

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui komunikasi citra pariwisata Kabupaten Tana Toraja berbasis *new media*. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data dari *website* yang memuat informasi seputar pariwisata kemudian wawancara langsung dengan Pemerintah Daerah Tana Toraja. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan beberapa hal antara lain Humas Pemerintah Daerah Tana Toraja menggunakan *new media website* sebagai salah satu media yang efektif sebagai sarana penyampaian informasi secara keseluruhan yang ingin disampaikan oleh Pemerintah itu sendiri. Dalam penggunaannya Humas Pemerintah Daerah Tana Toraja belum memanfaatkan *website* secara optimal dalam mengomunikasikan citra pariwisata Tana Toraja.

Dari sisi interaktivitas, *website* Tana Toraja dapat dikatakan belum binteraktif dan informatif karena tidak tersedia ruang komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadi interaksi dan pertukaran informasi antara Pemerintah dengan khalayak. Hal ini dikarenakan *website* Tana Toraja tidak langsung dikelola oleh Humas Pemerintah Daerah Tana Toraja sendiri, sehingga untuk informasi yang ingin disampaikan masih belum maksimal yang ditampilkan dalam *website* tersebut. Kemudian hasil penelitian menunjukkan bahwa isi pesan yang disampaikan dalam *website* Tana Toraja masih belum maksimal, hal ini bisa dilihat dari *website* Tana Toraja yang hanya memuat informasi tentang Tana

Toraja secara garis besarnya saja, seperti sejarah, visi misi, tentang Tana Toraja, dan lain-lain. Tetapi dalam kolom pariwisata sendiri, Humas Pemerintah masih belum memaksimalkan informasi yang ingin disampaikan dalam hal pariwisata yang ada di Tana Toraja dan masih belum mengemas informasi terkait pariwisata secara menarik hal ini terlihat dari kolom-kolom pariwisata yang masih kosong dan tidak terisi. Kemudian yang terpenting, Pemerintah Daerah Tana Toraja khususnya divisi Humas tidak secara serius melakukan evaluasi terhadap *website* Tana Toraja terutama dalam sektor pariwisata sehingga belum ada perbaikan atau penambahan informasi yang lengkap mengenai pariwisata Tana Toraja.

## **B. Saran**

### **1. Saran Akademik**

Setelah Peneliti melakukan penelitian mengenai pemanfaatan *website* oleh Humas Pemerintah Daerah Tana Toraja, diharapkan Pemerintah Tana Toraja dapat memanfaatkan *website* secara optimal dengan langkah-langkah yang sesuai dengan teori kehumasan. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneliti mengenai hubungan meningkatnya aksesibilitas *website* Tana Toraja terhadap minat kunjung wisatawan.

### **2. Saran Praktis**

Bagi Humas Pemerintah Daerah Tana Toraja, dari hasil analisis yang dilakukan atas penelitian ini, konten *website* dalam mengomunikasikan citra pariwisata Tana Toraja masih bisa ditingkatkan. Hal ini dapat dilihat dari konten yang dimiliki oleh *website* Tana Toraja masih belum interaktif dan masih banyak kolom kosong terutama kolom pariwisata yang belum memberikan informasi

secara lengkap mengenai pariwisata yang ada di Tana Toraja. Untuk itu Pemerintah Daerah Tana Toraja harus fokus guna mengomunikasikan citra pariwisata yang ingin dicapai oleh Tana Toraja, antara lain dengan beberapa upaya yaitu *website* Tana Toraja langsung dikelola oleh Humas Pemerintah Tana Toraja agar satu arah dan terkontrol dengan rutin beserta evaluasinya minimal dua minggu sekali, kolom-kolom yang terdapat di *website* diisi dengan selengkap mungkin yang memuat berbagai informasi baik secara keseluruhan maupun informasi terkait pariwisata di Tana Toraja, kemudian adanya parameter yang dipasang dalam *website* Tana Toraja agar Pemerintah dapat melihat berapa banyak calon wisatawan yang mengakses dan tertarik untuk berkunjung ke Tana Toraja.

