publik menyampaikan informasi pada lembaga atau organisasi.

Upaya humas Dinas Pariwisata pada publik *eksternal* yaitu dalam hal menyampaikan informasi kepada publik *eksternal*. Perhatian dalam mendengarkan opini publiknya dan kepekaan dalam menginterpretasikan isyarat-isyarat yang diterima oleh seorang humas. Karena dengan begitu, humas dapat menentukan dan mengambil tindakan selanjutnya.

c. Memperbanyak *event-event*

Dinas Pariwisata kota Ambon seringkali melakukan event-event, misalnya pameran tentang objek-objek wisata yang ada di kota Ambon, dengan demikian masyarakat dapat mengetahui semua informasi tentang objek-objek wisata yang ada dan merasa tertarik untuk berkunjung dan berlibur ke objek wisata tersebut. Sekain itu juga sering diadakan kegiatan atau acara di tempat/objek wisata sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung. Semua ini tidak akan dapat diketahui oleh masyarakat tanpa adanya media yang mempublikasikannya kepada masyarakat. Media publikasi yang dipakai oleh humas dinas pariwisata kota Ambon dalam mempublikasikan *event-event* yakni :

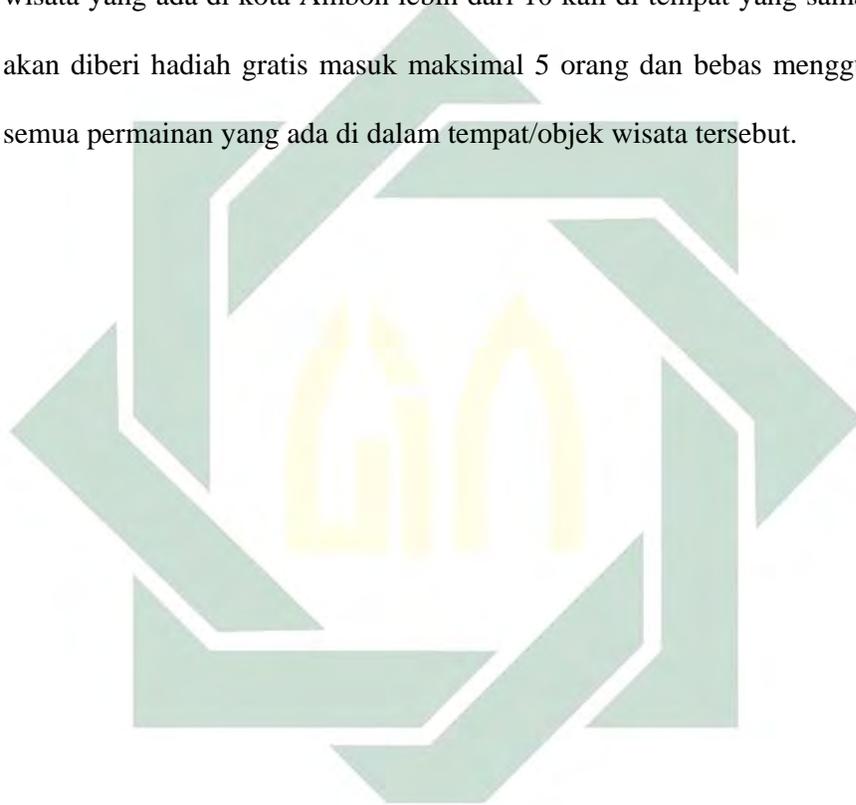
1. Stiker yang ditempelkan di mobil-mobil
 2. Baliho, yaitu iklan besar yang dipasang diatas jalan
 3. Media massa dengan cara membuat iklan di koran
 4. Media elektronik dengan cara mempromosikan pariwisata Ambon melalui radio dan televisi (TV)
 5. *Sales trip*, dilakukan dengan cara promosi ke sekolah-sekolah atau instansi-instansi
 6. *Billboard*
 7. Brosur
 8. Pamflet
- d. Menjalin Komunikasi Dengan Media Massa dan Pers

