

**STRATEGI DINAS KEBUDAYAAN PEMUDA DAN
OLAHRAGA SERTA PARIWISATA DALAM
MENINGKATKAN PROMOSI OBJEK
WISATA PADA MASA PANDEMI
COVID 19 DI KABUPATEN
DELI SERDANG**

SKRIPSI

OLEH

**TASLIM ANWAR ZEGA
188520048**



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
TA. 2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 6/7/23

Access From (repository.uma.ac.id)6/7/23

**STRATEGI DINAS KEBUDAYAAN PEMUDA DAN
OLAHRAGA SERTA PARIWISATA DALAM
MENINGKATKAN PROMOSI OBJEK
WISATA PADA MASA PANDEMI
COVID 19 DI KABUPATEN
DELI SERDANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas Medan Area

OLEH

TASLIM ANWAR ZEGA

188520048

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
TA. 2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 6/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)6/7/23

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta pariwisata Dalam Meningkatkan Promosi Objek Wisata Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Deli Serdang.

Nama Mahasiswa : Taslim anwar zega

Npm : 188520048

Program Studi : Administrasi Publik

Disetujui Oleh :

Pebimbing I

Pebimbing II



Beby Masitho Batubara, S.Sos, M.AP

Rehia K.I. Barus, S.Sos.M.SP

Mengetahui :

Dekan

Ka. Prodi Administrasi Publik



Dr. Effiatr Juliana Hasibuan, M.Si



Khairunnisa Lubis, S.Sos, M.I. Pol

Tanggal lulus : 09 Mei 2023

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Taslim anwar zega
Npm : 188520048
Tempat Tanggal Lahir : Moawo, 17 Juli 1998
Alamat : Jl. Yossudarso KM.9, Kecamatan Gunungsitoli Utara

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “Strategi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Dalam Meningkatkan Promosi Objek Wisata Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Deli Serdang” adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar Sarjana Administrasi Publik yang nanti saya dapatkan.

Medan, Februari 2023



TASLIM ANWAR ZEGA

188520048

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : TASLIM ANWAR ZEGA

NPM : 188520048

Program Studi : Administrasi Publik

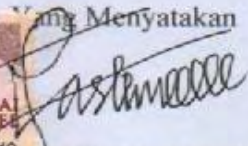
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul “Strategi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Dalam Meningkatkan Promosi Objek Wisata Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Deli Serdang”. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai pemilik/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : Februari 2023

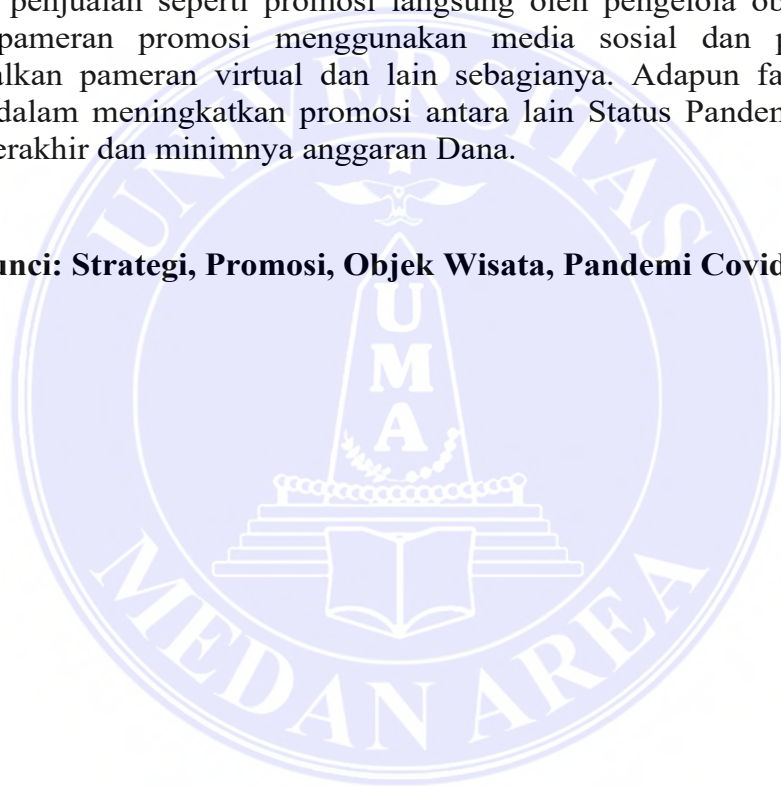
Yang Menyatakan

(TASLIM ANWAR ZEGA)



ABSTRAK

Selama masa pandemi *Corona Virus Deaseese 2019* (COVID 19) mengakibatkan penurunan kunjungan wisatawan ke objek-objek wisata. Untuk itu, Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata kabupaten Deli serdang perlu melakukan strategi untuk meningkatkan promosi objek wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami bentuk strategi dan faktor penghambat Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dalam meningkatkan promosi objek wisata selama masa pandemi covid 19 di Kabupaten Deli Serdang. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan Dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan yaitu teori menurut Peter dan Olson antara lain iklan, promosi penjualan, penjualan personal dan publisitas. Staregi Promosi penjualan seperti promosi langsung oleh pengelola objek wisata, iklan seperti pameran promosi menggunakan media sosial dan publisitas seperti mengenalkan pameran virtual dan lain sebagainya. Adapun faktor penghambat strategi dalam meningkatkan promosi antara lain Status Pandemi covid 19 yang belum berakhir dan minimnya anggaran Dana.

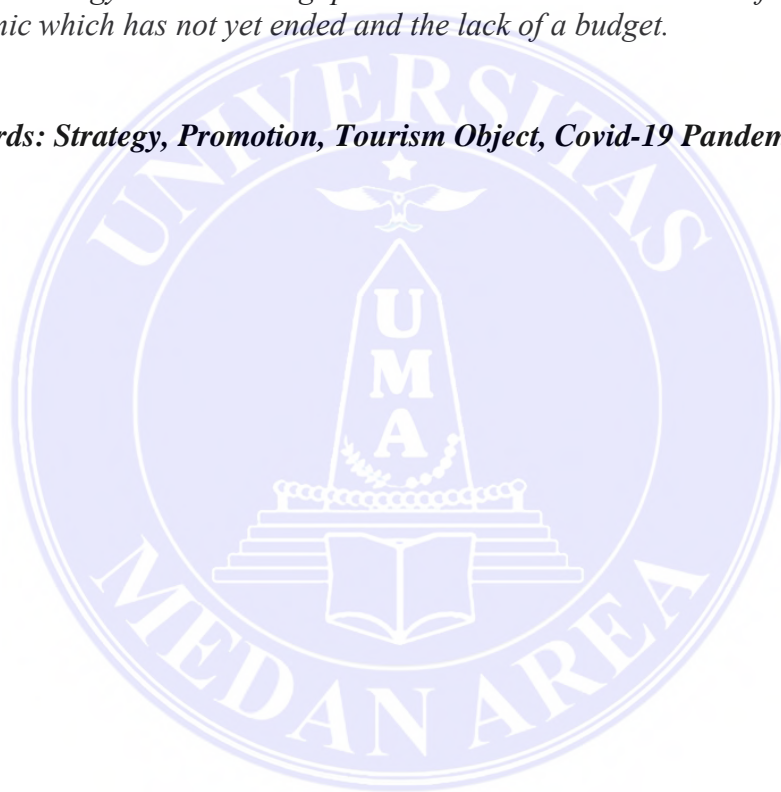
Kata Kunci: Strategi, Promosi, Objek Wisata, Pandemi Covid-19.



ABSTRACT

During the Corona Virus Disease 2019 (COVID 19) pandemic, it resulted in a decrease in tourist visits to tourist objects. For this reason, the Department of Culture, Youth and Sports and Tourism of the Deli Serdang district needs to carry out a strategy to increase the promotion of tourist attractions. Covid 19 pandemic in Deli Serdang Regency. The research method used is descriptive qualitative. Data collection techniques using interviews, observation, and documentation. The results showed that the strategy used was the theory according to Peter and Olson, including advertising, sales promotion, personal selling and publicity. Sales promotion strategies such as direct promotion by tourist attraction managers, advertisements such as promotional exhibitions using social media and publicity such as introducing virtual exhibitions and so on. The inhibiting factors for the strategy in increasing promotion include the status of the Covid 19 pandemic which has not yet ended and the lack of a budget.

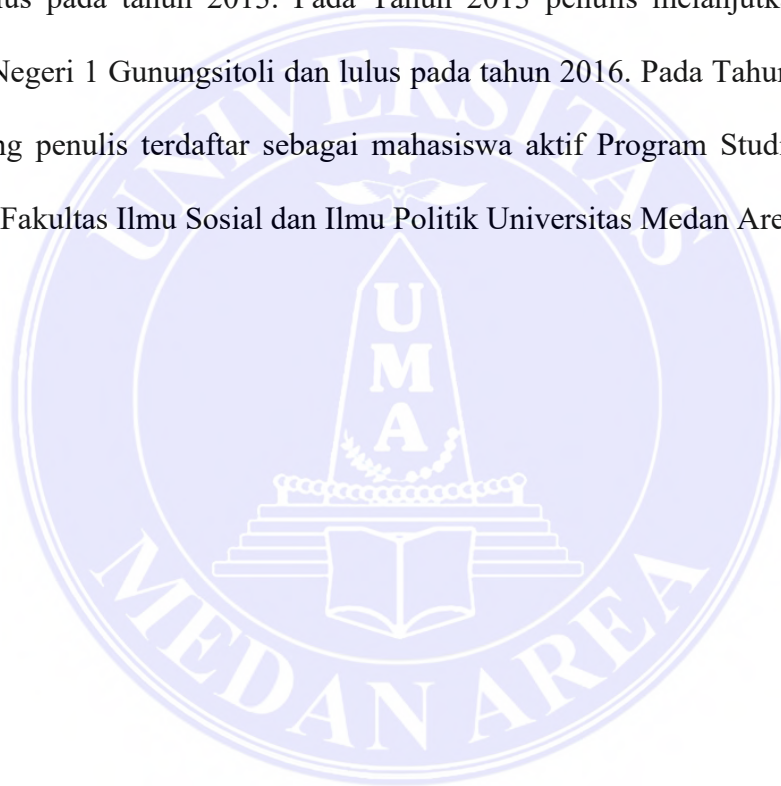
Keywords: Strategy, Promotion, Tourism Object, Covid-19 Pandemic



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Taslim Anwar Zega, Anak dari Bapak Darwin Zega dan Ibu Fatimanur Zendrato, Lahir di Moawo 17 Juli 1998. Penulis merupakan anak ke 2 (Dua) dari 3 (Tiga) bersaudara.

Penulis pernah bersekolah di SD Negeri 070980 Moawo dan lulus pada tahun 2010 kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 3 Gunungsitoli dan lulus pada tahun 2013. Pada Tahun 2013 penulis melanjutkan sekolah di SMA Negeri 1 Gunungsitoli dan lulus pada tahun 2016. Pada Tahun 2018 sampai sekarang penulis terdaftar sebagai mahasiswa aktif Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat rahmat, dan hidayahnya. Karena atas izin dan kehendaknya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Strategi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Dalam Meningkatkan Promosi Objek Wisata Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Deli Serdang”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat dari kelulusan untuk mendapatkan gelar S1 dalam jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, semangat, serta nasihat dari segala pihak selama penyusunan skripsi berlangsung. Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Ibu Khairunnisah Lubis, S.Sos, M.I.Pol selaku Ketua Prodi Administrasi Publik Universitas Medan Area.
4. Ibu Beby Masitho Batubara, S.Sos.M.AP selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, semangat, dan meluangkan waktunya dalam penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Rehia K.I. Barus, S.Sos.M.SP selaku dosen pembimbing II yang sudah memberikan bimbingan, saran dan kritik yang baik mengenai penulisan dalam skripsi ini.
6. Ibu Riri Rezeki Hariani, S.Sos,M.AP selaku dosen sekretaris Seminar dalam uji skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen serta Staff Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
8. Seluruh teman penulis Aldi, Aulia, Sony,Rizka& Angga yang telah memberikan semangat, dukungan dan doa.
9. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan, semangat, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini dan selalu mendoakan agar penulis dapat meraih cita-cita dan gelar S1 dengan lancar dan tepat waktu.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan, segala kritik, saran dan masukan sangat dibutuhkan agar dapat membangun dan menyempurnakan penulisan skripsi ini, maka dari itu dengan segala kerendahan hati penulis memohon maaf sebesar-besarnya dan kepada Allah SWT penulis memohon ampun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Penulis,