Dari sini diharapkan dengan adanya hal-hal tersebut *website* Pemerintah Daerah Tana Toraja dapat menjadi *website* yang interaktif serta informatif bagi calon wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri. Dengan begitu citra pariwisata yang ingin disampaikan oleh Pemerintah Daerah Tana Toraja dapat tersampaikan dengan tepat kepada khalayak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Handbook of Public Relations*. Bandung. Simbiosia Rekatama Media
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2012). 2013, Pengguna Internet Indonesia Bisa Tembus 82 Juta. [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id) Tertera Dari <http://www.apjii.or.id/v2/read/article/apjii-at-media/139/2013-pengguna-internet-indonesia-bisa-tembus-82-ju.html> (Diakses pada tanggal 24 Februari 2015 Pukul 14.25)
- Breakenridge, Deirdre. (2008). *PR 2.0 : New Media, New Tools, New Audiences*. FT Press Upper Saddle River. New Jersey
- Cangara, Havied. (1998). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta, Indonesia: Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, Scott M, et al. (2009). *Effective PR*. Jakarta, Indonesia. Kencana
- D.Purnamasari. (2013). *Definisi Media*. [www.e-journal.uajy.ac.id](http://www.e-journal.uajy.ac.id) Tertera Dari <http://e-journal.uajy.ac.id/572/2/1KOM03408.pdf> (Diakses pada tanggal 18 Maret 2015 Pukul 13.23)
- Effendy, U. Onong. (2011). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung, Indonesia: PT. Remaja Rosdakarya.
- Griffin, Em. (2003). *A First Look At Communication Theory*. THE MCGRAW-Hill.Companies, INC.
- Jefkins, F. (1992). *Public Relations Edisi Keempat*. Jakarta, Indonesia: Penerbit Erlangga
- Kompasiana. (2013). Media Baru (*new media*) dan Perubahan Perilaku Manusia Abad 21 Modern. [www.media.kompasiana.com](http://www.media.kompasiana.com) Tertera dari <http://media.kompasiana.com/new-media/2013/10/31/media-barunew->

[media-dan-perubahan-perilaku-manusia-abad-21-modern-604115.html](http://media-dan-perubahan-perilaku-manusia-abad-21-modern-604115.html)

(Diakses pada tanggal 24 Februari 2015 Pukul 15.08)

Moleong, Lexy. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung, Indonesia: PT. Remaja Rosdakarya.

Oliver. Sandra. (2007). *Strategi Public relations*. Jakarta. Esensi: Penerbit Erlangga

PDE Pemda Tana Toraja. (2012). *Sejarah Singkat Kabupaten Tana Toraja*. [www.tanatorajakab.go.id](http://www.tanatorajakab.go.id). Tertera Dari <http://www.tanatorajakab.go.id/> (Diakses pada tanggal 23 Februari 2015 Pukul 15.05)

Portal Nasional Republik Indonesia. *Peta Pariwisata*. [www.indonesia.go.id](http://www.indonesia.go.id). Tertera Dari <http://www.indonesia.go.id/in/potensi-daerah/pariwisata> (Diakses pada tanggal 18 Maret 2015 Pukul 15.09)

Purnomo, Ario R. (2013). *Pemanfaatan Website sebagai Media Kehumasan di Pemerintahan Daerah Kabupaten Gunung Kidul*. Skripsi. Yogyakarta: UAJY

Errivanh, H. (2014). *Pemanfaatan New Media dalam Membangun Hubungan Pelanggan di PT. Aseli Dagadu Djokdja*. Skripsi. Yogyakarta: UAJY

Ruslan, Rosady. (2006). *Manajemen PR & Media Komunikasi*. Jakarta, Indonesia. PT Rajagrafindo Persada

Sari, YP. (2013). *Pengaruh terpaan informasi melalui internet tentang pariwisata terhadap motivasi komunitas penggemar travelling berkunjung ke Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: UAJY

Suwandi, Dwi. (2007). *Citra Perusahaan*.

