

Kemitraan Pemerintah Daerah Dengan Badan Promosi Pariwisata Daerah Dalam Pemasaran Objek Wisata Permandian Alam Ompo Kabupaten Soppeng

Hardianto Hawing^{*}, Mutmainnah¹ dan Ratna Nengsi R¹

¹*Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259, Makassar 90221*

Abstrak

Artikel ini membahas bentuk Kemitraan Pemerintah Daerah dan Badan Promosi Pariwisata Daerah dalam Pemasaran Objek Wisata Permandian Alam Ompo Kabupaten Soppeng dan untuk mengetahui faktor-faktor apa mempengaruhi Kemitraan Pemerintah Daerah dan Badan Promosi Pariwisata Daerah Pemasaran Objek Wisata Permandian Alam Ompo Kabupaten Soppeng. Pariwisata membutuhkan kemitraan berbagai pihak tidak semata-mata berjalan sendiri tanpa dukungan dari berbagai pihak. Jenis penelitian menggunakan kualitatif dengan tipe penelitian studi kasus yang bertujuan untuk mengetahui gambaran umum sebagai data dikumpulkan dilapangan secara objektif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi jumlah sebanyak 7 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemitraan Pemerintah Daerah dengan Badan Promosi Pariwisata Daerah berdasarkan Kemitraan (kerjasama) berkaitan dengan pariwisata adalah kerjasama antara satu organisasi bertujuan memfasilitasi pemasaran destinasi objek wisata Kabupaten Soppeng (Permandian Alam Ompo) untuk mempermosikan potensi-potensi wisata di Kabupaten Soppeng mereka harus mengetahui sejumlah destinasi-destinasi wisata memiliki aspek menjanjikan salah satunya adalah promosi sosial media.

Kata Kunci: Kemitraan; Pemasaraan Pariwisata; Pariwisata.

Abstract

The article discusses about partnership local government and promotion agency of local tourism in tourist attraction Permandian Alam Ompo Kabupaten. Soppeng and to know factors influence the partnership local government and promotion agency of local tourism in tourist attraction Permandian Alam Ompo Kabupaten Soppeng. Tourism needs any kinds of partnership institute and can't go through by itself without support from many people. This research used qualitative research with The type of this research have purpose to know the general description as a data collected objectively. The data collection technique used observation method, interview, and documentation through 7 people. The result of this research showed that partnership local government with promotion agency of local tourism. In this case based on cooperation and relation with tourism between an organization with purpose to facilitate the destination of promotion agency in Kabupaten. Soppeng. They have to knowyof tourism destination which had a good aspect. One of them will promote by social media.

Keyword : Partnership; Tourism Marketing; Tourism

* Penulis Korespondensi

E-mail: hardiantohawing@gmail.com

1. Pendahuluan

Pemerintah merupakan pelayanan masyarakat maka sepatunya memberikan kontribusi yang maksimal terhadap perkembangan sebuah daerah baik itu bidang pendidikan, politik, dan tidak kalah penting adalah sektor pariwisata yang banyak dijadikan oleh beberapa daerah sebagai usaha untuk mendapatkan pendapatan asli daerah. Promosi-promosi yang dilakukan adalah menjual keragaman wisata dan budaya Indonesia, hal inilah ditanggapi positif dengan banyaknya wisatawan dari mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Indonesia yang memiliki keragaman budaya dan wisata melimpah itu mampu mengatasi masalah-masalah mendasar dengan penguatan ekonomi dari penerimaan devisa/pendapatan daerahnya dengan itulah sebagai negara yang memiliki keragaman melimpah indonesia dapat mengembangkan potensinya, misalnya dari segi pariwisata sebab wisatawan yang berkunjung ke Indonesia mencari atau menikmati keindahan pariwisata Indonesia sehingga memberikan efek dominan bagi dalam maupun luar negeri, bila dari luar negeri negara kita semakin terkenal maka bagi dalam negeri negara kita dapat menambah devisa guna mengangkat kesejahteraan masyarakat yang ada saat ini.