Taslim Anwar Zega

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Strategi	10
2.1.1 Pengertian Strategi	10
2.1.2 Konsep Strategi	12
2.1.3 Tahapan-Tahapan Strategi	13
2.2. Promosi.....	14
2.2.1 Pengertian Promosi	14
2.2.2 Bauran Promosi.....	15
2.2.3 Bentuk Kegiatan Promosi	17
2.3. Pengertian Pemerintah Daerah	19
2.4. Teori Analisis SWOT	21
2.5. Pariwisata	24
2.5.1 Pengertian Pariwisata.....	24
2.5.2 Sistem Pariwisata	25
2.5.3 Model Sistem kepariwisataan	26
2.5.4 Kebijakan Pariwisata	28
2.6. Kerangka Pemikir.....	29

2.7. Penelitian Terdahulu	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	34
3.2. Karakteristik Informan Penelitian	35
3.3. Teknik pengumpulan data	36
3.4. Metode Penelitian.....	38
3.5. Data dan Sumber data	39
3.6. Teknik Analisis data.....	39
3.7. Uji keabsahan data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Hasil Penelitian	43
4.1.1 Profil Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang.....	43
4.1.2 Visi dan Misi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Deli Serdang.....	44
4.1.3 Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang	46
4.1.4 Bentuk Promosi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang.....	47
4.1.5 Data Kunjungan Wisatawan Selama pandemi Covid19 di Kabupaten Deli Serdang	52
4.1.6 Deskripsi Informan Penelitian	52
4.2. Pembahasan.....	54
4.2.1 Strategi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang Dalam Meningkatkan Promosi Objek Wisata Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Deli Serdang	55
4.2.2 Faktor Penghambat Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang Dalam Meningkatkan Promosi Objek Wisata Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Deli Serdang	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1. Simpulan.....	76
5.2. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79

LAMPIRAN81



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Persamaan dan perbedaan dengan Penelitian terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	34
Tabel 3.2 Karakteristik Narasumber Penelitian	35
Tabel 4.1 Data kunjungan Wisatawan.....	52
Tabel 4.2 Deskripsi Informan Penelitian.....	53

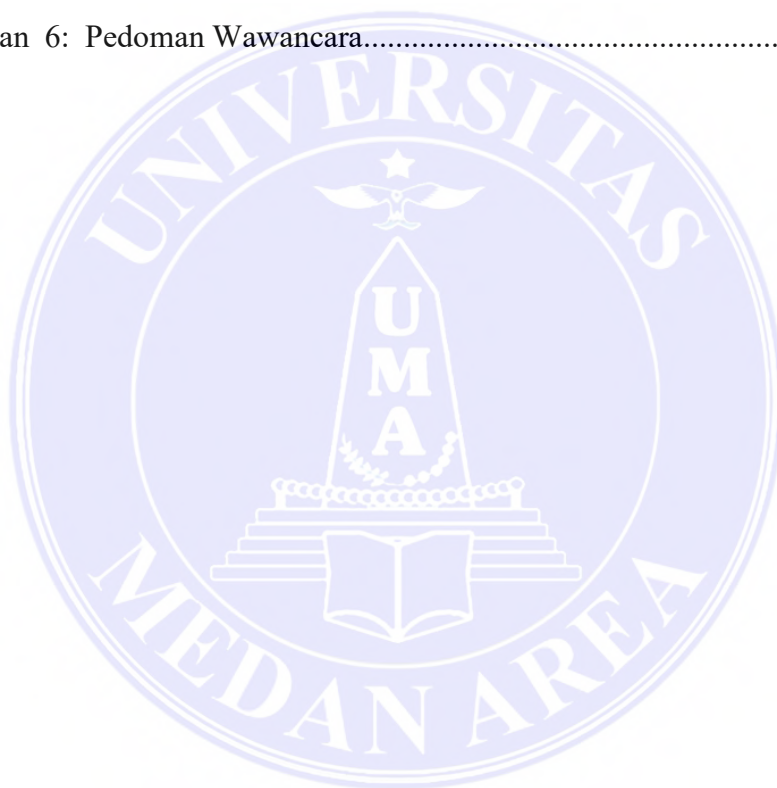


DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Deli Sedang	46
Gambar 4.2 Website Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Deli Serdang.....	47
Gambar 4.3 Facebook Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Deli Serdang	48
Gambar 4.4 Instagram Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Deli Serdang.....	48
Gambar 4.5 Youtube Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Deli Serdang.....	49
Gambar 4.6 Aplikasi Deli Serdang Tourism	50
Gambar 4.7 Aplikasi Si Dewi Desa	50
Gambar 4.8 Channel youtube Pariwisata Deli serdang.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kantor Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serda.....	81
Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian	82
Lampiran 3 : Surat Pengambilan Data Riset	86
Lampiran 4 : Surat Rekomendasi Riset.....	87
Lampiran 5: Surat Telah Selesai Melakukan Riset	88
Lampiran 6: Pedoman Wawancara.....	89



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada masa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), banyak sekali perubahan yang terjadi dalam ruang lingkup kehidupan manusia. Perubahan tersebut tidak hanya berdampak pada individu manusia melainkan juga dari segi sosial, politik, ekonomi dan lain sebagainya. Adanya *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), mengharuskan Pemerintah membuat aturan baru, seperti bekerja dari rumah (*work from house*), penutupan tempat-tempat wisata, sekolah daring dan lain sebagainya. Ketika Indonesia memasuki masa adaptasi baru yakni sebuah tindakan pemerintah yang menerapkan tatanan hidup baru dan pelanggaran *lockdown* sewaktu masa *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), banyak aturan yang mulai dilonggarkan. Pelonggaran aturan-aturan tersebut meliputi sekolah tatap muka meskipun belum efektif dan *fulltime*, dibukanya tempat-tempat wisata, jam kerja dari rumah (*work from house*) yang mulai dikurangi dan lain sebagainya.

Penerapan adaptasi baru *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19) diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.01/2020. Peraturan tersebut menimbang bahwa: 1) dalam menghadapi adaptasi kebiasaan baru menuju masyarakat yang produktif dan aman terhadap *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), diperlukan penataan penyelenggaraan berbagai kegiatan dengan memprioritaskan kesehatan masyarakat. 2) Tempat dan fasilitas umum merupakan salah satu fokus masyarakat beraktivitas yang akan mendukung

keberlangsungan perekonomian namun juga berpotensi menjadi fokus penyebaran *Corona Virus Deasease 2019* (COVID 19), sehingga diperlukan protokol kesehatan dalam pelaksanaan kegiatan ditempat dan fasilitas umum. 3) Berdasarkan pertimbangan tersebut maka Menteri Kesehatan Republik Indonesia menetapkan keputusan tentang keputusan protokol kesehatan bagi masyarakat ditempat dan fasilitas umum dalam rangka pencegahan dan pengendalian *Corona Virus Deasease 2019* (COVID 19).

Pariwisata dikembangkan di suatu daerah dengan berbagai alasan utama adalah untuk menghasilkan manfaat ekonomi dan masuknya devisa bagi daerah dan negara, peningkatan dan pendapatan masyarakat dan pemerintah. Pariwisata juga mendorong proses perlindungan terhadap suatu lingkungan fisik maupun sosial budaya dari masyarakat setempat, karena hal tersebut merupakan aset yang dapat dijual kepada wisatawan dan jika ingin berlanjut maka harus di pertahankan.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 menjelaskan bahwa otonomi daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Maka sesuai dengan otonomi daerah maka pemerintah daerah memiliki tugas untuk melindungi, melayani, memberdayakan, dan menyejahterakan rakyat.

Pemerintah menyadari bahwa sektor pariwisata bukanlah merupakan sektor penyumbang terbesar dalam pendapatan daerah, tetapi berpotensi dalam meningkatkan PAD. Namun, walaupun bukan sektor penyumbang terbesar retribusi dari sektor pariwisata dapat dikembangkan lebih baik sehingga berdampak pada masyarakat disekitar tempat pariwisata. Salah satunya

tersedianya lapangan kerja dan memperkenalkan kebudayaan kepada wisatawan. Pendapatan yang bersumber dari pariwisata, yaitu: Restribusi tempat parker dan restribusi tempat rekreasi/objek wisata.

Era globalisasi sekarang ini, bidang pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang mempunyai peran yang sangat strategis dalam menunjang pembangunan perekonomian Kabupaten Deli Serdang. Sektor ini dicanangkan selain sebagai salah satu sumber penghasil devisa yang cukup andal, juga merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong perkembangan investasi. Untuk mengembangkan sektor ini pemerintahan kabupaten deli serdang berusaha keras membuat rencana dan berbagi kebijakan yang mendukung kearah kemajuan sektor ini.

Pariwisata dinilai memiliki potensi besar karena kekhasan budaya dan objek wisata yang menarik perhatian banyak wisatawan lokal maupun luar. Faktor pariwisata menjadi sumber perekonomian yang besar bagi pemerintah maupun masyarakatnya. Maka dari itu, pengelolaan sektor pariwisata terus dikembangkan oleh pemerintah melalui berbagai kebijakan yang telah ditetapkan. Maka dari itu, ketika pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), perekonomian bangsa juga mengalami penurunan dan mengharuskan Dinas Pariwisata melakukan tindakan-tindakan untuk menstabilkan hal tersebut (Elistia, 2020).

Dimasa adaptasi baru pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), Dinas Pariwisata adalah salah satu instansi pemerintah yang menaungi dan mempromosikan objek-objek wisata didaerah-daerahnya. Tujuannnya adalah agar objek wisata tersebut dapat mengalami pengembangan, peningkatan kunjungan dan perekonomian daerah. Terutama dimasa adaptasi baru *Corona Virus Deasese*

2019 (COVID 19) yang mana banyak objek wisata yang tutup dan baru dibuka kembali. Adanya promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan objek wisata sangat membantu peningkatan kunjungan wisatawan. Untuk merealisasikan hal tersebut, Dinas Pariwisata perlu melakukan strategi-strategi yang baik agar implementasi peningkatkan objek wisata dapat berjalan efektif.

Strategi sendiri secara umum adalah sebuah aksi yang potensial yang sangat dibutuhkan dalam manajemen sesuatu hal demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi dapat juga dikatakan sebagai sebuah tindakan, aksi atau sebuah kegiatan yang dilakukan secara seseorang atau perusahaan dan organisasi demi mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini senada dengan pendapat yang dikemukakan oleh Akdon (2011: 13) yang menjelaskan bahwa strategi merupakan sebuah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi organisasi dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Kegiatan strategi dapat mempertinggi kemampuan individu, perusahaan atau organisasi berkembang dan mencegah munculnya masalah dikemudian hari. Tujuan dari dibentuknya sebuah strategi juga sebagai pernyataan dari misi yang dikembangkan dengan spesifisitas yang lebih besar terkait dengan bagaimana akan melaksanakan misi tersebut.

Strategi juga berperan penting dalam meningkatkan promosi sebuah objek wisata. Dimasa pandemi *Corona Virus Deasease 2019* (COVID 19), banyak objek wisata yang tutup dan tidak boleh beroperasi. Hal ini dilakukan untuk menghindari masyarakat berkerumunan dan terkena penularan virus corona. Maka dari itu, ketika memasuki masa adaptasi baru, tempat atau objek-objek wisata

mulai dibuka kembali demi meningkatkan kunjungan wisatawan. Strategi promosi adalah jalan terbaik untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Penggunaan strategi promosi dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.

Fenomena yang terjadi bagi sektor dan industri pariwisata selama masa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), inisangat menyorot perhatian. Pasalnya, selama masa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), semua tempat-tempat dan sektor pariwisata ditutup karena berpotensi menimbulkan keramaian dan beresiko besar menyebabkan penularan *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19). Penutupan tempat-tempat dan objek wisata selama masa *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), menyebabkan penurunan perekonomian yang sangat signifikan. Hal ini disebabkan sektor pariwisata merupakan sektor terbesar dalam pendapatan daerah dan perekonomian masyarakat.

Di kabupaten Deli Serdang banyak terdapat objek wisata seperti Danau Linting, Kampong Denai Lama, Le Hu Garden, Taman Wisata Merci, Taman Air Percut, wisata desa selemak, Pulau siba, Air terjun Dua Warna, Lembah Loknya, Pemandian Alam Sembahe, Pantai Salju, Hillpark Sibolangit dan lain – lain.

Banyaknya potensi alam yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dan Pemerintah Daerah membuat Deli Serdang memiliki banyak objek pariwisata yang dikelola dan dikembangkan. Maka dari itu, objek pariwisata di Deli Serdang juga menjadi salah satu mata pencaharian pokok masyarakat Deli Serdang yang tinggal disepertaran sektor dan objek wisata. Adanya penutupan tempat-tempat wisata menyebabkan terjadinya penurunan pendapatan dan perekonomian daerah.

Dampak yang sangat nyata dari pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19) terhadap sektor objek wisata adalah menurunnya kunjungan

wisatawan. Hal ini mengakibatkan dampak yang beruntun, mulai dari para pengusaha dan pengelola objek wisata yang mengalami kesulitan terhadap biaya operasional objek wisata karena tidak adanya pemasukan, pengurangan karyawan, pemotongan gaji intensif sampai kepada pemutusan hubungan kerja (PHK).