Membina hubungan baik dengan media massa merupakan bagian dari fungsi humas, khususnya sebagai alat pendukung atau media kerjasama untuk kepentingan proses publikasi tentang berbagai kegiatan program kerja atau demi kelancaran aktifitas komunikasi kehumasan dengan pihak publik sebagai sasarannya, karena peranan hubungan media dan pers di dalam kehumasan tersebut sebagai media salauran (*channel*) dalam penyampaian pesan, upaya meningkatkan pengenalan dan informasi dari pihak publikasi. Disamping itu, kemampuan dalam penciptaan publikasi yang cukup tinggi melalui kerjasama dengan pihak pers maka dampak pemberitaannya, baik yang bersifat *stimultaneutis effect*

masyarakat luas. Dalam penginformasian tersebut, di dalamnya akan ada unsur-unsur yang sifatnya merayu, mengajak/membujuk masyarakat untuk datang ke objek-objek wisata yang ada. Sama halnya pula dengan mengkomunikasikan program atau hal baru di berbagai objek wisata, menjalin komunikasi dengan publik *internal* dan *eksternal* dan juga menjalin komunikasi dengan media massa dan pers. Dimana dalam melakukan komunikasi atau mengkomunikasikan sesuatu hal, ada unsur ajakan atau membujuk pihak yang diajak berkomunikasi (komunikasikan). Sama halnya pula dengan faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan minat wisatawan. Dimana dalam faktor pendukung dan penghambat ini terdapat yang namanya komunikasi atau dengan kata lain pihak humas melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait yang tujuannya adalah untuk mempengaruhi/membujuk. Hal ini sesuai dengan teori persuasi yang mana sifatnya adalah untuk mengajak, merayu/membujuk sasaran. Hal serupa juga sama dengan dua temuan lainnya yakni memperbanyak *event-event* dan mengadakan program kupon gratis pada objek-objek wisata yang ada. Pada dua temuan ini pihak humas mengajak masyarakat untuk datang ke tempat/objek-objek wisata yang ada, dengan kata lain pihak humas merayu dengan diadakan *event-event* dan program kupon gratis tersebut. Di dalam melakukan komunikasi, selalu ada unsur membujuk/merayu.

Dan dalam melakukan tugasnya, humas Dinas Pariwisata kota Ambon telah menggunakan salah satu teknik dalam teori persuasi yaitu *pay of idea* pada salah satu temuannya, yakni mengadakan program kupon gratis. Dimana

pay of idea adalah usaha persuasi terhadap seseorang atau orang banyak dengan memberikan hadiah. Dalam hal ini, humas Dinas Pariwisata kota Ambon membuat program di setiap objek-objek wisata yang ada, apabila ada wisatawan per orang ataupun kelompok yang berkunjung ke salah satu objek wisata yang ada di kota Ambon lebih dari 10 kali di tempat yang sama maka akan diberi hadiah gratis masuk maksimal 5 orang dan bebas menggunakan semua permainan yang ada di dalam tempat/objek wisata tersebut.



maka upaya publikasi dan promosi mudah diterima oleh setiap masyarakat. Menjalin hubungan yang harmonis dengan media massa dan memperbanyak *event-event* di berbagai obyek wisata dan meningkatkan mutu pelayanan. *Event* yang ditawarkan oleh berbagai obyek wisatapun beragam sehingga pengunjung dapat memilih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Memperbanyak *event-event* ini merupakan salah satu rencana upaya Humas Dinas Pariwisata kota ambon dalam menarik minat wisatawan sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung/wisatawan di setiap objek-objek wisata yang ada di kota Ambon.

Dari strategi yang ada, Humas Dinas Pariwisata kota Ambon melakukan upaya untuk meningkatkan minat wisatawan. Upaya yang dilakukan antara lain:

a. Mengkomunikasikan Program atau Hal Baru di Berbagai Objek Wisata

Publikasi dan promosi mempunyai peranan penting dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung. Dengan melakukan komunikasi yang bersifat dua arah antara lembaga yang diwakilinya dengan publik secara efektif membuat hubungan semakin dekat, dari kedekatan-kedekatan inilah timbul kepercayaan antara kedua belah pihak.

dipakai oleh humas dinas pariwisata kota Ambon dalam mempromosikan *event-event* yakni :

1. Stiker yang ditempelkan di mobil-mobil
 2. Baliho, yaitu iklan besar yang dipasang diatas jalan
 3. Media massa dengan cara membuat iklan di koran
 4. Media elektronik dengan cara mempromosikan pariwisata Ambon melalui radio dan televisi (TV)
 5. *Sales trip*, dilakukan dengan cara promosi ke sekolah-sekolah atau instansi-instansi
 6. *Billboard*
 7. Brosur
 8. Pamfleth
- d. Menjalin Komunikasi Dengan Media Massa dan Pers

Membina hubungan baik dengan media massa merupakan bagian dari fungsi humas, khususnya sebagai alat pendukung atau media kerjasama untuk kepentingan proses publikasi tentang berbagai kegiatan program kerja atau demi kelancaran aktifitas komunikasi kehumasan dengan pihak publik sebagai sasarannya, karena peranan hubungan media dan pers di dalam kehumasan tersebut sebagai media salauran (*channel*) dalam penyampaian pesan, upaya meningkatkan pengenalan dan informasi dari pihak publikasi.

