

Type of Research Article (Original Article)

Penerapan Kebijakan Aplikasi Tourism Makassar Sebagai Media Promosi di Dinas Pariwisata Kota Makassar

Usman Umratul Hijriah^{1*}, Mappamiring², Iswadi Amiruddin³

¹Ilmu Administrasi Negara, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

²Ilmu Administrasi Negara, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

³Ilmu Administrasi Negara, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

*Correspondence: usmanhijria@gmail.com

Abstract: *The aim of the research is to determine the implementation of the Makassar Tourism Application Policy as a Promotional Media in the Makassar City Tourism Office. This type of research is qualitative research with descriptive research type. Data collection techniques use observation, interviews and documentation methods. The results of the research are that communication in the Makassar Tourism application at the Makassar City Tourism Office always prioritizes communication, the communication referred to here is socialization. Therefore, each field always holds activity meetings in each field so that employees can communicate directly with tourists who come from outside Sulawesi so they can implement a good and polite communication system towards tourists. Resources in the existing Makassar Tourism application. The Makassar City Tourism Office continues to strive to improve the human resources in the office, because Makassar City is a city that is famous for its tourist attractions that can attract tourists, culinary food, etc.*

Keywords: *application, makassar tourism application, promotional media*

Abstrak: Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Penerapan Kebijakan Aplikasi Tourism Makassar Sebagai Media Promosi di Dinas Pariwisata Kota Makassar. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian yaitu Komunikasi pada aplikasi Tourism Makassar di kantor Dinas Pariwisata Kota Makassar selalu mementingkan komunikasi, komunikasi yang dimaksud disini adalah sosialisasi. Oleh karena itu setiap bidang selalu mengadakan yang namanya pertemuan kegiatan di setiap bidang agar karyawan bisa komunikasi langsung kewisatawan yang datang dari luar Sulawesi supaya bisa menerapkan sistem komunikasi yang baik dan sopan terhadap wisatawan. Sumber Daya pada aplikasi Tourism Makassar yang ada Dinas Pariwisata Kota Makassar terus berupaya memperbaiki SDM yang ada di kantor tersebut, karna Kota Makassar adalah kota yang terkenal dengan objek wisatanya yang dapat menarik wisatawan, kuliner makanannya dll.

Kata kunci: aplikasi tourism makassar, media promosi, penerapan

1. Pendahuluan

Untuk mewujudkan Smart City atau Kota Pintar, pemerintah kota yang dipadukan dengan kearifan lokal Sombere mengembangkan sebuah aplikasi pintar berbasis Android yaitu “Aplikasi Tourism Makassar”, dimana aplikasi ini merupakan aplikasi berbasis Android yang dikembangkan oleh Dinas Pariwisata Kota

Makassar semua informasi wisata kota Makassar dilakukan secara digital. Mulai dari destinasi, jenis wisata yang berbeda, sarana transportasi yang berbeda, pilihan akomodasi. Menurut pemerintah kota, aplikasi digital ini akan diperkenalkan dalam pengembangan Makassar menuju kota pintar. Dengan adanya Makassar Sombere dan Smart City, aplikasi Tourism Makassar semakin memudahkan dalam memberikan informasi berita serta destinasi wisata dan layanan publik lainnya.

Melalui aplikasi ini secara tidak langsung melatih masyarakat dalam menggunakan teknologi komunikasi khususnya dalam fungsi E-Governance dan Smart City serta melahirkan manusia cerdas. Pemilihan media aplikasi jenis ini karena Dinas Pariwisata Kota Makassar menyadari bahwa di era digital saat ini wisatawan dan masyarakat sudah aktif dalam perkembangan teknologi informasi dan aplikasi yang dinilai mencapai berbagai tingkatan masyarakat untuk mengaksessnya.