Maka dari itu, sudah menjadi kewajiban dari Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata untuk membantu mengatasi permasalahan dampak pandemi *Corona Virus Deaseese 2019* (COVID 19). Hal tersebut sesuai dengan pasal 5 Peraturan Bupati Deli Serdang Nomor 23 Tahun 2020 tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas dan fungsi serta tata kerja Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang yang menjelaskan bahwa: “Kepala Dinas, Sekretaris Dinas, Kepala Bidang, Kepala Sub Bagian dan Kepala Seksi sesuai dengan tugas dan fungsi wajib menerapkan prinsip koordinasi, integrasi, sinkronisasi, membina, mengawasi, memimpin, membimbing, mematuhi, menyampaikan laporan, bertanggung jawab baik dalam masing-masing maupun antar satuan organisasi di lingkungan Pemerintah Daerah serta dengan instansi lain di luar Pemerintahan Daerah sesuai dengan tugas masing-masing”.

Namun saat ini, ketika *Corona Virus Deaseese 2019* (COVID 19), memasuki masa adaptasi penyesuaian baru, tempat-tempat dan objek wisata mulai dibuka kembali oleh Pemerintah Daerah setempat. Akibat penutupan yang kurang lebih 1 tahun lamanya, menyebabkan banyaknya perubahan tempat-tempat wisata atau wisatawan yang mulai melupakan tempat dan objek wisata tersebut. Selain itu, beberapa fasilitas pada objek-objek wisata juga mengalami kerusakan karena lama terbengkalai karena mengalami penutupan sejak pandemi *Corona Virus Deaseese 2019* (COVID 19) waktu itu. Untuk itu, Pemerintah Daerah Kabupaten

Deli Serdang melalui Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata (Disporabudpar) serta masyarakat melakukan banyak strategi dan promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Dari hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan melihat kondisi objek-objek wisata yang ada di kawasan Deli Serdang saat ini banyak sekali objek-objek wisata yang melakukan promosi untuk meningkatkan kembali pengunjung atau wisatawan, Misalnya objek wisata Taman Air Percut, wisata Merci dan lain-lainnya. Bentuk promosi yang dilakukan dengan menggunakan baliho, spanduk ataupun brosur kecil yang disebar di sekitar objek wisata ataupun menggunakan sosial media. Diskon harga yang fantastis demi menarik kembali pengunjung yang datang. Menurut para pengelola objek wisata, penggunaan promosi dirasa efektif karena dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, terutama wisatawan lokal. Selain itu, bentuk promosi lainnya adalah informasi yang menterterakan penerapan protokol kesehatan dan kelengkapan fasilitas kesehatan. Dimasa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), adanya kepastian dari tempat-tempat wisata terkait dengan penyediaan fasilitas protokol kesehatan menjadi salah satu bentuk promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Rahayu & Mutiah (2021: 27), menjelaskan bahwa bentuk promosi yang dapat dilakukan Dinas Pariwisata untuk meningkatkan promosi objek wisata adalah melakukan promosi dari mulut kemulut (*word of mouth/WOM*). Promosi mulut yang menggunakan media digital atau (*electronic-word of mouth/E-WOM*) dirasa sangat efektif sebagai bentuk promosi. Promosi jenis ini dianggap efektif dimasa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), dikarenakan pemasaran jenis

ini mengandalkan kepercayaan, kesan dan pengalaman positif oleh masyarakat terhadap hal yang dirasakan sehingga mampu membujuk, memotivasi dan memutuskan sikap. Kemudian strategi lain yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan diskon, menyediakan pemandu, serta menyediakan panggilan jarak jauh melalui bagian informasi objek wisata.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan, peneliti ingin menjadikan uraian ini sebagai latar belakang masalah penelitiannya. Peneliti memilih objek wisata sebagai kajian penelitiannya karena dimasa adaptasi baru pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), objek-objek wisata sudah mulai dibuka dan beroperasi lagi berdasarkan ketentuan dan kebijakan dari pemerintah. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Strategi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Dalam Meningkatkan Promosi Objek Wisata Pada Masa Pandemi Covid 19 di Kabupaten Deli Serdang”**.

1.2. Perumusan Masalah

Rumusan masalah dibuat agar penelitian lebih terarah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi Disbudporapar dalam meningkatkan promosi objek wisata pada masa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19) di Kabupaten Deli Serdang?
2. Apa saja faktor penghambat Disbudporapar dalam meningkatkan promosi objek wisata selama masa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19) di Kabupaten Deli Serdang?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui & menganalisa strategi Disbudporapar dalam meningkatkan promosi objek wisata pada masa pandemi *Corona Virus Deaseese 2019* (COVID 19) di Kabupaten Deli Serdang.
2. Untuk mengetahui & Menganalisa faktor penghambat Disbudporapar dalam meningkatkan promosi objek wisata selama masa pandemi *Corona Virus Deaseese 2019* (COVID 19) di Kabupaten Deli Serdang.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Sebagai bahan informasi tentang data empiris mengenai hal-hal yang berkaitan dengan strategi Disbudporapar dalam meningkatkan promosi objek wisata pada masa pandemi *Corona Virus Deaseese 2019* (COVID 19) di Kabupaten Deli Serdang. Kemudian, bagi para akademis, dapat menjadi bahan perbandingan bagi para peneliti yang hendak melaksanakan penelitian lanjutan.

2. Secara Praktis

- a) Sebagai informasi bagi masyarakat untuk membantu Disbudporapar dalam mempromosikan objek wisata di Kabupaten Deli Serdang.
- b) Sebagai bahan kajian bagi akademisi untuk menambah wawasan ilmu terutama dalam ilmu sosial politik khususnya terhadap strategi Disporabudpar dalam meningkatkan promosi objek wisata pada masa pandemi *Corona Virus Deaseese 2019* (COVID 19) di Kabupaten Deli Serdang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Strategi

2.1.1 Pengertian Strategi

Menurut Kadar (2020: 03), strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategos*” yang berarti komandan militer. Namun kata strategi mengalami perkembangan makna menjadi suatu ide, gagasan atau perencanaan dalam suatu waktu tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi ditinjau dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sebuah ilmu dan seni yang menggunakan seluruh sumber daya manusia yang ada melalui kebijaksanaan tertentu untuk damai dan memenangkan peperangan. Jadi secara umum dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah ide atau gagasan yang direncanakan melalui kebijaksanaan tertentu sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Jauch & Glueck dalam Akdon (2011: 13), yang menyebutkan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan secara menyeluruh dan terpadu. Dalam sebuah organisasi, keunggulan sebuah strategi adalah untuk menghadapi tantangan lingkungan. Selain itu strategi juga dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat. Pelaksanaan strategi yang tepat dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam sebuah organisasi dan menguntungkan organisasi tersebut.

Pendapat lain dikemukakan oleh Rogers dalam Cangara (2014: 64) yang menjelaskan bahwa strategi dapat dikatakan sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Dalam hal ini, mengubah tingkah laku manusia dapat dikatakan sebagai menata sikap dan perilaku agar menjalankan perencanaan yang telah ditetapkan. Perencanaan tersebut dapat berupa ide-ide baru dapat dituangkan melalui masukan, gagasan, ide yang telah disepakati dan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan manusia yang telah ditetapkan.

Clausewitz dalam Cangara (2014: 64) merumuskan bahwa strategi adalah suatu seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang. Kemudian *Marthin-Anderson*, merumuskan strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumberdaya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien. Dari dua pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan sarana yang dibuat untuk mencapai tujuan. Sarana tersebut dapat dilakukan menggunakan kemampuan intelegensi/pikiran atau membawa seluruh sumber daya yang tersedia untuk melaksanakan strategi tersebut.

Cangara (2014: 64) juga menambahkan bahwa seorang pakar perencanaan komunikasi *Middleton* membuat definisi dengan menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dalam semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Dikaitkan dengan strategi, maka dapat dikatakan bahwa strategi juga berbicara tentang komunikasi.

Strategi juga mencakup siapa yang menjadi penyampai informasi, apa isi pesan yang akan diberitahukan, menggunakan media apa dalam proses penyampaian pesan, siapa saja sasaran penerimanya sampai bagaimana efek timbal balik.

Berdasarkan Buku *Top Management Strategy*, Liliweri (2010: 243) mendefinisikan strategi sebagai kerangka kerja yang membimbing orang-orang untuk memilih dan menentukan sifat dan arah dan sebuah organisasi. Dalam hal ini, kerangka kerja dapat dikatakan sebagai perencanaan ataupun upaya-upaya yang dibuat dalam bentuk strategi agar dapat mengarahkan orang yang bekerja dalam sebuah organisasi. Tujuan dari kerangka kerja agar strategi dapat berjalan dengan baik dan dengan sesuai dengan yang menjadi target.

2.1.2 Konsep Strategi

Menurut Yunus (2016: 02), ada beberapa konsep strategi yang dapat digunakan dalam menjalankan strategi, antara lain:

1. Strategi Korporat

Strategi ini dibuat untuk mencapai tujuan bisnis secara keseluruhan yang meliputi bagaimana mengaktifkan, mengelola dan mengintegrasikan hal-hal yang sedang dijalankan. Dalam membangun sebuah nilai bisnis, korporat bertanggung jawab penuh. Korporat juga selalu memastikan bahwa bisnis yang dilakukan perusahaan dalam jangka waktu yang panjang.

2. Strategi Bisnis

Strategi ini dibuat untuk mencapai keunggulan yang kompetitif, dimana harus mengkoordinasikan fungsi-fungsi dari manajemen.

3. Strategi Fungsional

Strategi ini dibuat untuk menjadi pusat informasi dari manajemen strategi, agar mampu memberikan kontribusi di setiap kesuksesan strategi secara menyeluruh.

4. Strategi Operasional

Strategi ini dibuat sebagai ajang promosi, distribusi, penjualan, penyimpanan, penggajian, dan persediaan dalam setiap unit perusahaan.

2.1.3 Tahapan-Tahapan Strategi

Menurut Arthur dan Johnson dalam David (2010: 09), ada beberapa tahapan dalam melaksanakan manajemen strategi, antara lain:

1. Mengembangkan visi dan misi

Setiap organisasi membutuhkan visi dan misi dalam organisasi. Adanya visi dan misi dapat mengidentifikasi sasaran terkini yang ada dan strategi yang sekarang digunakan.

2. Mengatur tujuan

Agar strategi berjalan lancar, maka perlu terlebih dahulu apa yang menjadi tujuan dari organisasi tersebut baru dapat merumuskan strategi.

3. Merumuskan strategi untuk mencapai tujuan

Pimpinan perlu menyusun dan mengevaluasi berbagai alternatif strategi yang telah dibuat serta memilih strategi-strategi yang mendukung atau melengkapi strategi yang ada.

4. Mengimplementasikan strategi

Setelah strategi dirumuskan dengan baik, maka strategi harus diimplementasikan. Strategi dapat dikatakan berhasil apabila implementasinya dilakukan dengan baik.

5. Mengevaluasi hasil dan memantau perkembangan

Efektif atau tidaknya strategi yang telah diimplementasikan, evaluasi adalah sebagai rekomendasi masukan dan perbaikan serta penyempurnaan penyusunan dan implementasi strategi berikutnya.

2.2. Promosi

2.2.1 Pengertian Promosi

Menurut Philip Kotler dalam Rangkuti (2013: 177), menjelaskan bahwa promosi adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau perusahaan yang bertujuan untuk mengkomunikasikan produk atau jasa demi mendapatkan keyakinan dan kepercayaan konsumen. Promosi dilakukan untuk meningkatkan penjualan sebuah produk atau jasa. Kegiatan tersebut dapat dilakukan secara langsung maupun menggunakan media sesuai dengan kebutuhan pemasaran.

Menurut Jullian Cummins dalam Rangkuti (2013: 177), promosi dapat dikatakan sebagai serangkaian teknik yang digunakan demi mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dengan penggunaan biaya yang efektif. Promosi mampu memberikan nilai tambah pada sebuah produk atau jasa baik untuk perantara atau pemakai langsung yang biasanya tidak dibatasi dengan jangka waktu tertentu. Disisi lain, promosi juga dapat meningkatkan pemasukan dan penjualan yang dilakukan oleh individu, perusahaan atau organisasi.

Pendapat lain dikemukakan oleh Rambat Lupiyadi dalam Rangkuti (2013: 177), yang mengemukakan bahwa promosi merupakan salah satu variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran yang sangat penting dan harus dilaksanakan oleh sebuah organisasi ataupun perusahaan demi memasarkan produk dan jasa mereka. Bauran pemasaran tersebut terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi. Namun bauran pemasaran dapat juga ditambahkan bukti fisik, proses dan sumber daya manusia untuk memaksimalkan bauran pemasaran tersebut. Tujuan dari bauran pemasaran ini adalah untuk memperjelas bauran penjualan yang strategis dalam kondisi pasar.