Pariwisata memiliki peran yang besar dalam pembangunan nasional. Karena selain menghasilkan pendapatan dan sekaligus sebagai penghasil devisa, sektor pariwisata berkaitan erat dengan penanaman modal asing. Turis-turis yang datang ke Indonesia adalah termasuk mereka yang berhubungan bisnis dengan Indonesia. Upaya pengembangan kegiatan pariwisata diperlukan pengaturan-pengaturan alokasi ruang yang dapat menjamin *sustainable development* guna mencapai kesejahteraan masyarakat seperti yang tercantum dalam peraturan daerah Kabupaten Soppeng No 03 Tahun 2008 Pasal 18 yang menyangkut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Dinas ini mempunyai tugas untuk melaksanakan sebagian kewenangan atau urusan Pemerintah Daerah berdasarkan asas otonomi yang tugas pembantuan dibidang Kebudayaan dan

Pariwisata yang menjadi tanggung jawab dan kewenangannya berdasarkan peraturan perundang-undang yang berlaku.

Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip dasar dalam penataan ruang yang bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya buatan secara berdaya guna, berhasil guna, dan tepat guna untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, mewujudkan perlindungan fungsi ruang dan mencegah serta menanggulangi dampak negatif terhadap lingkungan, dan mewujudkan keseimbangan kepentingan kesejahteraan dan keamanan. Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, seperti yang didalam Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata usaha barang pariwisata dan usaha lain yang terkait dengan bidang tersebut. Industri pariwisata adalah suatu susunan organisasi, baik pemerintah maupun swasta, yang terkait dalam pengembangan, produksi dan pemasaran produk suatu layanan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang sedang berpergian Pariwisata di daerah-daerah sangatlah banyak bila mampu memanfaatkan potensi-potensi yang ada,. Pemerintah dan masyarakat daerah saling membantu dalam pengembangan tersebut sehingga mengangkat segi ekonomi, budaya dan pendidikan daerah.

Pariwisata sangat mampu dalam mengatasi masalah kesejahteraan bila dikembangkan secara profesional. (Jurnal Nengsi,2014). Usaha pengembangan pariwisata tidak hanya pemerintah yang melakukan sendiri tetapi pihak-pihak lain juga ikut adil dalam pembangunan infrastruktur pendamping ini guna meningkatkan pendapatan dari sektor ekonominya. Menurut Charles Kaiser Jr. Dan Larry E. Helber dalam bukunya menjelaskan tingkat-tingkat perencanaan pariwisata itu dimulai dari pengembangan pariwisata daerah yang mencakup pembangunan fisik objek dan atraksi wisata. Setelah itulah dilakukan, kita akan dapat melihat bagaimana perkembangan dari jumlah berkunjung wisatawan apabila

ternyata mencapai target yang telah ditetapkan selanjutnya akan memikirkan sistem prioritas.

Hal demikian terjadi di Permandian Alam Ompo, dimana Kemitraan Pemerintah dengan Badan Promosi Pariwisata Daerah serta Masyarakat tidak berjalan dengan baik di karenakan Wisata Permandian Alam Ompo kurang member ruang dalam pembangunan sumber daya manusia dikarenakan ada dinding-dinding pemisah antara pariwisata dan sosial budaya masyarakat Ami Suwardi Putra (2013:199) bahwa berdasarkan sapek manajemen secara umum manajemen atraksi didesa Wisata Permandian Alam Ompo kurang member ruang pada pembangunan sumber daya manusia member pemisah antara pariwisata dan sosial budaya masyarakat keterbatasan pemanfaatan teknologi dan minimnya peroranisasian, komunikasi masyarakat.

Permandian Alam Ompo merupakan salah satu objek wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi, utamanya jika rekreasi bersama-sama dengan keluarga dan handautaulan terdekat. Permandian Alam Ompo yang terdekat di Kelurahan Ompo Kecamatan Lalabata dapat ditempuh dengan jarak 3 km sebelah utara ke Watangsoppeng ibu kota Kabupaten Soppeng. Wisata Permandian Alam Ompo, sangat dikenal dengan permandian alamnya yang memiliki kejernihan yang tidak ada duanya di Kabupaten Soppeng. Selain dingin juga dikenal dengan kesegarannya, hingga oleh sebagian masyarakat Soppeng, sumber mata air di Permandian Alam Ompo dijadikan sebagai sumber air bersih yang dikelola menjadi air mineral oleh sebuah perusahaan swasta berskala nasional. Pariwisata di Kabupaten Soppeng ini merupakan kesempatan yang sangat baik bagi Pemerintah Daerah untuk membuktikan kemampuannya dalam melaksanakan kewenangan yang menjadi hak daerah.