<https://oeconomicus.files.wordpress.com/2007/07/citra-perusahaan.pdf>

(Diakses pada tanggal 14 Maret 2015 pukul 12.34)

Yuliana, Nina. (2014). *Media Relations*. Yogyakarta. Graha Ilmu

Yulisda, Dyva. (2014). Pengaruh kualitas website terhadap citra. Skripsi.  
Yogyakarta: UAJY

**Online :**

[www.tanatorajakab.go.id](http://www.tanatorajakab.go.id) (Diakses pada bulan Juli-Agustus 2015)

[www.oxfordbibliographies.com](http://www.oxfordbibliographies.com) (Diakses pada tanggal 5 Desember 2015 pukul  
15.34)





## TRANSKRIP WAWANCARA

### **Wawancara dengan Bapak Albert selaku Humas di Pemerintah Tana Toraja**

#### **(Narasumber 1)**

1. Bisa Bapak jelaskan jobdesk atau tugas-tugas Humas di Pemerintah Tana Toraja ?

*Yaa emm.. jadi begini . humas pemerintah di Toraja ada sub bagian pertama sub bagian protokoler dan perjalanan, yang kedua sub bagian peliputan dan pemberitaan, yang ketiga sandi telekomunikasi (santel). Saya juga bingung ini ada bagian humas tetapi namanya tidak ada di struktur organisasi, ini juga satu hal yang secara tidak tertulis, karena kita mengerjakan tugas juga secara orientasi tugas, semua sub bag saya libatkan.*

2. Ada tiga subbag, salah satunya ada peliputan dan pemberitaan, tugasnya ?

*Terisi subbag nya mulai bulan maret kemarin, sebelumnya kosong masih dirangkap oleh kepala bagian. Jadi mereka melakukan peliputan terutama terkait dengan kegiatan yang berskala kabupaten yang diliput dikaitkan dengan protokoler dan perjalanan, dalam hal ini ketiga pejabat daerah hadir dalam event tersebut otomatis ada peliputan tetapi bukan berarti event-event lain tidak kami liput tetapi memang prioritas kita ketika ada pimpinan daerah kemudian kita liput, kita dokumentasi, bahkan kita video menggunakan pihak ketiga. Video itu juga dipublikasikan melalui tv cable, kalo dalam bentukl tertulis kita tulis di facebook, kemudian data berita lengkap kita masukan di facebook dan ini disepakati teman-teman media sebagai release digital, press release kita tidak buat tertulis melainkan dengan menggunakan release digital dan ini sudah disepakati oleh teman-teman media sudah sepakat dengan wartawan mereka mengambi,l berita dan foto dari facebook.*

3. Menurut Bapak Definisi citra sendiri apa?

*Menurut saya citra merupakan sesuatu yang melekat yang diingat dan hal tersebut menjadikan identitas baik bagi perusahaan maupun organisasi. Hal yang dibentuk dan muncul berdasarkan persepsi dan penilaian dari masyarakat sesuai dengan informasi serta pengalaman yang didapatkan dan dirasakan oleh masyarakat itu sendiri. seperti Tana Toraja misalnya citra pariwisatanya adalah wisata kebudayaan.*

4. Apakah sebuah citra itu penting bagi pariwisata khususnya di Tana Toraja ?

*Jelas sangat penting, karena dengan adanya citra yang baik tentu akan memberikan identitas terutama tempat wisata, apabila citranya sudah dikenal dengan baik maka otomatis akan mempengaruhi perkembangan pariwisatanya pula.*

5. Menurut Bapak sebagai divisi Humas di Pemerintah Tana Toraja apakah media memiliki peran penting dalam membentuk dan mempertahankan citra ?