Sementara itu, menurut Shinta (2011: 01), promosi dapat juga dikatakan sebagai sebuah pemasaran yang merupakan suatu proses dan manajerial yang membuat sebuah individu, kelompok, perusahaan atau organisasi untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan. Promosi dapat dimulai dari menciptakan, menawarkan atau mempertukarkan sebuah produk dan jasa yang bernilai kepada pihak lain. Promosi dapat juga disebut dengan segala bentuk kegiatan yang berkaitan dengan penyampaian produk dan jasa dari produsen sampai kepada konsumen.

2.2.2 Bauran Promosi

Pemasaran mengembangkan promosi agar dapat mengkomunikasikan informasi dan produk dan jasa yang mereka produksi. Selain itu, pemasaran dengan promosi juga dapat menarik simpatik konsumen dalam memilih produk yang mereka inginkan Untuk menarik simpati, kepercayaan dan mempertahankan keunggulan dari pesaing, maka ada beberapa bauran promosi yang harus

dilaksanakan. Menurut Peter dan Olson dalam Rangkuti (2013: 178) ada beberapa jenis bauran promosi, antara lain:

1. Iklan

Iklan (*advertising*) merupakan penyajian informasi nonpersonal mengenai hal-hal terkait yang dipasarkan seperti produk, jasa, merek, tempat dan lain sejenisnya dengan melakukan bayaran tertentu. Iklan ditujukan untuk mempengaruhi afeksi dan kognisi konsumen. Dalam praktiknya, iklan sering dianggap sebagai manajemen citra atau dengan kata lain menciptakan dan memelihara citra baik dari produk, jasa dan tempat yang akan dipromosikan. Iklan dapat disajikan dengan menggunakan berbagai macam media, seperti media cetak yang terdiri dari koran, majalah, brosur, baliho, spanduk dan lain sejenisnya. Kemudian media elektornik, seperti TV radio dan media internet seperti *facebook*, *instagram* dan lain sejenisnya.

2. Promosi penjualan

Promosi penjualan (*sales promotion*) merupakan rangsangan langsung yang dapat ditujukan kepada konsumen atau masyarakat untuk membeli, atau menggunakan jasa yang telah dipromosikan. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan ketika menggunakan promosi penjualan, seperti kupon, diskon, undian, pameran dan lain sebagainya.

3. Penjualan personal

Penjualan personal (*personal selling*) merupakan interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Penjualan personal dapat menjadi metode promosi yang baik dikarenakan, pertama komunikasi personal dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dalam mengambil keputusan. Kedua kondisi

komunikasi yang interaktif memungkinkan penjualan personal menginformasikan apa yang dibutuhkan atau ditanyakan oleh konsumen.

4. Publisitas

Publisitas (*publicity*) merupakan bentuk-bentuk komunikasi dan informasi tentang perusahaan, produk, jasa atau merek yang tidak membutuhkan bayaran. Kadang kala publisitas dalam lebih efektif dibandingkan dengan iklan, hal ini disebabkan publisitas dianggap lebih berwibawa karena tidak disajikan oleh organisasi pemasaran.

2.2.3 Bentuk Kegiatan Promosi

Menurut Kotler dalam Shinta (2011: 03), kegiatan promosi dilakukan dengan menggunakan dua cara, antara lain:

1. Perencanaan pemasaran

Perencanaan pemasaran merupakan penentuan segala sesuatu sebelum melakukan kegiatan promosi, yang meliputi tujuan, strategi, kebijaksanaan serta taktik yang dijalankan. Adapun bagian yang dapat dilakukan dalam proses perencanaan pemasaran yakni:

- a. Membuat ringkasan eksekutif adalah menyajikan pandangan singkat atas rencana yang diusulkan atau dibuat agar dapat ditinjau secara lebih cepat.
- b. Melihat situasi pemasaran adalah menyajikan data latar belakang yang relevan mengenai pasar, produk, persaingan dan distribusi.
- c. Menganalisis ancaman dan peluang adalah mengidentifikasi ancaman dan peluang yang didapat ketika melakukan promosi.

- d. Sasaran dan isu adalah menentukan sasaran yang menjadi target dari promosi yang dilakukan.
 - e. Strategi pemasaran adalah menyajikan pendekatan pemasaran yang luas yang akan digunakan dalam mencapai sasaran promosi.
 - f. Program tindakan adalah menspesifikasi apa yang harus dilakukan, siapa yang melakukan dan berapa biayanya.
 - g. Anggaran adalah laporan laba rugi yang diproyeksikan untuk meramalkan atau mengetahui keuangan yang akan dikeluarkan.
 - h. Pengendalian adalah proses pengawasan serta menunjukkan bagaimana kemajuan rencana yang akan dilaksanakan.
2. Implementasi pemasaran

Implementasi pemasaran merupakan proses yang dapat merubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran yang bertujuan untuk mencapai sasaran. Implementasi pemasaran membutuhkan program tindakan yang dapat menarik semua aktivitas serta struktur organisasi formal yang memainkan atau melaksanakan peran penting dalam implementasi strategi pemasaran. Adapun yang dapat dilakukan dalam implementasi pemasaran, yakni:

- a. Pengorganisasian kegiatan pemasaran adalah proses penciptaan hubungan antara fungsi personalia, faktor fisik (sarana), agar kegiatan pemasaran yang dilaksanakan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- b. Pengarahan kegiatan pemasaran adalah Segala sesuatu usaha yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran agar semuanya dapat

berjalan dengan baik, yang meliputi pemberian perintah yang tepat, motivasi, dan kepemimpinan.

- c. Pengorganisasian kegiatan pemasaran adalah usaha mengsinkronisasikan atau menyatukan segala bentuk kegiatan pemasaran dalam organisasi agar dapat mencapai tujuan yang efektif dan efisien. Adapun cara pengkoordinasian dapat dilakukan dengan mengadakan prosedur yang jelas serta penentuan tanggal penyelesaian (target) dan koordinasi yang dilakukan secara formal melalui pimpinan staff pembantu, panitia, penyelenggara dan lain sebagainya.

2.3. Pengertian Pemerintah Daerah

Menurut W.S. Sayre dalam Syafi'i (2010: 11), pemerintah merupakan organisasi dari negara yang memperlihatkan dan menjalankan kekuasaannya.

Sedangkan menurut David After dalam Syafi'i (2010: 11), pemerintah adalah satuan anggota yang paling umum yang memiliki tanggung jawab tertentu untuk mempertahankan sistem yang mencakup dan memonopoli praktis yang menyangkut kekuasaan paksaannya. Pemerintah bertujuan untuk melindungi seluruh masyarakat, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa serta ikut melaksanakan ketertiban dunia yang telah ditetapkan. Agar tujuan dari pemerintah dapat berjalan efektif, maka dibentuklah pemerintah daerah untuk mempermudah pemerintah mengurus seluruh kebutuhan masyarakat.

Menurut C.F. Strong dalam Amrusi (2012: 28), pemerintah daerah merupakan sebuah organisasi dimana diletakkan hak untuk melaksanakan

kekuatan yang berdaulat atau tertinggi. Pemerintah daerah juga dapat dikatakan sebagai sebuah organisasi yang lebih besar tingkatannya daripada suatu badan atau kelompok. Pemerintah daerah dapat juga disebutkan sebagai otoritas administratif yang lebih kecil dari sebuah negara. Pemerintah daerah berfungsi membantu pemerintah pusat dalam mengurus administratif kota-kota dalam sebuah negara.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang pemerintah daerah pada pasal satu ayat (3), menjelaskan bahwa pemerintah daerah adalah kepala daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintah daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah yang otonom. (Pangerang dan Anugerah, 2017: 21). Kemudian menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 pasal 1 ayat (2) Pemerintah Daerah adalah penyelenggara urusan pemerintah oleh pemerintah daerah dan dewan perwakilan rakyat daerah menurut asas otonomi dan tugas pembangunan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Disisi lain, menurut Gie (2010: 44), pemerintah daerah dapat dikatakan sebagai satuan-satuan organisasi pemerintahan daerah yang berwenang untuk menyelenggarakan segenap kepentingan setempat dari sekelompok yang mendiami suatu wilayah yang dipimpin oleh pemerintahan daerah. Pemerintahan daerah dapat juga dikatakan sebagai penyelenggaraan urusan pemerintahan yang dilakukan oleh pemerintahan daerah dan DPRD berdasarkan asas otonomi serta prinsip ekonomi yang seluas-luasnya. Pemerintah daerah juga berwenang untuk

mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan daerah berlandaskan kepada asas ekonomi dan tugas pembantuan.

2.4. Teori Analisis SWOT

Menurut Nuraini (2017: 02), analisis SWOT telah menjadi salah satu senjata yang berguna untuk menghadapi persaingan global baik ditingkat nasional maupun internasional. Analisis ini juga dapat digunakan sebagai aplikasi alat bantu pembuatan keputusan dalam rangka pengenalan program baru disebuah organisasi. Analisis SWOT merupakan salah satu analisis yang telah banyak digunakan oleh organisasi, perusahaan, maupun lembaga pemerintahan. Analisis SWOT banyak digunakan karena analisis cukup mendasar sebagai sebuah senjata dalam menentukan solusi terbaik dalam konflik yang terjadi disebuah organisasi. Pada dasarnya analisis SWOT merupakan sebuah akronim atau singkatan dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *threats*. Analisis SWOT dapat dikatakan sebagai sebuah metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

Nuraini (2017:13-19) juga menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrumen pengidentifikasian dari faktor-faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi dalam sebuah organisasi.

Secara singkat analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah-milah hal-hal yang mempengaruhi keempat faktor analisis SWOT.

Adapun faktor-faktor yang ditetapkan dalam matriks SWOT antara lain:

1) Kekuatan (*strengths*)

Strengths merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. Adanya faktor kekuatan merupakan sebuah kompetensi khusus atau kompetensi unggulan yang ada dalam organisasi itu sendiri. Bagi sebuah organisasi, mengenali kekuatan dasar merupakan langkah awal untuk menuju kualitas yang tinggi. Dengan mengenali aspek-aspek yang menjadi kekuatan dalam organisasi, maka akan dapat memperkuat kelebihan yang menjadi kekuatan dalam organisasi tersebut.

2) Kelemahan (*weaknesses*)

Weaknesses merupakan sebuah kondisi yang menjadi kelemahan atau kekurangan didalam sebuah organisasi. Pada dasarnya, kelemahan merupakan hal yang wajar. Yang paling penting adalah bagaimana dapat meminimalisir kelemahan-kelemahan tersebut dengan baik. Ada beberapa kelemahan yang dalam sebuah organisasi, antara lain:

- a. Lemahnya kinerja SDM dalam sebuah organisasi
- b. Sarana dan prasarana yang masih terbatas
- c. Kurangnya sensitivitas dalam menangkap peluang yang ada atau peluang yang datang
- d. Belum sepenuhnya bersaing dengan baik

3) Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan diluar organisasi yang sifatnya menguntungkan dan dapat menjadi senjata demi memajukan

sebuah organisasi. Hal-hal yang dijadikan peluang perlu diranking berdasarkan kemungkinan keberhasilan (*sucess probablity*). Peluang terdiri dari tiga kategori, yakni:

- a. *Low*, dikatakan *low* karena suatu hal yang memiliki daya tarik yang kecil dan manfaat kecil, maka peluang yang didapat juga akan kecil
- b. *Moderate*, dikatakan *moderate* apabila sesuatu hal memiliki manfaat dan daya tari yang besar, namun peluang pencapaiannya kecil.
- c. *Best*, dikatakan *best* apabila sesuatu hal memiliki daya tarik dan manfaat yang tinggi dan pencapaian peluangnya juga besar.

4) Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan kebalikan dari peluang. ancaman dapat mengganggu kelancaran sebuah organisasi. Ancaman dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan dalam sebuah organisasi. Apabila ancaman tidak ditanggulangi dengan baik, maka dapat terjadi dampak yang berkepanjangan sehingga menjadi penghalang atau penghambat tercapainya visi dan misi dalam organisasi. Ada beberapa kategori yang termasuk kedalam ancaman, antara lain:

- a. Ancaman utama (*major threats*) adalah ancaman yang berkemungkinan tinggi dan dapat menyebabkan dampak yang besar. Untuk menanggulangi ancaman ini dapat dilakukan beberapa *planning* dan strategi agar ancaman bisa teratasi.
- b. Ancaman moderate (*moderate threats*) adalah ancaman yang merupakan kombinasi dari tingkat keparahan yang mungkin terjadi.