Maju atau tidaknya suatu daerah sangat ditentukan oleh kemampuan dan kemauan untuk melaksanakan yaitu Pemerintah Daerah. Pemerintah Daerah bebas berkreasi dan berekspresi dalam rangka membangun

daerahnya, tentu saja dengan tidak melanggar ketentuan hukum yaitu perundang-undangan. Selain itu hal yang menjadi tolak ukur dari Pemerintah Daerah dengan Badan Promosi Pariwisata Daerah dalam Pemasaran Objek Wisata ini adalah terdapat tiga pendekatan atau tahap yang dijalankan oleh mereka yang terlibat dalamnya yakni menelaah dan memahami masalah, menentukan kebijakan bersama dan impemelentasi.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif merupakan penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan agar penelitian dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai fakta di lapangan. Selain ini landasan teori bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Adapun pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan Kabupaten Soppeng dan topik penelitian adalah Kemitraan Pemerintah dengan Badan Promosi Pariwisata Daerah dalam Pemasaran Objek Wisata Permandian Alam Ompo di Kabupaten Soppeng. Lokasi penelitian dilakukan di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Soppeng dengan Permandian Alam Ompo Kelurahan Ompo Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli sampai Agustus 2017 dengan terjun langsung untuk melaksanakan wawancara kepada semua yang menjadi fokus penelitian dengan jumlah informan 7 orang, 2 orang Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2 orang Pengelola Permandian Alam Ompo selaku petugas permandian, 1 orang tokoh masyarakat, dan 2 orang Pengunjung selaku penikmat keindahan permandian. Jadwal wawancara yaitu 05 Juli 2017 untuk pihak Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di Kabupaten Soppeng, 06 Juli 2017 untuk Pengelola Permandian Alam Ompo, 10 Juli 2017 untuk pihak masyarakat sekitar permandian, 11 Juli 2017 untuk pihak pengunjung Permandian Alam Ompo.

3. Pembahasan Dan Hasil

Perencanaan dan pengeolalan pariwisata di suatu destinasi tidak terlepas dari keterlibatan beberapa kelompok masyarakat baik mereka yang terlibat langsung maupun tidak langsung. Kemitraan (Kerjasama) bahwa bentuk pengelolaan daya tarik wisata yang terintergrasi. Intraksi ini akan melibatkan beberapa pihak seperti industri akomodasi, perjalanan, dan transportasi pemerhati, dan percinta lingkungan dan budaya, institusi pendidikan dan nirlaba (*non-profit organization*), pemerintah serta masyarakat. Oleh karena itu, salah satu bentuk kemitraan (kerjasama) yang berkaitan dengan pariwisata adalah kerjasama antara satu organisasi atau instansi dengan instansi lain yang bertujuan untuk memfasilitasi pemasaran destinasi objek wisata di Indonesia yang dilakukan dengan berbagai aktivitas. Kegiatan dalam bentuk melakukan promosi pariwisata melalui social media intraksi di sosial media adalah hal yang sangat di gandrungi masyarakat saat ini akses informasi pun tak mengenal ruang dan waktu.

Untuk mengetahui bagaimana bentuk Kemitraan Pemerintah Daerah dengan Badan Promosi Pariwisata Daerah dalam Pemasaran Objek Wisata Permandian Alam Ompo di Kabupaten Soppeng, beberapa karakteristik kemitraan yang di kemukakan oleh Selin, 1999; Parker 2000. Untuk mengetahui tahap yang dapat dijalankan suatu Kemitran atau kerjasama yaitu: Menelaah dan memahami masalah (*problem-setting*) adalah Kedua pihak diharapkan menganalisis secara seksama dan mendalam hal-hal apa yang menjadi kebutuhan bersama dan tantangan atau hambatan yang mungkin dihadapi ketika akan melakukan kerjasama atau kemitraan.

Tentunya identifikasi dan analisis ini dilakukan secara bersama-sama dan saling pengertian dengan prinsip bahwa Identifikasi ini semata-mata bertujuan agar program yang dijalankan betul-betul memberikan manfaat kepada kedua pihak. Hasil wawancara dan temuan di lokasi peneliti, dapat disimpulkan bahwa menelaah dan memahami masalah yang di miliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Soppeng sudah baik

namun perlu di tingkatkan dari segi kualitas mutu sumber daya manusianya. Hal ini dapat dilihat dari menelaah dan memahami masalah karena keberedaan sumber daya manusia sangat berperan penting dalam pemasaran sebuah objek wisata itu sendiri, kenyaatan saat ini sebagian besar pemandu wisata masih tradisonal hanya warga sekitar Kawasan Wisata Permandian Alam Ompo.