Oleh karena itu, Dinas Pariwisata Kota Makassar menggunakan Aplikasi Tourism Makassar sebagai sarana informasi dan komunikasi mengenai Pariwisata Kota Makassar. Aplikasi perjalanan ini tersedia untuk diunduh pengguna ponsel Android dari Playstore. Maka dari itu Aplikasi Tourism Makassar menawarkan sembilan menu utama di halaman beranda yang berisi informasi terkait, antara lain peta utama, populer, kapal pesiar, transportasi, informasi, budaya lokal, penawaran khusus, aktivitas, dan aktivitas ekstra. Adanya aplikasi ini merupakan salah satu bentuk pengembangan Kota Makassar menuju Smart City sesuai program Pemerintah Kota Makassar. Pada tanggal 24 Juni 2022, Kepala Dinas Pariwisata Kota Makassar menerima rombongan peserta PKA Papua Barat. Tujuan dari kajian Pariwisata Kota Makassar adalah untuk memperkenalkan keberadaan Aplikasi Tourism Makassar, menunjukkan bahwa aplikasi tersebut sudah dikenal dinegara-negara lain.

Potensi wisata Kota Makassar akan berkembang dan dikenal masyarakat luas apabila dimanfaatkan dengan baik. Oleh karena itu, Kota Makassar memerlukan publisitas atau promosi yang baik agar masyarakat lokal maupun mancanegara mengetahui keberadaannya. Aplikasi Tourism Makassar dibuat oleh pemerintah kota melalui Dinas Pariwisata Kota Makassar untuk mendukung program Smart City. Pariwisata Makassar telah dapat diakses sejak tahun 2016, aplikasi ini memiliki 9 fitur yaitu : peta digital tempat wisata, tujuan wisata populer, penelitian, transportasi, informasi, budaya lokal, penawaran khusus, aktivitas dan lebih banyak fitur kota Makassar. Perangkat ini mendukung fungsi pemasaran pariwisata. Selain itu juga berperan sebagai sarana komunikasi dan transmisi informasi serta dapat menghilangkan peran perantara (agen perjalanan). Konsep ini digunakan ketika merencanakan perjalanan, mencari informasi perjalanan atau memesan, karena merencanakan perjalanan dengan menggunakan internet dianggap nyaman dan murah.

Hingga saat ini Dinas Pariwisata Kota Makassar belum menjangkau khalayak yang lebih luas dalam berbagi informasi mengenai pariwisata kota Makassar melalui media tradisional. Meluasnya media digital telah mengubah model pertukaran informasi antara wisatawan dan pemerintah. Perkembangan teknologi informasi dalam industri pariwisata telah mengubah metode pemasaran pariwisata, dimana pemerintah telah mampu mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi untuk menghilangkan hambatan organisasi birokrasi dan

mengurangi penggunaan media dan proses kerja tradisional, sehingga memungkinkan pemerintah sektor swasta dan masyarakat untuk bekerja secara terpadu untuk mempromosikan potensi pariwisata kepada masyarakat luas. Aplikasi Tourism Makassar berfungsi dengan baik dan sesuai harapan. Berdasarkan pengertian di atas, maka penting untuk mengkaji penerapan Aplikasi Tourism Makassar sebagai media periklanan pada Dinas Pariwisata Kota Makassar untuk mempromosikan peluang pariwisata dan tujuan pariwisata Makassar melalui penelitian.

Implementasi dianggap sebagai perwujudan utama dari proses politik dan merupakan langkah yang sangat krusial. Pandangan ini didukung oleh pernyataan Edwards III bahwa keputusan-keputusan pengambil kebijakan tidak dapat berhasil dilaksanakan tanpa adanya implementasi yang efektif. Implementasi kebijakan adalah kegiatan yang terjadi setelah dikeluarkannya arahan kebijakan yang sah, yang menyangkut upaya pengelolaan masukan untuk menghasilkan keluaran atau hasil bagi masyarakat.

Menurut Purwanto dan Sulistyastuti, “implementasi intinya adalah kegiatan untuk mendistribusikan keluaran kebijakan (to deliver policy output) yang dilakukan oleh para implementor kepada kelompok sasaran (target group) sebagai upaya untuk mewujudkan kebijakan”.

Menurut Agustino, “implementasi merupakan suatu proses yang dinamis, dimana pelaksana kebijakan melakukan suatu aktivitas atau kegiatan, sehingga pada akhirnya akan mendapatkan suatu hasil yang sesuai dengan tujuan atau sasaran kebijakan itu sendiri”.