- c. Ancaman tidak utama (*minor threats*) adalah ancaman yang dampaknya kecil dan kemungkinan terjadinya juga kecil. Ancaman jenis ini adalah ancaman ringan, namun ancaman ini juga harus segera dideteksi dan ditanggulangi.

2.5. Pariwisata

2.5.1 Pengertian Pariwisata

Menurut Meis dalam Utama (2015: 20), kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta dan terdiri dari dua kata yakni “pari” dan “wisata”. Kata pari mempunyai arti penuh, seluruh atau semua. Sedangkan kata wisata mempunyai arti perjalanan. Dari kedua arti kata tersebut, maka pariwisata dapat disebut sebagai keseluruhan perjalanan yang dilakukan.

Wahab dalam Utama (2015: 20) juga menjelaskan bahwa pariwisata merupakan sebuah jasa dan pelayanan. Pariwisata juga dapat dikatakan sebagai sebuah industri baru yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Adanya pariwisata mampu membuka dan meningkatkan kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, serta mengaktifkan sektor produksi lain sebuah negara dari segi kunjungan wisatawan.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990, dibagi menjadi tiga kelompok utama. Kelompok-kelompok tersebut antara lain: usaha jasa pariwisata, perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha sarana pariwisata. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh spillane yang menjelaskan bahwa pariwisata merupakan sebuah aktivitas kegiatan yang dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasa yang dapat dijual dalam suatu lokasi tertentu serta

memiliki catatan administrasi tersendiri dan adanya orang atau pihak-pihak yang bertanggung jawab (Utama: 2015: 20).

Dari beberapa pengertian dari para ahli, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan sebuah konsep jasa dan pelayanan dalam bidang wisata yang dapat meningkatkan kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, serta mengaktifkan sektor produksi lain sebuah negara dari segi kunjungan wisatawan. Pariwisata harus mengandung tiga unsur utama yakni usaha jasa pariwisata, perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha sarana pariwisata. Disisi lain, pariwisata juga dapat menghasilkan barang atau jasa yang dapat dijual di lokasi wisata.

2.5.2 Sistem Pariwisata

Pariwisata dipandang sebagai sistematis sebagai sebuah kerangka kerja yang mempertemukan hal-hal yang teoritis dan praktis untuk memenuhi segala kebutuhan wisatawan dalam perjalanan wisatanya. Aktivitas pariwisata sangat kompleks dan dinamis serta melibatkan berbagai jenis kelompok satu sama lainnya. Pariwisata juga banyak melibatkan sektor yang saling berkontribusi serta mempunyai fungsi dan perannya masing-masing. Maka dari itu, pariwisata dikatakan mempunyai sistem dan kebijakannya masing-masing (Nasrullah dkk, 2020: 15).

Pitana dan Diarta dalam Nasrullah dkk (2020: 15) menjelaskan bahwa sistem pariwisata sebuah sebuah sistem yang sangat kompleks, bahkan dapat dipandang sebagai sebuah sistem yang besar. Hal ini dikarenakan berbagai adanya komponen seperti ekonomi, ekologi, politik, sosial budaya dan lain sebagainya. Analisis pariwisata menjelaskan bahwa aspek kepariwisataan tidak dapat

dilepaskan dari subsistem tersebut serta memiliki hubungan ketergantungan yang sangat tinggi.

Leiper dalam Nasrullah dkk (2020: 15) juga ikut serta memberikan pendapat bahwa sistem kepariwisataan dapat dikatakan sebagai tatanan komponen dalam industri pariwisata dimana masing-masing komponen saling berhubungan dan membentuk suatu komponen yang sifatnya menyeluruh. Sebagian subsistem terdiri dari subsistem besar dan kecil. Sistem kerjanya subsistem yang kecil akan mendukung subsistem yang lebih besar. Maka dari itu, jika ada perubahan dari salah satu subsistem, dapat berdampak ke subsistem lainnya.

Berdasarkan beberapa pendapat dari para ahli, dapat disimpulkan bahwa sistem kepariwisataan adalah kerangka kerja yang sifatnya sangat kompleks dan terdiri dari beberapa sistem. Sistem-sistem tersebut antara lain ekonomi, ekologi, politik, sosial budaya dan lain sebagainya. Sistem kerjanya subsistem yang kecil akan mendukung subsistem yang lebih besar. Apabila ada perubahan dari salah satu komponen dan sistem, maka dapat berdampak ke komponen dan sistem lainnya.

2.5.3 Model Sistem kepariwisataan

Mill dan Morrison dalam Nasrullah dkk (2020: 19-20) menyebutkan bahwa ada 4 subsistem yang saling terkait dalam sistem kepariwisataan, antara lain:

1. *Market* merupakan faktor yang sangat mempengaruhi pasar. Dalam hal ini pasar dapat diartikan sebagai wisatawan yang melakukan pembelian produk dan jasa perjalanan wisata. Keputusan wisatawan untuk datang berkunjung ke objek wisata atau membeli barang dan produk di lokasi wisata sangat berkaitan erat dengan kebutuhan,

motivasi, persepsi, alternatif, perjalanan, pemasaran yang dilakukan organisasi pariwisata, dan proses yang digunakan oleh wisatawan. Mak dari itu, pasar terkait dengan geografis, sosial budaya, musim, permintaan serta kemampuan finansial. *Market* dapat dikategorikan dalam dua jenis, antara lain *market* potensial dan *market* aktual. *Market* potensial adalah wisatawan yang memiliki faktor pendorong untuk mengunjungi sebuah destinasi wisata, tetapi belum melakukan kunjungan karena alasan tertentu. *Market* aktual adalah wisatawan yang membeli produk wisata atau sedang menikmati aktivitas wisata yang ada.

2. *Marketing*, lebih berfokus kepada strategi yang dilakukan pengelola pariwisata mulai dari merencanakan, mempromosikan, serta mendistribusikan barang dan jasa kepada wisatawan dengan menggunakan saluran distribusi dan promosi yang tepat.
3. *Destination* mencakup pembangunan dan pengawasan objek-objek wisata. Titik fokusnya berupa penetapan kebijakan, perencanaan, pengendalian, pengembangan serta pengelolaan pariwisata untuk mencapai pariwisata yang berkelanjutan, yaitu pariwisata yang memperhatikan sistematis dampak ekonomi, sosial dan lingkungan guna memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan dan masyarakat setempat.
4. *Travel*, mencakup karakteristik perjalanan yang berfokus kepada pergerakan wisatawan, akomodasi, transportasi dan segmen pasar. Perpaduan aksesibilitas transportasi menjadi perhatian khusus wisatawan dalam memilih lokasi destinasi wisata.

2.5.4 Kebijakan Pariwisata

Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi (Kemenparekraf) menetapkan langkah-langkah strategis dimasa *Corona Virus Deasee 2019* (COVID 19). Kemenparekraf mempersiapkan berbagai kebijakan dan upaya-upaya untuk menjaga mobilitas pariwisata selama pandemi *Corona Virus Deasee2019* (COVID 19), mulai dari pengetatan atau pembatasan jumlah wisatawan yang datang ke lokasi-lokasi wisata, hingga pemberlakuan administrasi perjalanan khusus selama pandemi *Corona Virus Deasee 2019* (COVID 19), Administrasi perjalanan tersebut seperti sertifikat vaksin, Aplikasi E-Hac (*Electronic Health Alerd Card*), Peduli Lindungi dan lain sejenisnya (*Kemenkraf.co.id*).

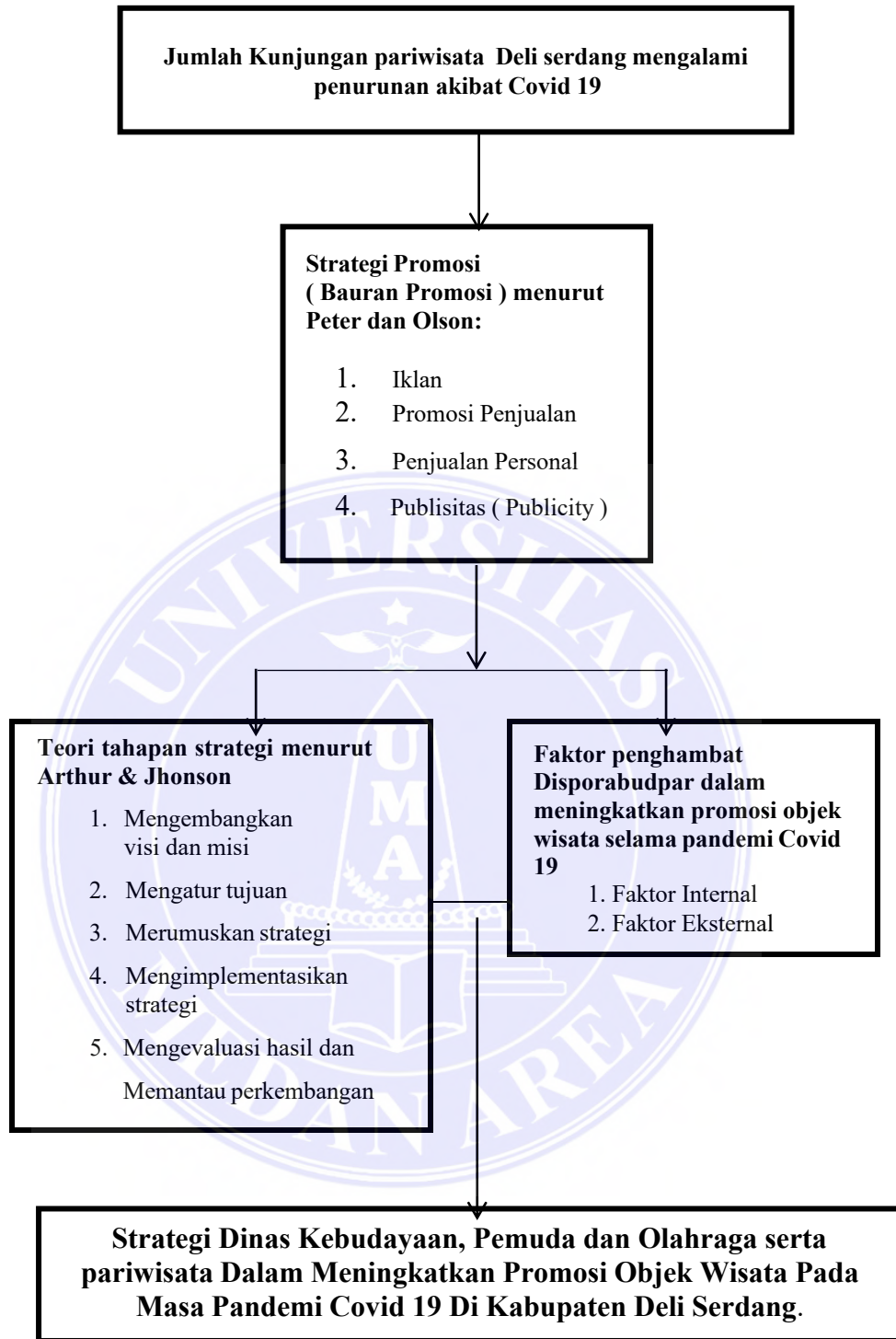
Kebijakan yang disesuaikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dimasa pandemi Covid-19 diatur dalam Peraturan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Nomor 13 Tahun 2020 tentang standar dan sertifikasi kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan sektor pariwisata dalam masa penanganan masa pandemi *Corona virus desease 2019* (COVID19), yang menjelaskan bahwa untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat domestik dan internasional untuk berwisata dengan aman, nyaman, dan sehat sebagai dampak dari pandemi *Corona virus Desease 2019* (COVID19) diperlukan jaminan kepada wisatawan dan masyarakat bahwa produk dan layanan yang diberikan sudah memenuhi dimensi kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan.

Upaya kebijakan pariwisata lainnya dimasa pandemi *Corona Virus Deasee 2019* (COVID 19), dapat dilakukan melalui fase tanggap darurat dimulai

dengan *matching fund*, dimana pemerintah daerah merelokasi anggaran ke program mitigasi, kemudian mengidentifikasi dampak pada pariwisata dengan membentuk tim kajian internal. Kemudian berkoordinasi dengan Kemenparekraf untuk memberikan relaksasi kepada pelaku usaha wisata yang terdampak *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), Kemudian untuk mempercepat pemulihan pariwisata, dapat dilakukan dengan menggunakan inovasi pengembangan teknologi. Inovasi tersebut dilakukan untuk mengoptimalkan pemasaran promosi pariwisata dimasa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), Adapun upaya yang dilakukan seperti, *virtual tour, event tourism, bussines matching*, dan *travel corridor arrangement*. Inovasi lainnya dapat dilakukan dengan mengembangkan inovasi produk melalui pengembangan atraksi, amenitas dan akses wisata yang sesuai dengan kondisi pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), (Wahyuni 2021: 134).