*Tentu sangat penting, misalnya dalam website atau facebook itu sendiri kita sudah menyampaikan informasi terkait tempat-tempat wisata dan kalender acara adat di Tana Toraja, jadi otomatis hal tersebut memberikan gambaran kepada masyarakat ada apa di Tana Toraja dan hal tersebut diharapkan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.*

6. Salah satu media yang digunakan Pemkab adalah Facebook selain website, isi dari facebook tersebut apa saja ?

*Lebih banyak tentang peristiwa dan kegiatan yang kita ambil disitu karena ini mempermudah teman-teman media untuk mengambil bahan liputan tentang Toraja.*

7. Lalu dalam hal pemberitaan dan peliputan ada tidak kontribusi dari humas untuk membantu tana toraja untuk membantu peliputan terkhusus pariwisata?

*Kalau terkhusus dengan pariwisata seperti sama saja sebenarnya kita lebih banyak pemberitaan di media cetak dan elektronik kemudian di tv cable contohnya event lovely desember itu event akbar tingkat nasional itu link sektornya pariwisata tetapi dalam hal ini humas mendukung kegiatan melalui pemberitaan, melalui facebook, website, yang paling banyak melalui advertorial tentang kegiatan ini sesuai anggaran yang tersedia.*

8. Media yang paling cocok untuk pemberitaan di Tana Toraja apa?

*Saat ini yang paling mendukung online sebenarnya website dan facebook dimana bisa langsung dilihat oleh khalayak. Tetapi kita melihat bahwa media (wartawan) cetak ini mempunyai versi online dan kadang wartawan mereka memuat di edisi cetak mereka tapi mereka juga memuat di media online mereka.*

*Tetapi saya jarang memonitori itu. Menurut saya online yang paling efektif. Kalau facebook baru mulai akhir 2014 dengan pengunjung 1000 lebih belum sampai setengah tahun dengan nama humas dan protokoler sekretariat daerah Kabupaten Tana Toraja. Rata-rata pengunjung dari luar banyak contohnya ketika kita memuat komen-komen dari luar yang belum mengetahui kondisi di Tana Toraja, tapi kita menjawab komen-komen tersebut tetap kita pada koridor pemerintahan.*

9. Apakah ada calon turis atau wisatawan yang bertanya tentang Transportasi atau informasi di Facebook?

*Di kita belum, karena mestinya pariwisata punya blogspot, itu kita sudah kasih link dinas pariwisata disana dan mereka bisa langsung membuka link dinas pariwisata itu sendiri. mereka kelola website sendiri di dinas pariwisata mengenai informasinya di bidang khusus pada dinas pariwisata. Untuk promosi dan kunjungan yang menjelaskan tentu dinas pariwisata karena humas tidak mengetahui lebih dalam soal pariwisata.*

#### **Wawancara dengan Bapak Meiki (Karyawan di Perbantuan untuk mengurus Website) (Narasumber 2)**

1. Bagaimana awal mula dibentuknya website Pemerintah Tana Toraja ?

*Website Pemerintah Tana Toraja sebelum Bupati Bapak Theo sebenarnya sudah ada, dan saya diminta untuk mengelola website tersebut saya coba benahi dan kemudian saya bangun baru. Bupati minta kalo bisa yang ditampilkan mengenai Tana Toraja dan dunia pariwisatanya. Akhirnya saya bangun kembali dan beberapa konten. Pada prinsipnya ini memang sudah bisa diakses oleh dunia luar, ada beberapa informasi dari segi manapun dapat kita tampilkan mengenai pembangunan semua sektor termasuk pariwisata. Dari kita juga akan meminta untuk di link kan kepada website pariwisata. Hanya saja yang harus tampil disini kan dinas pariwisatanya yang harus membackup website, karena informasi mengenai pariwisata itu mereka sendiri yang tau. Apa yang akan mereka lakukan, kegiatan promo apa saja, bagaimana infrastruktur di daerah wisatanya, sampai event yang menjadi kalender tetap di Tana Toraja. Kalo event itu misalnya rambu solok, rambu solok itu kan upacara kematian yang ada di Tana Toraja, jadwalnya itu kan sudah jelas libur anak sekolah juni juli atau lovely desember, nah itulah yang bisa didapat dari website.*