Ripley dan Franklin (dalam Winarno) menyatakan bahwa implementasi adalah apa yang terjadi setelah undang-undang ditetapkan yang memberikan otoritas program, kebijakan, keuntungan (benefit), atau suatu jenis keluaran yang nyata (tangible output). Implementasi mencakup tindakan-tindakan oleh sebagai aktor, khususnya para birokrat yang dimaksudkan untuk membuat program berjalan.

Grindle (dalam Winarno), memberikan pandangannya tentang implementasi dengan mengatakan bahwa secara umum, tugas implementasi adalah membentuk suatu kaitan (linkage) yang memudahkan tujuan-tujuan kebijakan bisa direalisasikan sebagai dampak dari suatu kegiatan pemerintah. dampak dari tindakan pemerintah.

Daniel A. Mazmanian dan Paul A. Sabatier menjelaskan makna implementasi, “Pelaksanaan keputusan kebijaksanaan dasar, biasanya dalam bentuk undang-undang, namun dapat pula berbentuk perintah pemerintah atau keputusan-keputusan eksekutif yang penting atau keputusan badan peradilan. Lazimnya, keputusan tersebut mengidentifikasi masalah yang ingin diatasi, menyebutkan secara tegas tujuan atau sasaran yang ingin dicapai, dan berbagai cara untuk menstrukturkan atau mengatur proses implementasinya”.

Kesulitan dalam proses implementasi dapat kita lihat dari pernyataan seorang ahli studi kebijakan Eugne Bardach melukiskan kerumitan dalam proses implementasi menyatakan pernyataan sebagai berikut : “Adalah cukup untuk membuat sebuah program dan kebijakan umum yang

kelihatannya bagus diatas kertas. Lebih sulit lagi merumuskannya dalam kata-kata dan slogan-slogan yang kedengarannya mengenakan bagi telinga pemimpin dan para pemilih yang mendengarkannya. dan lebih sulit lagi untuk melaksanakannya dalam bentuk cara yang memuaskan semua orang termasuk mereka anggap klien”.

Model implementasi kebijakan yang berspektif top down yang dikembangkan oleh George C. Edward III. Edward III menamakan model implementasi kebijakan publiknya dengan Direct and Indirect Impact on Implementation. Dalam pendekatan teori ini terdapat empat variabel yang mempengaruhi keberhasilan implemementasi suatu kebijakan, yaitu : 1.Komunikasi; 2. Sumberdaya; 3. Disposisi; dan 4. Struktur Birokrasi.

Variabel pertama yang mempengaruhi keberhasilan implementasi suatu kebijakan menurut Goerge C. Edward III (dalam Agustino), adalah komunikasi. Komunikasi, menurutnya sangat menentukan keberhasilan pencapaian tujuan dari implementasi kebijakan publik. Implementasi yang efektif terjadi apabila para pembuat keputusan sudah mengetahui apa yang akan mereka kerjakan. Pengetahuan atas apa yang akan mereka kerjakan dapat berjalan apabila komunikasi berjalan dengan baik, sehingga setiap keputusan kebijakan dan peraturan impelementasi harus ditansmisikan (atau dikomunikasikan) kepada bagian personalia yang tepat. Selain itu, kebijakan yang dikomunikasikan pun harus tepat, akurat, dan konsisten. Komunikasi (atau pentransmisian informasi) diperlukan agar para pembuat keputusan dan para implementor akan semakin konsisten dalam melaksanakan setiap kebijakan yang akan diterapkan dalam masyarakat.

Terdapat tiga indikator yang dapat dipakai dalam menguku keberhasilan variabel komunikasi yaitu: a) Transmisi; penyaluran komunikasi yang baik akan dapat menghasilkan suatu implementasi yang baik pula. Seringkali yang terjadi dalam penyaluran komunikasi adalah adanya salah pengertian (misscommunication). b) Kejelasan; komunikasi yang diterima oleh para pelaksana kebijakan (street-levelbureuarats) haruslah jelas dan tidak membingungkan (tidak ambigu/mendua) ketidakjelasan pesan kebijakan tidak selalu menghalangi impelementasi, pada tataran tertentu, para pelaksana membutuhkan fleksibelitas dalam melaksanakan kebijakan. Tetapi pada tataran yang lain hal tersebut justru akan menyelewengkan tujuan yang hendak dicapai oleh kebijakan yang telah ditetapkan. c) Konsistensi; perintah yang diberikan dalam melaksanakan suatu komunikasi haruslah konsisten dan jelas untuk diterapkan atau dijalankan. Karena jika perintah yang diberikan sering berubah-ubah, maka dapat menimbulkan kebingungan bagi pelaksana di lapangan.