2.6. Kerangka Pemikir

Menurut Sugiyono (2010:60), seorang peneliti harus menguasai teori-teori ilmiah sebagai dasar dari argumentasi dalam menyusun kerangka konsep atau kerangka pemikiran yang membuahkan hipotesis. Kerangka konsep merupakan penjelasan sementara terhadap kriteria utama agar suatu kerangka konsep bisa meyakinkan alur-alur pemikiran yang logis dalam membangun suatu kerangka berfikir yang membuahkan kesimpulan atau hipotesis. Adapun kerangka konsep penelitian penulis adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1. Kerangka Konsep Penelitian

2.7. Penelitian Terdahulu

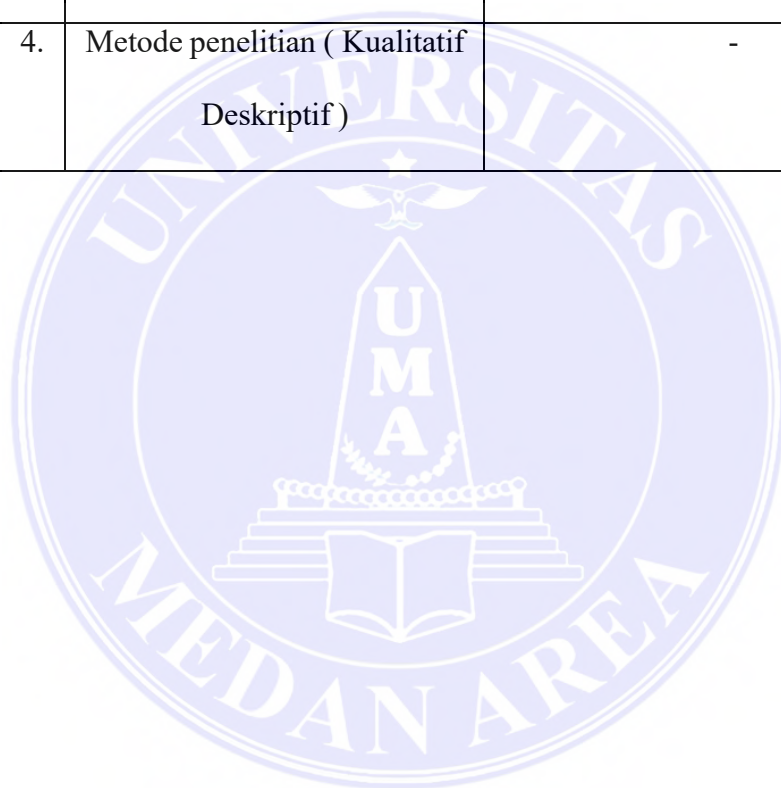
1. Penelitian pertama dilakukan oleh Karyanti (2021) dengan judul “Strategi Promosi Pariwisata Kabupaten Trenggalek Dimasa Pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Promosi pariwisata yang digunakan tetap mematuhi peraturan pemerintah di masa pandemi *Corona Virus Deasese2019* (COVID 19). Banyak memanfaatkan teknologi baru serta media massa dalam proses promosi untuk mengurangi adanya kegiatan yang mengumpulkan banyak orang. Namun hasil dilapangan belum maksimal, mengingat banyaknya kendala proses kegiatan promosi pariwisata. Strategi Promosi pariwisata yang digunakan tetap mematuhi peraturan pemerintah di masa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19). Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek membuat inovasi baru strategi promosi pariwisata untuk menarik minat kunjungan wisatawan pada masa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19). Serta masih adanya pengembangan dan pengkajian pada strategi promosi pariwisata Dinas Pariwsata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek di masa pandemi *Corona Virus Deasese2019* (COVID 19) untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
2. Penelitian kedua dilakukan oleh Anggoro dkk (2021) dengan judul “Bauran Komunikasi Pemasaran Dalam Memasarkan Destinasi Wisata Alam Saat Pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *strategi Marketing Mix of*

Communication pariwisata mereka yaitu dengan iklan, *personal selling*, *sales promotion*, *direct marketing*, *public relations*, dan WOM. Manajemen juga mengutamakan peran vital dalam penyampaian informasi tentang Covid19 untuk menjaga pariwisata, dan konten yang diberikan dapat bermanfaat bagi wisatawan.

3. Penelitian ketiga dilakukan oleh Saraswati dan Afifi (2021) dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Dimasa Pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran pariwisata di masa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19) yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Kabupaten Majalengka, mengacu pada aktivitas komunikasi pemasaran yang menggabungkan konsep bauran pemasaran pariwisata (*tourism marketing mix*) dan konsep bauran promosi (*promotion mix*). Pelaksanaan komunikasi pemasaran pariwisata Majalengka menggunakan konsep bauran promosi yang terdiri dari *advertising*, *personal selling*, *public relations*, *sales promotion* dan pemanfaatan media sosial. Studi ini memberikan kontribusi akademik berupa tambahan referensi terkait komunikasi pemasaran di masa krisis dengan konteks pariwisata lokal.

2.1 Tabel Persamaan dan perbedaan dengan Penelitian terdahulu:

No	Persamaan	Perbedaan
1.	Objek Penelitian	Lokasi Penelitian
2.	Hasil strategi belum maksimal dan efektif	Teori yang digunakan
3.	Waktu penelitian pada masa covid19	Hasil Penelitian
4.	Metode penelitian (Kualitatif Deskriptif)	-



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari tanggal 24 Mei s.d 10 Juni 2022 di Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang yang terletak di Jl.Karya Usaha No.1 Lubuk Pakam, Kabupaten Deli Serdang-Sumatera Utara, 20517. Peneliti memilih melakukan di Disbudporapar Kabupaten Deli Serdang karena Kabupaten Deli Serdang memiliki banyak objek dan tempat wisata dan tentunya memerlukan strategi promosi yang baru untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di masa pandemi *Corona Virus Deasease 2019* (covid 19).

Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan/Tahun																											
		Okt 2021				Nov 2021				Des 2021				Jan 2022				Jun 2022				Jan 2023				Mei 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penulisan proposal																												
2	Perbaikan proposal																												
3	Seminar proposal																												
4	Pengumpulan data																												
5	Seminar hasil																												
6	Perbaikan skripsi																												
7	Sidang skripsi																												

3.2. Karakteristik Informan Penelitian

Afrizal (2016: 139) menjelaskan bahwa narasumber penelitian dapat dikatakan sebagai orang yang dapat memberikan informasi baik tentang dirinya sendiri ataupun orang lain terhadap suatu kejadian atau masalah terkait dengan penelitian yang dilakukan dengan cara wawancara mendalam. Pada penelitian ini, yang menjadi narasumber penelitian adalah pegawai di Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Deli Serdang dan pengelola objek wisata yang ada di Kabupaten Deli Serdang. Wawancara dilakukan dalam bentuk pendekatan dan pengenalan terlebih dahulu dengan narasumber yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk diberikan beberapa pertanyaan dalam bentuk wawancara. Adapun karakteristik narasumber penelitian adalah:

Tabel 3.2 Karakteristik Informan Penelitian

Narasumber	Jabatan
Informan 1	Kepala seksi Bidang Promosi Disbudporapar
Informan 2	Pengelola/Pengurus objek Wisata Taman Air Percut
Informan 3	Pengelola/Pengurus objek Wisata Paloh Naga
Informan 4	Pengelola/Pengurus objek Wisata Desa Selemak
Informan 5	Masyarakat/Pengunjung Wisata Danau Linting
Informan 6	Masyarakat/Pnegunjung Wisata Desa Selemak
Informan 7	Masyarakat/Pengunjung Wisata Desa Selemak

1. Informan kunci

Informan kunci dalam penelitian strategi Dinas kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dalam meningkatkan promosi objek wisata di Kabupaten Deli Serdang adalah Ibu Tarida Pardede S.E., selaku Kepala

Seksi Bidang Promosi dari Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga
Serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang.

2. Informan utama

Informan utama dalam penelitian strategi Dinas kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dalam meningkatkan promosi objek wisata di Kabupaten Deli Serdang adalah Bapak Alen Novrian dari Taman Wisata Air Percut, Bapak Irwono dari Wisata Paloh Nagadan Ibu Tri wulandari dari Wisata Desa Selemak, selaku pengelola atau pengurus objek wisata yang ada di Kabupaten Deli Serdang.

3. Informan tambahan

Informan tambahan dalam penelitian strategi Dinas kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dalam meningkatkan promosi objek wisata di Kabupaten Deli Serdang adalah Ibu Yasmani Br.karo dari Wisata Danau Linting, Ibu Yeti Nasution dari Wisata Desa Selemak dan Adek Sandi dari Wisata Desa Selemak, selaku masyarakat/pengunjung yang berada di objek wisata yang ada di Kabupaten Deli Serdang.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Satori Dan Komariah, (2011:103), menjelaskan bahwa ada tiga langkah utama dalam proses pengumpulan data. Adapun teknik atau cara pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang alami, bahkan kita sering melakukannya, baik secara sadar maupun tidak sadar dalam kehidupan sehari-hari. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam

penelitian apa pun, termasuk penelitian kualitatif dan digunakan untuk memperoleh informasi atau data sebagaimana tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan observasi secara langsung, sehingga peneliti dapat melihat dan mengamati sendiri bagaimana promosi yang dilakukan objek-objek wisata yang ada di Kabupaten Deli Serdang dalam mempromosikan tempat wisatanya dimasa pandemi *Corona Virus Deasese 2019 (COVID 19)*.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam hal ini, wawancara dilakukan peneliti dengan subjek penelitian yang memiliki pengetahuan dan informasi akurat terkait penelitian yang dilakukan, seperti Disporabudpar Kabupaten Deli Serdang dan pemilik atau pengelola objek wisata. Kemudian wawancara akan dilakukan secara terstruktur, yakni ditulis dalam draft berdasarkan kategorisasi penelitian. Hal ini bertujuan agar pertanyaan yang ditajukan tidak mengembang terlalu jauh dan terlalu meluas dari konteks penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dalam penelitian dapat berupa data-data dari tempat penilitian, foto atau video dari objek penelitian dan sejenisnya.

3.4. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Kemudian metode penelitian yang dipakai adalah metode deskriptif. Denzin & Lincoln menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada. Kemudian, metode deskriptif dapat dikatakan sebagai sebuah metode dimana peneliti harus mendeskripsikan suatu objek, fenomena, atau *setting* sosial yang akan dituangkan dalam tulisan yang bersifat naratif (Anggito & Setiawan, 2018: 07-11).

Menurut Sugiyono (2013:21), penelitian deskriptif kualitatif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang ada dilapangan. penelitian deskriptif kualitatif merupakan suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan hasil penelitian secara terperinci tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas, hal ini dikarenakan untuk mendapatkan data-data yang lebih mendalam, metode deskriptif harus mengumpulkan data terlebih dahulu.

Penelitian deskriptif kualitatif dapat juga diartikan sebagai penelitian yang dilakukan secara terus menerus atau berkesinambungan sehingga diperoleh pengetahuan yang menyeluruh mengenai masalah, fenomena, dan kekuatan-kekuatan sosial yang diperoleh jika hubungan-hubungan fenomena dikaji dalam suatu periode yang lama. Hal tersebut dimaksudkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian *continuity descriptive research*, yang

dilakukan secara terus menerus secara deskriptif terhadap suatu objek penelitian, (Sugiyono, 2013: 22).

3.5. Data dan Sumber Data

Sumber data adalah bagian terpenting dari sebuah penelitian. Hal ini dikarenakan data inilah yang akan diolah dan dianalisis untuk mendapatkan hasil penelitian. Adapun sumber data dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sugiarto (2017: 87), data primer merupakan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer yakni narasumber penelitian.

Dalam penelitian ini, yang menjadi data primer adalah hasil wawancara dengan kepala seksi bidang Promosi dan pemasaran dari Disbudporapar Kabupaten Deli Serdang dan pengelola atau pengurus tempat-tempat objek wisata serta masyarakat atau pengunjung di lokasi objek wisata Deli Serdang.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiarto (2017: 87), data sekunder merupakan informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari narasumber penelitian. Dalam penelitian ini, yang menjadi data sekunder adalah tuturan/percakapan, transkrip atau dialog dari hasil wawancara dan foto-foto lokasi Disporabudpar dan lokasi atau objek wisata di Deli Serdang.

3.6. Teknik Analisi Data

Menurut Salim (2018:147-148), setelah data dan informasi yang diperlukan terkumpul selanjutnya melakukan kegiatan analisis data. Analisis data merupakan proses mencari dan mengatur secara sistematis bahan-bahan data yang terkumpul

untuk menambah pemahaman sendiri mengenai bahan-bahan tersebut sehingga memungkinkan temuan tersebut dilaporkan kepada pihak lain.