2. Terhitung mulai dari tahun berapa aktif?

*Mulai dari 2011 lah, untuk pembenahan dari sisi tampilan maupun informasi yang ditampilkan.*

3. Menurut Bapak Media itu apa?

*Media merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi, salah satunya untuk menyampaikan berita seputar Tana Toraja, kemudian untuk sarana promosi atau memperkenalkan potensi-potensi yang ada di Tana Toraja.*

4. Mengapa website dipilih sebagai sarana penyebaran informasi mengenai Kabupaten Tana Toraja?

*Menurut saya...dunia informasi sekarang ini dimana saja orang bisa mengakses ya, pertama dengan adanya dunia digitalisasi sekarang dimanapun saja orang bisa akses, lalu dengan mudah mereka dapat apa saja mengenai informasi di suatu daerah terutama mengenai pariwisatanya tinggal dia buka aja website tersebut. Jadi memang kita masih membutuhkan pengetahuan kearah yang lebih baik. Jadi tujuannya untuk penyebaran informasi.*

5. Target khalayak sendiri ?

*Ya di website kita ini ada aduan mengenai masalah, jadi mereka bisa kirim ke email ini ternyata bukan saja orang-orang toraja saja yang berada di perantauan tapi juga kebanyakan orang-orang yang mau mendapatkan informasi tentang tana Toraja sebelum mereka datang kemari. Dan juga ada beberapa mahasiswa dari salah satu perguruan tinggi di Bogor yang melakukan penelitian mengenai Toraja, dia melihat informasi-informasi di website apabila dirasa kurang saya kirimkan ke dia. Jadi dengan adanya website ini saya rasa target ini bukan hanya untuk masyarakat tana toraja saja.*

*Tana Toraja ini sangat unik ya karena tidak seperti kota-kota atau daerah-daerah lain yang memiliki tempat wisata yang berhubungan dengan keindahan alam seperti pantai, gunung, bukit,dll. Yang menjadikan Tana Toraja ini unik adalah salah satu wisata yang menarik untuk wisatawan kunjungi adalah upacara adat kematian orang Toraja yang biasa kita sebut dengan Rambu Solok, tidak hanya itu tetapi wisata-wisata lain seperti rumah-rumah adat, kuburan tebing goa, dan masih banyak lagi bisa di kunjungi oleh wisatawan yang memang ingin mencari wisata unik.*

6. Strategi apa yang digunakan dalam membuat pesan yang ingin disampaikan ?

*Kalau strategi itu sendiri merupakan bagian terpenting dalam sebuah konsep atau rencana yang dibangun. Perencanaan yang baik adalah ketika memiliki strategi bagaimana menjalankannya. Jadi strategi itu seperti penunjuk arah tujuan sebuah rencana mau diapakan dan mau dibawa kemana. Strategi kami sebenarnya simple, sangat menguntungkan ketika wisatawan banyak mengetahui*

*Tana Toraja sebagai destinasi khusus wisata kebudayaannya. Namun dalam pembuatan strateginya pesan yang kami lakukan lebih kepada konsep yang penting dan dapat di mengerti maksud dari pesan tersebut, yang pasti semenarik mungkin kita buat dengan bewarna, diberi gambar dan foto. Kemudian memuat semua informasi mengenai Tana Toraja.*

7. Kalau tadi kata bapak ada wisatawan yang sebelum ke Tana Toraja mengirimkan email mengenai apa itu pak?

*Mereka kebanyakan mau menanyakan info-info mengenai event pariwisata, terutama rambu solok upacara syukuran karena mereka kan mau tau, terkadang 6bulan sebelumnya mereka mau minta jadwal tersebut, kapan dibulan ini kira-kira sampai detail sekali. Tapi karena di Toraja ini sudah ada 2 kabupaten kan, jadi saya mau tidak mau juga informasikan yang di Toraja Utara walaupun di toraja utara juga ada website.*