Variabel kedua yang mempengaruhi keberhasilan implementasi suatu kebijakan adalah sumber daya. Sumber daya merupakan hal penting lainnya dalam mengimplementasikan kebijakan, menurut Goerge Edward III (dalam Agustino), Indikator sumber daya terdiri dari beberapa elemen, yaitu:

Media mempunyai arti atau pengantar. Promosi adalah dari pengirim kepada penerima pesan. Secara harfia Media diartikan pengantara atau

pengantar pesan suatu bentuk komunikasi pemasaran. maupun jasa. Yang di maksud dengan media iklan sendiri dalam melakukan pemasaran produk berupa barang. Iklan menjadi salah satu media yang penting pesan kepada target pasar yang dituju (Thomas et al., 2018).

2. Metode

Dalam penelitian ini, waktu yang digunakan penulis selama melakukan penelitian adalah 2 bulan lamanya. Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan, penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata Kota Makassar yang berlokasi di Jl. Urip Sumoharjo, Karampuang, Kec. Panakkukang , Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian jenis kualitatif. Dimana metode penelitian ini data diperoleh dari proses observasi beserta wawancara dengan seluruh infoman yang telah ditentukan dan hasil dari dokumentasi atau pengumpulan arsip dan gambar. Setelah seluruh data diperoleh tahap selanjutnya peneliti mendeskripsikan secara utuh dan mendalami data yang didapatkan berupa fakta atau keterangan-keterangan dan kelemahan atau kekurangan dari objek yang diteliti.

Tipe ini menggunakan tipe pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif yaitu peneliti memberikan gambaran penjelasan yang tepat secara objektif mengenai masalah yang diteliti, mengidentifikasi dan menjelaskan data secara sistematis.

Metode yang digunakan oleh seorang peneliti dalam mengumpulkan data dan informasi yang selanjutnya dapat dijadikan sebagai fakta pendukung penelitian disebut pengumpulan data. Adapun data-data yang diperlukan pada penelitian diperoleh dari : Observasi, Wawancara, Dokumentasi.

Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif serta langsung secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya jenuh. Adapun analisis data, sebagai berikut: Reduksi Data, Penyajian Data, Penarikan Kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan

Untuk mewujudkan Smart City atau Kota Pintar, pemerintah kota yang dipadukan dengan kearifan lokal Sombere mengembangkan sebuah aplikasi pintar berbasis Android yaitu “Aplikasi Tourism Makassar”, dimana aplikasi ini merupakan aplikasi berbasis Android yang dikembangkan oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar semua informasi wisata kota Makassar dilakukan secara digital, mulai dari destinasi, jenis wisata yang berbeda, sarana transportasi yang berbeda dan pilihan akomodasi. Menurut pemerintah kota, aplikasi digital ini akan diperkenalkan dalam pengembangan Makassar menuju kota pintar. Dengan adanya Makassar Sombere dan Smart City, aplikasi Tourism Makassar semakin memudahkan dalam memberikan informasi berita serta destinasi wisata dan layanan publik lainnya.

Melalui aplikasi ini secara tidak langsung melatih masyarakat dalam menggunakan teknologi komunikasi khususnya dalam fungsi E-Governance dan

Smart City serta melahirkan manusia cerdas. Pemilihan media aplikasi jenis ini karena Dinas Pariwisata Kota Makassar menyadari bahwa di era digital saat ini wisatawan dan masyarakat sudah aktif dalam perkembangan teknologi informasi dan aplikasi yang dinilai mencapai berbagai tingkatan masyarakat untuk mengaksesnya.

Aplikasi Tourism Makassar adalah sebuah aplikasi wisata Kota Makassar yang dapat menyimpan semua data pariwisata yang ada di Kota Makassar secara digital. Dimulai dari destinasi dengan berbagai macam pilihan jenis wisata, akomodasi dan berbagai macam transportasi.