Menurut peneliti, analisis data merupakan sebuah teknik dalam yang dilakukan dalam mengolah data-data yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Untuk menganalisis bahan-bahan data maka peneliti menggunakan analisis data kualitatif Menurut Sugiyono (2010 : 335) yang terdiri dari:

1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung. Mereduksi data berarti memilah data. Pada tahap ini peneliti memilih hal-hal yang paling penting yang berkaitan dengan rumusan masalah. Peneliti memilah-milah data yang telah didapat dari lapangan dan membuang data yang tidak perlu dimasukkan dalam penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data berbentuk teks naratif diubah menjadi berbagai bentuk jenis matriks, grafiks, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih sehingga peneliti dapat mengetahui apa yang terjadi untuk menarik kesimpulan. Penyajian data merupakan bagian dari proses analisis. Pada tahap penyajian data ini, peneliti mendeskripsikan

hasil data yang telah diperoleh dari lapangan dengan menggunakan kalimat-kalimat yang sesuai dengan pendekatan kualitatif berupa teks yang bersifat naratif yakni dengan menjabarkan data dengan kata-kata. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Menarik kesimpulan Verifikasi

Setelah data disajikan dalam rangkaian analisis data, maka proses selanjutnya adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Dalam tahap analisis data, kesimpulan pada tahap pertama bersifat longgar, tetap terbuka, belum jelas kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh..

3.7. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan kredibilitas. Sugiyono (2008: 271-273) menjelaskan bahwa ada tiga uji keabsahan data yang dapat dilakukan untuk peneliti, antara lain:

1. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan dapat dikatakan sebagai pengecekan kembali sumber data asli atau sumber lain dan kemudian mengecek kembali informasi yang diberikan untuk memastikan kebenaran data

2. Ketekunan pengamatan

Ketekunan pengamatan dapat dikatakan sebagai melakukan pengamatan yang dilakukan secara cermat dan terus menerus. Hal ini dilakukan agar keamanan data dan rangkaian kejadian terekam secara aman dan sistematis.

3. Triangulasi

Triangulasi dapat dikatakan sebagai pengujian rabilitas yang didefinisikan terhadap pemeriksaan data yang dengan sumber yang berbeda pada waktu yang berbebeda pula.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Strategi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang dalam meningkatkan promosi objek wisata pada masa pandemi *Corona Virus Deasese 2019 (COVID 19)* di Kabupaten Deli Serdang adalah memberikan informasi kepada masyarakat Deli Serdang melalui media sosial seperti *Facebook, Instagram* dan *Youtube*, membuat sebuah aplikasi yang dapat *download* di Aplikasi *Playstore* melalui *smartphone* yakni aplikasi “Si dewi desa” dan aplikasi “Deli Serdang *Tourism*”, menjadi narasumber diberbagai media massa seperti televisi, radio dan *Talkshow*, dan melaksanakan pameran wisata secara *virtual* atau yang disebut dengan DSVTE (Deli Serdang *Virtual Tourism Expo*)
2. Faktor Penghambat Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Pariwisata Kabupaten Deli Serdang dalam meningkatkan promosi objek wisata pada masa pandemi *Corona Virus Deasese 2019 (COVID 19)* di Kabupaten Deli Serdang terdiri dari dua bagian, antara lain: Faktor eksternal yaitu minimnya biaya anggaran sehingga tidak dapat meningkatkan promosi, akun sosial media yang tidak banyak diketahui oleh masyarakat. serta pihak pengelola

objek wisata yang tidak dapat melakukan perbaikan fasilitas karena terbatasnya dana anggaran. Sedangkan faktor eksternalnya adalah masyarakat yang belum mengetahui akun sosial media yang dibuat oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olahraga serta Pariwisata Deli Serdang dan masyarakat yang enggan untuk pergi ke tempat-tempat wisata karena pandemi COVID 19, infrastruktur destinasi wisata yang kurang baik dan minimnya transportasi atau akomodasi menuju ke tempat-tempat wisata.

5.2 Saran

Saran yang diberikan peneliti merupakan masukan terhadap pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran-saran tersebut antara lain:

1. Kepada Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang, diharapkan membuat promosi tidak hanya dengan menggunakan media sosial, namun dapat mengadakan perlombaan yang melibatkan masyarakat Deli Serdang dan diadakan di objek-objek wisata yang ada. Hal ini dapat meningkatkan promosi objek wisata dan kunjungan masyarakat ke objek wisata.
2. Kepada masyarakat setempat khususnya masyarakat Kabupaten Deli Serdang di sarankan untuk menjadi pengikut dari berbagai akun resmi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang agar dapat mengetahui informasi yang detail tentang hal-hal yang berhubungan dengan kebudayaan dan pariwisata di Kabupaten Deli Serdang.

3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih spesifik terhadap promosi dan objek wisata seperti implemementasi penerapan protokol kesehatan di objek-objek wisata di Kabupaten Deli Serdang.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Akdon, 2011. *Managemen Strategi Untuk Managemen Pendidikan*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Amrusi, Fahri. 2012. *Hukum Pemerintah Daerah*. Bandung: Nusa Media.
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- David, Fredd. 2010. *Managemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gie, Liang. 2010. *Pertumbuhan Daerah Pemerintahan Daerah di Negara Kesatuan Republik Indonesia*. Jakarta: Gunung Agung Press.
- Kadar, Gofur *et al.* 2020. *Managemen Strategi dan Kepemimpinan*. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Liliweri, Alo. 2010. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nasrullah *et al.* 2020. *Pemasaran Pariwisata: Konsep, Perencanaan dan Implementasinya*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Nuraini, Fajar Dwi. 2017. *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Penerbit Anak Hebat
- Pangerang, Monta & Anugrah, Pradina. 2017. *Pokok-Pokok Hukum Pemerntahan Daerah*. Makassar: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Strategi Promosi Yang Kreatif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Salim, Syahrums. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Citapustaka Media.
- Satori, Djam'an & Komariah, Aan. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Shinta, Agustina. 2011. *Managemen Pemasaran*. Surabaya: UB. Press.

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.

Sugiyono, 2010. *Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Metode R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiarto, M. 2017. *Metode penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

Syafi'i, Inu Kencana. 2010. *Pengantar Ilmu Pemerintahan*. Jakarta: Revika Aditama.

Utama, I Gusti Bagus Rai. 2015. *Pengantar Industri Pariwisata: Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta: Deepublish.

Yunus, Edi. 2016. *Managemen Strategi*. Jakarta: CV. Andi Offset.

Jurnal :

Elistia, 2020. *Perkembangan dan Dampak Pariwisata di Indonesia Masa Pandemi Covid 19*. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul Jakarta.

Handayani, Diah *et al.* 2020. *Penyakit Virus Corona 2019*. Jurnal Respirologi Indonesia. Vol. 40 No. 02. e-ISSN: 2620-3162.

Pramusinto, Agus *et al.* 2020. *Adaptasi Kebiasaan Baru*. Jurnal Simpul Perencana. Vol 11 No. 01. e-ISSN: 2722-0842

Rahayu, Novya Setyo & Mutiah. 2021. *Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Gresik Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Tengah Pandemi Covid 19*. Jurnal Commercium, Vol. 04 No. 01.

Wahidah, Idah *et al.* 2020. *Pandemi Covid 19: Analisis Perencanaan Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Berbagai Upaya Pencegahan*. Jurnal Managemen Dan Organisasi (JMO). Vol. 11 No. 03. e-ISSN: 2527-8991.

Wahyuni, Dinar. 2021. *Upaya Pemulihan Pariwisata Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid 19*. Jurnal Masalah-Masalah Sosial. Vol 12. No. 02.

Perundang-Undangan:

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.01/2020.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kantor Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang.



Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara



Foto Bersama Kepala Seksi Bidang Promosi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang, Ibu Tarida Pardede, SE.



Foto Bersama Bpk. Alen Nofrian, Selaku Supervisor di Taman Wisata Air Percut, Deli Serdang .



Foto Bersama Ibu Yasmani Br. Karo, masyarakat /pengunjung di Objek Wisata Danau Linting, Deli Serdang .



Foto Bersama Bpk. Irwono, Selaku Pengurus Desa Wisata Denai Lama “ Paloh Naga” Deli Serdang .



Foto Bersama Tri Wulandari Selaku Bendahara BUMDES Desa Selemak/
Pengurus Objek Wisata Desa Selemak, Kecamatan Hamparan Perak, Deli Serdang.




Foto Bersama Ibu Yeti Nasution, Selaku Masyarakat/Pengunjung Wisata Desa Selemak, Kecamatan Hamparan Perak, Deli Serdang.



Foto Bersama Sandi , Selaku Masyarakat Desa Selemak, Kecamatan Hamparan Perak, Deli Serdang.

Lampiran 3 : Surat Pengambilan Data Riset

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 539 /FIS.2/01.10/V/2022 17 Mei 2022
Lamp : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

Yth,
Ka. Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata
Kabupaten Deli Serdang

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :


Nama : Taslim Anwar Zega
N P M : 188520048
Program Studi : Administrasi Publik

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/riset di **Ka. Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Deli Serdang**, dengan judul Skripsi: *"Strategi Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Promosi Objek Wisata Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Deli Serdang"*


Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

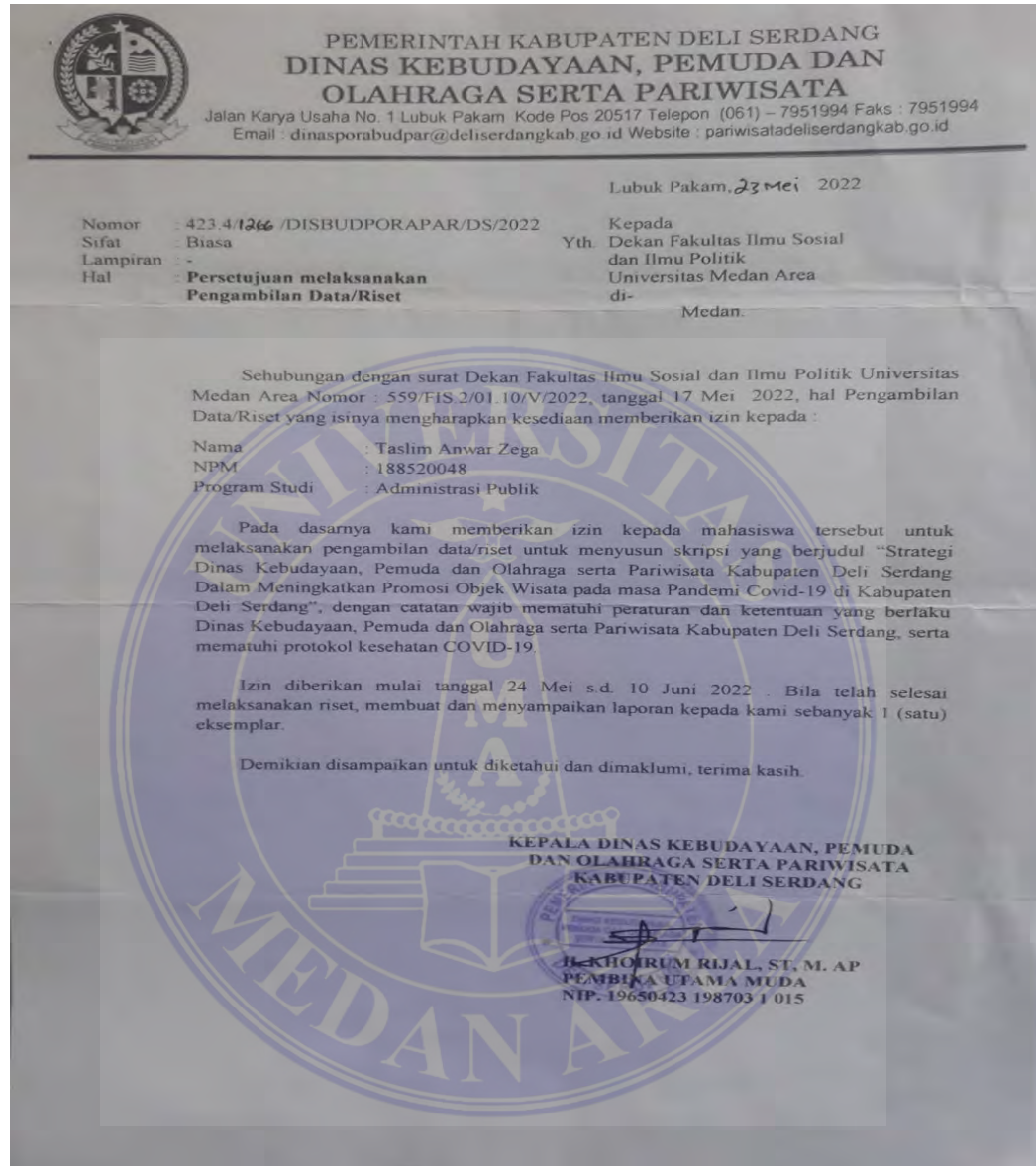

Dekan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dr. Etika Juliana Hasibuan, M.Si