Menentukan Kebijakan Bersama adalah Telah disepakati hal-hal apa yang akan dilakukan dalam rangka kemitraan tersebut. Tahap ini lebih mengarah pada teknis atau kegiatan yang akan dilakukan dalam menghadapi dan mengatasi masalah yang telah diidentifikasi bersama. Pada tahap ini telah di hasilkan struktur, rancana priode pelaksanaan kegiatan serta hal-hal yang bersifat berjalan agar program kerja dapat berjalan dengan baik. Adapun hasil wawancara terhadap informan di lokasi tentang menentukan kebijakan bersama yang telah ditetapkan tentunya akan melahirkan kebijakankebijakan bersama yaitu salah satunya mengadakan kemitraan antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Badan Promosi Pariwisata Daerah, dan Pata Indonesia *Chapter* serta Masyarakat sekitar kawasan wisata Permandian Alam Ompo, untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Soppeng khusus Pemandian Alam Ompo dengan melakukan kegiatan pencarian kandidat duta wisata, serta salah satunya yang akan dilakukan duta wisata adalah melakukan promosi pariwisata melalui sosial media.

Interaksi di sosial media adalah hal yang sangat digandrungi masyarakat saat ini, akses informaasi pun tak mengenal ruang dan waktu. Implementasi (*structuring concern*) pihak-pihak yang terkait telah mengemplementasikan rencana kegiatan yang telah disepakati sebelumnya. Pada tahap ini pula, evaluasi dan monitoring menjadi bagian yang tak terpisahkan agar program kerja yang dijalankan dapat lebih ditingkatkan dari segi kualitas. Sebagai kesimpulan upaya-upaya yang perlu dilakukan adalah: Peningkatan koordinasi dan kerjasama dari seluruh pihak yang terkait untuk menyusun perancangan kebijakan yang lebih berkompeten,

peningkatan kualitas SDM pendukung untuk melaksanakan operasionalisasi Kepariwisata, adanya keterlibatan masyarakat secara umum untuk lebih “merasa memiliki” sehingga diharapkan masyarakat memberikan masukan dan bantuan yang konstruktif terhadap peningkatan Kepariwisata di Kabupaten Soppeng Kecamatan Lalabata Kelurahan Ompo.

Kemitraan merupakan perencanaan dan pengelolaan pariwisata di suatu destinasi tidak terlepas dari keterlibatan beberapa kelompok masyarakat baik mereka yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Kemitraan menurut Buckley (2010) berpendapat bahwa kemitraan merupakan bentuk pengelolaan daya tarik wisata yang terintegrasi (*integrative management*). Interaksi ini akan melihat beberapa pihak seperti industri akomodasi, perjalanan dan transportasi, pemerintah dan lingkungan dan budaya, institusi pendidikan, organisasi non-pemerintah dan nirlaba (*non-profit organization*), pemerintah serta masyarakat (Eagles, 2009; Yall. Garrod, dan Leask, 2003). Kemitraan terkadang diartikan dengan istilah kolaborasi. Bramwell dan Lane (2000:4) mengemukakan bahwa ‘*Collaboration involves relationships between stakeholders when those parties interact with each other in relation to a common issue or “problem domain”*. Kolaborasi melibatkan hubungan antara berbagai proses interaksi satu sama lain untuk mencari ataupun melakukan hal-hal dalam mengatasi isu-isu ataupun masalah yang sedang menjadi perhatian kedua belah pihak.

Dalam mengimplementasikan kemitraan, terdapat tiga pendekatan atau tahap yang dapat dijalankan oleh mereka yang terlibat dalam kemitraan yakni menelaah atau memahami masalah (*problem-setting*), memahami, menganalisis atau menentukan kebijakan bersama (*direction setting*) dan tahap implementasi (*structuring concern*) (Selin, 1999; Parker, 2000). Pada bagian pertama Undang-undang Kemitraan (partnership) 1890, mendefinisikan kemitraan sebagai berikut: “*the relationship which subsists between persons carrying on a business with a view to profit*”, (suatu hubungan yang

timbul antara orang dengan orang untuk menjalankan suatu usaha dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan) (dalam Ibrahim 2006:26). Menurut Sumarto (2009:116), Kemitraan adalah hubungan yang terjadi antara *civil society*, pemerintah dan atau sektor swasta dalam rangka mencapai suatu tujuan yang didasarkan pada prinsip kepercayaan, kesetaraan, dan kemandirian.