Tujuan dari terciptanya aplikasi ini diharapkan dapat meningkatkan layanan publik dalam kehidupan sehari-hari dan memberikan kemudahan bagi wisatawan lokal & Mancanegara untuk mendapatkan informasi penting seputar kota Makassar, seperti tempat-tempat wisata, informasi transportasi, kalender event-event di kota Makassar, dan mengenal kebudayaan lokal.

Dalam Penerapan Kebijakan menggunakan Aplikasi Tourism Makassar, beberapa hasil wawancara yang telah didapatkan dan dikumpulkan dari berbagai informan terkait dengan Penerapan Kebijakan Aplikasi Tourism Makassar Sebagai Media Promosi Di Dinas Pariwisata Kota Makassar. adalah sebagai berikut :

Hasil dari pada penelitian yang telah dilakukan mengenai Penerapan Kebijakan Aplikasi Tourism Makassar Sebagai Media Promosi di Dinas Pariwisata Kota Makassar dapat dikaitkan menggunakan indikator kinerja George C. Edward III. Edward III yang mana indikator yang digunakan peneliti yaitu : Komunikasi Sumber Daya Disposisi Struktur Birokrasi Dapat kita ketahui bahwa hasil dari keempat indikator yang peneliti ambil yakni sebagai berikut:

a) Komunikasi

Komunikasi dari Penerapan Kebijakan Aplikasi Tourism Makassar sebagai Media Promosi di Dinas Pariwisata Kota Makassar sudah sesuai dengan indikator kerja yang dilakukan oleh George C. Edward III. Edward III. Komunikasi sangat menentukan keberhasilan pencapaian tujuan dari pelaksanaan. Pelaksanaan yang efektif terjadi apabila para pembuat keputusan sudah mengetahui apa yang akan dikerjakan. Pengetahuan atas apa yang akan dikerjakan dapat berjalan apabila komunikasi berjalan dengan baik, sehingga setiap keputusan dan peraturan pelaksanaan harus ditransmisikan (dikomunikasikan) kepada bagian personalia yang tepat. Aplikasi Tourism Makassar ini sebagai Media Promosi yang dilakukan di Dinas Pariwisata Kota Makassar selalu mementingkan komunikasi setiap bidang yang ada di kantor agar berjalan sesuai dengan SOP disetiap bidang yang ada di Dinas Pariwisata Kota Makassar. Oleh karena itu setiap bidang selalu mengadakan yang namanya pertemuan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan disetiap bidang agar karyawan bisa komunikasi langsung kewisatawan yang datang dari luar Sulawesi supaya bisa menerapkan sistem komunikasi yang baik dan sopan terhadap wisatawan. Adapun jenis

komunikasi dalam menunjang Aplikasi Tourism Makassar ini Sebagai Media Promosi melalui sosialisasi, seperti saat melakukan kegiatan pameran, kegiatan F8 dan setiap kegiatan yang bekerja sama dengan industri pariwisata.

b) Sumber Daya

Sumber Daya dari Penerapan Kebijakan Aplikasi Tourism Makassar sebagai Media Promosi di Dinas Pariwisata Kota Makassar sudah sesuai dengan indikator. Sumber-sumber yang dapat menentukan keberhasilan pelaksanaan adalah salah satunya sumber daya yang tersedia, karena menurut George C Edward III sumber daya merupakan sumber penggerak dan pelaksana. Manusia merupakan sumber daya yang terpenting dalam menentukan keberhasilan proses pelaksanaan, sedangkan sumber daya merupakan keberhasilan proses implementasi yang dipengaruhi dengan pemanfaatan sumber daya manusia, biaya, dan waktu. Terkait SDM yang ada Dinas Pariwisata Kota Makassar terus berupaya memperbaiki SDM yang ada di kantor tersebut, karna Kota Makassar adalah kota yang terkenal dengan objek wisatanya yang dapat menarik wisatawan, kuliner makanannya dll. Oleh karena itu Dinas Pariwisata Kota Makassar selalu berupaya melibatkan Dinas Pariwisata Kota Makassar dalam SDM terkait dalam pembuatan Aplikasi Tourism Makassar ini tanpa melibatkan pihak ketiga dari luar.