8. Website sudah cukup membantu untuk calon wisatawan yang mengakses informasi ?

*Saya rasa mereka sudah dapat terbantuan, saya piker sekarang mereka sudah dapat mengakses secara langsung informasi yang ingin di cari.*

9. Email apakah di cek?

*Kita cek setiap hari, yang bisa mengakses 2 orang disini . dan setiap senin pagi saya datang ke humas kira-kira apa yang harus dibenahi pada media center. Seperti website tidak ada press release, sekarang mereka update lewat media social seperti facebook. Teman-teman humas update di grup, saya langsung ambil dari sana. Untuk link menuju facebook blm ada, tapi dari website sudah ada link menuju facebook.*

10. Menurut bapak, dari 2011-2015 apakah ada peningkatan dari penggunaan website?

*Sangat tinggi sekali jumlah orang yang mengakses website, tapi sebenarnya bisa di tampilan, perubahannya sangat signifikan. Bahkan informasi dari kementrian menginformasikan semua keputusan, UUD, itu dari website resmi dari pemda masing-masing, mereka langsung update di website. Website ini terdaftar di kominfo.*

11. Kalo jasa pariwisata swasta yang dimiliki Tana Toraja seperti hotel, transport ?

*Masuk di dinas pariwisata, terdapat website di Dinas Pariwisata. Saya sebenarnya sudah dikatakan kepada dinas pariwisata untuk satu link saja mengenai informasi apapun mengenai tana toraja, Cuma memang harus ada orang yang intens untuk memberikan data tersebut. Sampai sakarang masih jalan. Tetapi orang lebih interaktif website pemkab untuk bertanya dll. Seharusnya di satukan saja bisa, dan benwith tinggi sampai 3 giga website ini. Jadi saya berharap semua dinas tidak harus ada website sendiri lagi biar jadi satu.*

12. Apakah ada upaya mempromosikan atau memperkenalkan secara khusus tentang link website pemerintah tana toraja?

*Media sosial mempromosikan website, secara resmi blm ada. Tetapi dari sana kita harus siapkan betul mengenai informasi tentang tana toraja sebaik mungkin.*

### **Wawancara dengan Bapak Sitohang (Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja) (Narasumber 3)**

1. Pariwisata menurut Bapak apa?

*Pariwisata merupakan salah satu potensi di Tana Toraja yang menjadi bagian yang penting, seperti Kabupaten Tana Toraja banyak diketahui oleh masyarakat baik nusantara maupun asing adalah potensi pariwisatanya yang berbau kebudayaan serta upacara adatnya. Pariwisata sendiri membantu pembangunan di Kabupaten Tana Toraja. Pariwisata juga dapat menjadi sebuah identitas dari keberadaan sebuah wilayah.*

2. Menurut bapak sebagai Dinas Pariwisata, Citra pariwisata itu apa ?

*Citra sendiri merupakan gambaran yang ditangkap oleh orang atau wisatawan melalui media yang di promosikan. Citra adalah sesuatu yang melekat pada sebuah tempat. Citra pariwisata di Tana Toraja terbentuk melalui kebudayaan yang dimiliki, acara-acara adat yang dimiliki seperti acara upacara kematian salah satunya dan sebenarnya masih banyak lagi tempat-tempat wisata yang dapat dikunjungi di Tana Toraja.*