Kemitraan merujuk pada Mohr dan Spekman adalah hubungan strategi yang secara sengaja dirangsang atau dibangun antara perusahaan-perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, manfaat bersama dan saling ketergantungan yang tinggi (dalam Jane 2011:193). Pemasaran Pariwisata yang dikemukakan oleh Yoeti (dalam Muljadi, 2009), adalah seluruh kegiatan untuk mempertemukan permintaan dan penawaran, sehingga pembeli mendapat kepuasan dan penjual mendapat keuntungan maksimal dengan risiko seminimal mungkin. Kebanyakan orang beranggapan bahwa pemasaran hanyalah menjual dan mengiklankan sesungguhnya penjualan dan iklan hanyalah puncak dari pemasaran saat ini pemasaran harus dipahami tidak dalam pemahaman kuno sebagai membuat penjualan, tetapi dalam pemahaman modern yang memuaskan kebutuhan pelanggan. (dalam Kotler dan Armstrong, 2008:6) “tujuan pemasaran adalah membuat penjualan tidak diperlukan lagi”. Penjualan dan iklan hanyalah sebagian dari bauran pemasaran yang lebih besar seperangkat sarana pemasaran yang berkerjasama untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan menciptakan hubungan dengan pelanggan.

Pariwisata adalah produk tidak terwujud dan lebih sulit untuk pasar dari produk nyata seperti mobil. Sifat tidak terwujud jasa membuat kontrol kualitas yang sulit namun penting. Hal ini juga membuat lebih sulit bagi pelanggan potensi untuk mengevaluasi dan membandingkan penawaran layanan. Selain itu, bukanya memindahkan produk ke pelanggan, namun pelanggan harus melakukan perjalanan ke produk (daerah/masyarakat) (Raju 2009). Mc. Intosh dan Gorder Pariwisata adalah ilmu dan bisnis yang dapat

menghimpun pengunjung, termasuk didalamnya berbagi akomodasi dan catering yang dibutuhkan dan diminati oleh pengunjung. James J Spillane Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain dan bersifat sementara, dilakukan perorang atau pun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan, keserasian dalam dimensi sosial budaya dan ilmu Pariwisata

Menurut Salah Wahab (2003: 143), pariwisata merupakan perpindahan sementara organisasi dari bermacam-macam tempat tinggal, iman dan agama, dan yang mempunyai pola hidup yang berbeda, beragama harapan, banyak jenis kesukaan dan hal-hal yang disukai, serta motivasi-motivasi yang tidak dapat dibuat standarnya karena kesemuanya ini adalah ungkapan pikiran dan endapan perasaan serta tingkah laku yang berupa dalam jangka panjang menurut tempat dan wisata.

Menurut Kurt Morgenroth, pariwisata dalam arti sempit adalah lau-lintas orang-orang yang meninggalkan tempat kediamannya untuk sementara waktu, untuk berpesiar di tempat lain semata-mata sebagai konsumen dari buah hasil perekonomian dan kebudayaan, guna memenuhi kebutuhan hidup dan budayanya atau keinginan yang beraneka ragam dan pribadinya. Pariwisata secara etimologi berasal dari dua kata yaitu "Pari" dan "Wisata". pari berarti berulang-ulang atau berkali-kali. Pariwisata adalah suatu perjalanan sementara waktu, yang diselenggarakan dari tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafka ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasyah dan rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata adalah suatu kegiatan kemanusiaan berupa hubungan antara orang baik dari Negara yang sama antara neegara atau hanya dari daerah lain atau benua lain untuk memenuhi berbagai

kebutuhan kecuali kegiatan untuk memperoleh penghasilan, meskipun pada perkembangan selanjutnya batasan "memperoleh penghasilan" masih kabur.

4. Kesimpulan

Kemitraan (kerjasama) berkaitan dengan pariwisata adalah kerjasama antara satu organisasi atau instansi dengan instansi lainnya yang bertujuan untuk memfasilitasi pemasaran destinasi objek wisata di Indonesia yang dilakukan dengan berbagai aktivitas.