CC : File.-



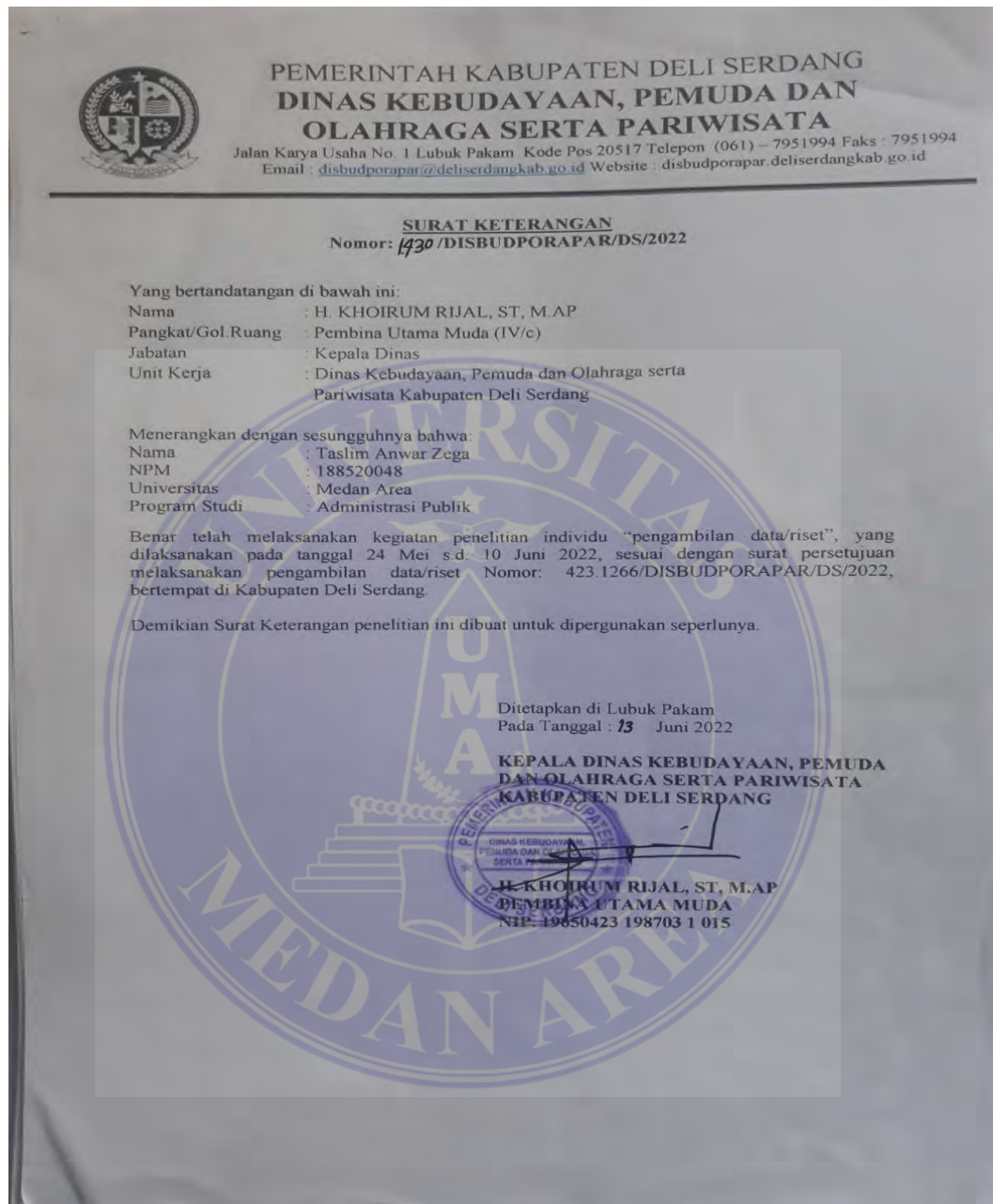
(Surat Pengambilan Data Riset)

Lampiran 4 : Surat Rekomendasi Riset



(Surat Rekomendasi Riset)

Lampiran 5 : Surat Telah Selesai Melakukan Riset



(Surat Telah Selesai Melakukan Riset)

Lampiran 6 : Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

**STRATEGI DINAS KEBUDAYAAN, PEMUDA DAN OLAAHRAGA SERTA
PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN PROMOSI OBJEK WISATA
PADA MASA PANDEMI COVID 19 DI KABUPATEN DELI SERDANG**

Karakteristik Narasumber Penelitian I

Nama : Tarida Pardede, SE.
Usia : 37 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Kasi Promosi di Disbuporapar Deli Serdang

Daftar Pertanyaan:

1. Mengidentifikasi visi dan misi:

- Selama masa pandemi Covid-19, apa saja visi dan misi yang dibentuk oleh Disporabudpar dalam meningkatkan promosi objek wisata yang ada di Kabupaten Deli Serdang?

Jawab: Visi misi kita kan mewujudkan Kabupaten Deli Serdang sebagai pusat olahraga, kebudayaan dan destinasi wisata dengan dukungan pemuda yang mandiri dan berdaya saing. Nah selama masa pandemi Corona Virus Deasese2019 (COVID 19) ini ya tetap sama, cuma disesuaikan dengan kebijakankebijakan protokol kesehatan selama masa pandemi Corona Virus Deasese2019

(COVID 19).

- Apa yang melatarbelakangi terbentuknya visi dan misi tersebut?

Jawab: Hal yang melatarbelakangi terbentuknya visi misi untuk meningkatkan promosi ya itu masa pandemi Covid-19 ini kan memang banyak yang berubah. Jadi ya supaya pendapatan daerah gak menurun dan juga pendapatan masyarakat gak berhenti jadi kita membuat visi misi tetap membantu menjalankan promosi objek wisata supaya tidak menurun dan gak dilupakan Dalam pembuatan visi dan misi, apa saja hambatan yang ditemui?

Jawab: Kalau hambatan pasti ada. Sewaktu ingin membuat visi misi itu kita juga sempat mikir, ini pas gak sesuai gak dengan keinginan masyarakat. Bisa gak masyarakat ngikutin atau tertarik nantinya dengan promosi yang disampaikan. Karena memang kan sebagian besar masyarakat memang takut untuk pergi ke tempat-tempat wisata selama pandemi kan. Takut tertular lah macam

2. Mengatur tujuan:

- Apa saja tujuan utama Disporabudpar untuk objek-objek wisata selama masa pandemi Covid-19?

Jawab: Sebenarnya itu tujuan visi misi kita ataupun promosi untuk masyarakat juga. Baik pengelola wisata atau masyarakat umum. Jadi mereka tidak perlu takut ke objek wisata karena kita juga telah menyesuaikan dengan kebijakan pandemi. Kemudian bantuan promosi juga untuk membantu pengelola objek wisata agar tidak sepi pengunjung

- Apa yang melatarbelakangi tujuan tersebut dibuat?

Jawab: yang melatarbelakanginya adalah visi misi tadi.

3. Merumuskan strategi:

- Setelah menetapkan visi, misi dan tujuan, apa saja strategi yang dilakukan Disporabudpar Deli Serdang untuk meningkatkan promosi objek wisata dimasa pandemi Covid-19 ?

Jawab: Menggunakan promosi dengan menggunakan media dan promosi langsung.

- Apa saja hambatan yang ditemui Disporabudpar dalam merumuskan strategi tersebut?

Jawab: Tidak yakin bahwa strategi ini efektif. Tapi ini adalah pilihan terbaik menggunakan media agar dapat menjangkau banyak khalayak.

4. Mengimplementasikan strategi:

- Bagaimana pelaksanaan strategi yang telah dirumuskan? Apakah strategi tersebut berjalan dengan efektif?

Jawab: Strategi yang dilakukan salah satunya menjadi Narasumber di berbagai Media Masa, Seperti Televisi, Radio dan Talkshow. Yang bertujuan untuk memperkenalkan, menginformasikan dan mempromosikan potensi objek wisata yang ada di kabupaten deli serdang. Kan kita ada akun resmi. Nah

harapan kita dari situ dan kerjasama dengan media-media lain dapat membantu mempromosikan objek wisata deli serdang. Kemudian Pengikut Media Sosial Dinas Kepemudaan, olahraga, kebudayaan dan pariwisata kabupaten deli serdang baik dari Facebook, Instagram dan youtube masih minim pengikut (followers) Masih di bawah 9.000 jiwa dari 1.931.441 jiwa (2020) Penduduk di Kabupaten Deli serdang. Nah itulah hambatan kita. Tapi memang mau tidak mau memang harus kita upayakan seefektif mungkin, karena memang Cuma ini jalan satu-satunya. Dalam Meningkatkan promosi Pariwisata Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Deli Serdang, Dari Segi Teknologi telah berhasil membuat beberapa aplikasi yang mempermudah masyarakat dan wisatawan dalam memperoleh berbagai informasi tentang wisata yang ada di kabupaten deli serdang. Masyarakat dapat memperoleh Aplikasi tersebut Melalui Smartphone kemudian mendownloadnya di Playstore. Aplikasi tersebut, antara lain : Aplikasi Si Dewi Desa adalah sistem informasi destinasi wisata deli serdang adalah aplikasi yang memetakan dan mempublikasikan pariwisata untuk memudahkan wisatawan mendapatkan informasi secara real time. Kemudian ada Aplikasi Deli Serdang Tourism. Dalam aplikasi Deli Serdang Tourism terdapat beberapa fitur, diantaranya adalah: Informasi Destinasi Wisata di Deli Serdang, informasi Restaurant di Deli Serdang, informasi Hotel di Deli Serdang dan informasi Event di Deli Serdang. Strategi lain yang kita laksanakan berlandaskan media yaitu melaksanakan Pameran Wisata, Namun karena Pada masa pandemi covid-19, Pameran tersebut di lakukan secara virtual. Pameran tersebut berjudul DSVTE (Deli Serdang Virtual Tourism Expo) yang bertujuan untuk mempromosikan daya tarik wisata yang ada di 22 kecamatan se-kabupaten deli serdang. Terus kami juga mengembagkan dan mempromosikan potensi alam, wisata dan budaya yang ada di kabupaten deli serdang dengan ikut memanfaatkan teknologi informasi melalui media digital dalam kegiatan “ Lomba video pariwisata deli serdang Tahun 2021 ” dan diikuti oleh peserta yang merupakan masyarakat kabupaten deli serdang. Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan pariwisata kabupaten deli serdang dalam mempromosikan Objek Wisata yang ada di Deli Serdang, Memanfaatkan media sosial seperti Facebook dengan nama akun “Pariwisata Deli Serdang”, Instagram dengan nama akun “@pariwisatadeliserdangkab”, dan juga Youtube dengan nama akun

“Pariwisata Deli Serdang”. Hal ini dilakukan untuk Meningkatkan promosi dan Memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi tentang pariwisata yang ada di Kabupaten Deli Serdang.

- Apa saja kelebihan dan kelemahan strategi yang telah dijalankan?

Jawab: Ada kelebihan dan kelemahannya. Kalau kelebihannya itu, namanya media sosial pasti segala akses promosi menjadi lebih efektif yaa. Tidak perlu mengeluarkan budget besar, hanya kita harus aktif di sosial media. Beda dengan menggunakan media cetak. Kalau kelemahannya itu, ya gak semua masyarakat bisa melihat dan menjangkau. Karena masih ada masyarakat Deli Serdang yang tidak memakai android kan.

- Apa saja hambatan yang ditemui dalam pelaksanaan strategi?

Jawab: Hambatan pasti adalah. Yang tadi saya katakan pengikut dari media sosial akun Disporabudpar ini belum begitu banyak. Jadi kalau kita mempromosikan objek wisata ya sampainya ke masyarakat juga masih belum maksimal. Namun kita masih mengupayakan agar hambatan-hambatan ini dapat teratasi dengan baik

5. Mengevaluasi hasil dan memantau perkembangan:

- Bagaimana bentuk evaluasi strategi yang dilakukan oleh Disporabudpar dalam meningkatkan promosi selama masa pandemi Covid-19?

Jawab: Selama menggunakan media sosial, bentuk evaluasi kita ya dengan cara melihat perkembangan tayangan promosi yang kita unggah di akun-akun media sosial Disporabudpar. Kalau misalnya belum mengalami kenaikan nih, atau sedikit penonton kita melakukan upaya-upaya lain untuk meningkatkan tayangan. Sampai saat ini masih seputar itu saja

- Kapan saja evaluasi dan pengawasan dilakukan?

Jawab: Kalau evaluasi rutin atau berkala tidak ada

- Apa saja hambatan yang ditemui pada saat proses evaluasi dan pengawasan pelaksanaan strategi? *Jawab: Tidak ada hambatan*