3. Mengapa website dipilih untuk salah satu media pemasaran pariwisata tana toraja?

*Jadi terkait promosi pariwisata ada cara yang dilakukan promosi langsung seperti pementasan seni dan budaya daerah, ada juga media elektronik, media*

surat kabar, dll dengan banyak cara. Tetapi kita mengacu kepada pemanfaatan website yang ada, memang itu sangat tepat sekali karena untuk menyampaikan informasi kepada wisatawan itu jauh lebih cepat ketika melalui website daripada kita melakukan promosi secara langsung dan itupun membutuhkan biaya yang cukup banyak. Cuma yang jadi permasalahan dikita adalah untuk kelola website yang ada selain tidak ditunjang dengan SDM yang ada, minimnya prasarana yang ada. Jadi website kapasitas yang ada 1,5-2 MB jadi memang sangat kecil sekali, jadi jika ada data masuk ya terbatas, kemudian operator yang disini juga pengetahuannya blm cukup untuk memasukkan serta memasukan data. Jadi sekarang ini saya mencoba menggunakan tenaga dari pemda, sehingga bisa membantu untuk mengupload data yang ada.

4. Ada dua media di pemerintah tana Toraja, tujuan dipisahkan ini apa?

Kemarin saya sudah sarankan kepada pimpinan yang lama kita menggunakan satu saja web di pemda, agar orang tidak bingung. Tetapi kembali lagi pada masing-masing pimpinan punya trik tersendiri sehingga tetap dibangun website ini. Jadi sebenarnya juga ingin saa cukup satu website saja tapi memuat banyak link nantinya tentang link pariwisata, link perkebunan misalna.

5. Target pengakses website sendiri ?

Tentu untuk nasional dan mancanegara, itu dia karena tidak ditunjang dengan SDM yang ada. Sekarang saya plot lagi staff saya yang pintar bahasa inggris untuk bekerja sama dengan pak Meiki supaya bisa dimuat di website itu sendiri.

6. Menurut bapak kenapa website digunakan sebagai salah satu media untuk pemasaran Tana Toraja?

Itulah, karena biaya yang kecil ketika kita menyampaikan informasi melalui website dibanding kita harus melakukan promosi secara langsung, misalnya operator yang kita bayar setiap bulannya itu tidak seberapa makanya kita perlu disitu.

7. Mungkin beberapa teman yang ingin ke toraja, bagaimana memberikan pemahaman atau aware kepada masyarakat tentang website dan informasi yang ada didalamnya ?

Sebetulnya web kita disini sudah dapat menyebarkan informasinya, karena kita juga mempunyai booklet, leaflet yang kita tempatkan di airport atau juga di hotel, nah darisitu lah bisa dibuka ada alamat emailnya.

8. Kalau di Dinas Pariwisata sendiri apakah ada rapat rutin untuk mengevaluasi terkait website ?

*Paling saya langsung membicarakan kepada operator yang mengurus soal website. Saya terus terang ya, ini kita punya website disini kita belum bisa menyampaikan secara lengkap dan masih sangat minim apalagi yang namanya memberikan informasi kepada wisatawan, jadi pernah dibuka di kementerian, kenapa dikit sekali informasinya karena keterbatasan dari staff sendiri.*

9. Lalu ada keterkaitan dari dinas pariwisata kepada hotel, jasa transportasi, dll?

*Belum, jadi mereka usaha sendiri. yang kita informasikan disini baru acara-acara adat, kegiatan-kegiatan kita, kalau seperti harga atau tarif hotel mereka yang menentukan sendiri dan sulit untuk kita memberikan informasi tersebut karena yang selalu berubah-ubah ya.*

10. Selain melalui media website kira-kira apalagi pak usaha untuk memasarkan pariwisata?

*Tadi itu yang saya katakan, ada beberapa hal. Ada yang melalui media elektronik, surat kabar, advertorial, Koran, promosi langsung seperti bawa delegasi ke luar kota dan kita promosikan Tana Toraja kepada orang lokal maupun wisatawan asing.*