Hasil penelitian yang dilakukan di Kantor Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Soppeng, serta di Permandian Alam Ompo Kelurahan Ompo Kecamatan Lala Bata Kabupaten Soppeng akan penulis uraian sebagai berikut: Menelaah Dan Memahami Masalah yang di miliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Soppeng sudah baik namun perlu di tingkatkan dari segi kualitas mutu sumber daya manusianya. Hal ini dapat dilihat dari menelaah dan memahami masalah karena keberedaan sumber daya manusia sangat berperan penting dalam pemasaran sebuah objek wisata itu sendiri, kenyataan saat ini sebagian besar pemandu wisata masih tradisonal hanya warga sekitar kawasan Wisata Ompo. Warga ini pula yang menentukan kebijakan bersama dan yang telah ditetapkan tentunya akan melahirkan kebijakan-kebijakan bersama yaitu salah satunya mengadakan kerjasama antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, badan promosi pariwisata daerah, dan pata Indonesia chapter serta masyarakat sekitar kawasan wisata Ompo, untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di kabupaten Soppeng khusus Permandian Alam Ompo dengan melakukan kegiatan pencarian kandidat duta wisata, serta salah satunya yang akan dilakukan duta wisata adalah melakukan promosi pariwisata melalui sosial media.

Interaksi di sosial media adalah hal yang sangat digandrungi masyarakat saat ini. Akses informasi pun tak mengenal ruang dan waktu. Implementasi upaya-upaya yang perlu dilakukan adalah: peningkatan koordinasi dan kerjasama dari seluruh pihak yang terkait

untuk menyusun perancangan kebijakan yang lebih berkompeten. peningkatan kualitas sumber daya masyarakat (SDM) pendukung untuk melaksanakan operasionalisasi Kepariwisata, adanya keterlibatan masyarakat secara umum untuk lebih “merasa memiliki” sehingga diharapkan masyarakat memberikan masukan dan bantuan yang konstruktif terhadap peningkatan Kepariwisata di Kabupaten Soppeng Kecamatan Lala Bata kelurahan Ompo.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan rasa terima kasih teramat luar biasa dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah banyak membantu dan memberikan motivasi dalam penulisan karya ini. Kepada semua yang terlibat senantiasa mengajarkan dan memberikan semangat luar biasa ketika penulis menemui hambatan dari kesesatan dan keterbatasan. Semoga tulisan ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan, menambah khasanah kajian Ilmu Komunikasi, dan secara praktis memberikan tawaran langkah kongkrit dalam menyelesaikan persoalan-persoalan bangsa khususnya dalam realitas pengembangan Pariwisata di Indonesia.

Daftar Pustaka

Jurnal

Buckley, (2010). Jurnal P3m Poleteknik Pariwisata Makassar Pusat Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat” *Kemitraan Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata Dan Industri Hospitality*, Kampus Politeknik Pawirisata Makassar.

Melyanti Imelda Merry, (2014). Jurnal Kebijakan Dan Menejemen Publik, Pola Kemitraan Pemerintah, Civil Society, Dan Swasta Dalam Program Bank Sampah Di Pasar Baru Kota Probolinggo, Universitas Muhammadiyah Makassar.

Riskayana, Kadir Abdul, Taufik Ahmad, (2012). Jurnal Partisipasi Masyarakat Dalam

Pengelolaan Objek Wisata Alam Pantai Karsut Di Desa Kampala Kecamatan Arungkeke Kabupaten Jeneponto. Universitas Muhammadiyah Makassar.

Rani Deddy Prasetya Maha (2014). Jurnal Perkembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep Madura Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang). Universitas Airlangga.

Buku

Hadiwijoyo. Suryo,Sakti (2012). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat, Jilid 1*,Graham Ilmu, Yogyakarta.

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.

Raju, B.S & Turi, Z.G., (2012). Rheumatic Fever.*In: Bonow, R.O.Et.Al., Ed. Braunwald’s Heart Disease: A Text book Of Cardiovascular Medicine. Ed.9; Vol.1. Philadelphia: Elsevier Saunders, 1868-1875.*

Salah Wahab. 2003. Manajemen kepariwisataan. Jakarta: Prandnya Paranita

Selin,Steve, (2000). Developing A Typogy Of Sustainable Tourism Partnerships. Dalam Bramwell, Bill, Dan Lane, Bernard Editor. Tourism Collaboration And Partnerships: Politics, Practice And Sustainability, Clevedon: Channel View Publications. Hal 129-142.

Warpani P. Suwarjoko, Warpani P.Indira (2007). Pariwisata dalam tata ruang wilayah, ITB Bandung, hal.6

Yeoti. Oka, A (2005). *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*, Penerbit , Pt.Pradnya Pramita,Jakarta.