11. Sejauh mana hubungan dinas pariwisata dengan swiss contact?

*Jadi begini, toraja kan masuk dalam kawasan strategi pariwisata nasional 16 destinasi. Kemudian dari kawasan tersebut mereka mendampingi kita dalam hal partner perencanaan pariwisata, 4 tahun berjalan datanglah swiss contact yang juga menggunakan demo, untuk melihat program yang dilakukan dengan pemerintah. Jadi program yang sudah kita buat ini akan dikembangkan oleh swiss contact, nah swiss contact ini kita namakan pengembangan pariwisata 2 yang pengembangan wisata 1 itu di NTT. Pengembangan wisata 2 ini ada 3 destinasi salah satunya Toraja untuk program 4 tahun kedepan. Jadi mereka akan mengupayakan pengembangan pariwisata dengan sokongan dana dan usaha seperti pengembangan booklet, leaflet, majalah pariwisata, kegiatan promosi yang kita lakukan, pengembangan SDM yang bekerjasama dengan sektor pariwisata.*

*Selama ini kita hanya menjual budaya kita, sehingga terkesan bahwa objek yang ada di Tana toraja itu monoton atau takut apabila upacara adat. Tapi menurut pengamatan saya banyak yang suka. Dengan adanya kepemimpinan yang sekarang dari awal kita harus melakukan difrenisasi pariwisata, bukan budaya saja yang kita jual, kita berangkat dari lingkungan yang ada, seperti wisata alam air terjun, wisata religi. Tidak cukup kita hanya menjual daya tarik budaya yang menyeramkan.*

**Dicky (Lembaga Swiss Contact cabang Tana Toraja) (Narasumber 4)**

1. Dari swiss contact menentukan daerah yang patut dikembangkan dasarnya ?

*Dari swiss contact menawarkan kepada pemerintah Indonesia kepada pemerintah swiss terkait destinasi atau obyek pariwisata yang bisa dikembangkan, dari pemerintah swiss mau mengambil yang mana, dan swiss memilih toraja dengan beberapa pertimbangan.*

2. Kurangnya pengembangan wisata toraja sendiri, apa website sudah cukup efektif ?

*Dulu toraja sendiri pernah booming, tingkat wisatawannya tinggi, tapi karena beberapa hal seperti krismon sektor pariwisata tersebut menurun, kenapa kita memilih toraja sendiri karena dahulu toraja pernah maju nih dalam hal pariwisatanya jadi kami ingin membangun kembali dan kembangkan lagi. Salah satu program kami dari swiss juga mengembangkan potensi wisata, kemudian dalam hal SDM meningkatkan daya saing kita beri pelatihan, workshop untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan. Program kami sampai tahun 2018, setelah itu keberlanjutannya diharapkan bisa melanjutkan program-program yang ada.*

3. Kalau dari pemerintah sendiri apakah sudah cukup ?

*Dari dua kabupaten ini sudah bagus, mereka menyadari potensi pariwisata menjadi pendapatan daerah. Jadi belum ada masalah untuk hal kerjasama antara swiss dengan pemerintah. Bahkan kita juga berusaha bekerja sama dengan hotel, pemilik restoran, guide, kemudian kita link kan langsung dengan pemerintah.*

4. Kendala orang apakah info sudah kuat?

*Kalau informasi sekarang lebih banyak dan lebih terbuka orang bisa mengakses dari mana saja, misalnya telpon, computer, dan ga hanya dari buku., kalo kita tarik benang mereah kebelakang informasi yang dulu didapat tanpa info yang memadai karena tidak ada internet. Kalau dibandingkan yang dulu informasi*

*sekarang sudah cukup mudah dengan adanya online seperti blog orang-orang, kemudian offline adanya buku, leaflet.*

5. Untuk sektor pariwisata sendiri apakah mengalami kenaikan atau penurunan pada dari tahun 2012 misalnya sampai sekarang ?

*Kalau kita lihat kebelakang dari tahun ketahun dari datanya, ya jumlah kunjungan wisatawan naik baik wisatawan nusantara maupun mancanegara ya naik terus. Tapi ada beberapa yang memperngaruhi seperti orang-orang yang hanya datang satu kali tapi tidak kembali lagi*