c) Disposisi

Disposisi atau sikap para pelaksana adalah faktor penting dalam pendekatan mengenai pelaksanaan. Jika pelaksanaan ingin efektif, maka para pelaksana tidak hanya harus memiliki kemampuan untuk melaksanakannya, dimana kualitas dari suatu kebijakan dipengaruhi oleh kualitas atau ciri-ciri dari para aktor pelaksana. Terkait Disposisi yang ada di Dinas Pariwisata Kota Makassar, kepala Bidang Promosi dan Pemasaran berkeinginan mewujudkan sebuah inovasi-inovasi yang telah dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar membuat sebuah Aplikasi Tourism Makassar ini masing-masing staff sudah diberikan pelatihan tentang Aplikasi Tourism Makassar ini agar berjalan dengan baik dalam hal pengoperasiannya.

d) Struktur Birokrasi

Struktur Birokrasi dari Penerapan Kebijakan Aplikasi Tourism Makassar sebagai Media Promosi di Dinas Pariwisata Kota Makassar sudah sesuai dengan indikator. Birokrasi sebagai pelaksana harus dapat mendukung kebijakan yang telah diputuskan secara politik dengan jalan melakukan koordinasi dengan baik. Pelaksana kebijakan mungkin tahu apa yang harus dilakukan dan memiliki keinginan yang cukup dan sumber daya untuk melakukannya, tapi mereka mungkin masih terhambat di implementasi oleh struktur organisasi di mana mereka melayani. dua karakteristik utama

birokrasi adalah prosedur operasi standar (SOP) dan fragmentasi. Dinas Pariwisata Kota Makassar sudah berjalan dengan SOP, dengan ter-SOPnya ini Dinas Pariwisata berjalan sesuai dengan tata kerja yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata seperti setiap tahunnya terdapat susunan rancangan kegiatan dari setiap bidang di Kantor Dinas Pariwisata Kota Makassar.

Tourism Makassar merupakan konsepsi pengembangan program *sombere & smart city* dan juga *M-government*. Aplikasi ini dapat digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat termasuk wisatawan yang dapat menyimpan semua data pariwisata yang ada di kota Makassar dengan digital. Dimulai dari destinasi dengan berbagai macam pilihan jenis wisata, akomodasi dan berbagai macam transportasi.

Keberadaan Aplikasi Tourism Makassar bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi mengenai kepariwisataan, dan dalam pelaksanaannya aplikasi ini sudah memenuhi harapan Dinas Pariwisata sebagai pengelolanya. Berikut tampilan dari Aplikasi Tourism Makassar

Home Page pertama kali muncul ketika seseorang mengakses Aplikasi *tourism 242ortrait*. Melalui halaman depan ini pengaksesan bisa dilakukan ke menu *guide* melalui link-link yang ada, pengguna yang ingin melihat informasi detail dari suatu lokasi wisata, pengguna dapat melakukan klik pada nama lokasi yang diinginkan di dalam peta digital. Berikut ini merupakan berbagai *Guide Menu* yang ada di Aplikasi Tourism Makassar

Merupakan folder yang digunakan untuk menemukan objek wisata/tempat umum seperti rumah ibadah, pelabuhan, rumah sakit dll yang ada di Kota Makassar.

Populer yang merupakan penjelasan tentang destinasi favorit/baru seperti pantai, pulau, tempat wisata, sejarah dan Kota Makassar. Fitur untuk menemukan kuliner. Akomodasi Hiburan, Belanja, Salon, Oleh-oleh dan Lorong Wisata. Fitur untuk menemukan Angkutan Umum, Agen Perjalanan, Bus, Taxi serta Pelabuhan dan Bandara. Fitur yang menyediakan berbagai informasi. Mulai tentang kesehatan, pendidikan, ATM, layanan public dan tukar uang.

Fitur yang menyediakan berbagai Budaya Setempat. Mulai tentang History About Makassar, About *Sombere* dan Makassar Smart, *Pepeka Ri Makka Dance*, *Gandrang Bulo Dance*, *Pakkarena Dance*, *Tari Paraga*, *Sinrilik*, Rumah Adat Makassar dan masih banyak lagi.

Fitur untuk menemukan *242ort* atau mall yang memberikan penawaran khusus seperti sale terhadap produk usahanya. Fitur kegiatan berisikan event atau acara yang sedang digelar di Kota Makassar. Fitur kegiatan ditampilkan dalam bentuk *242ortrait* yang sudah diberikan keterangan acara atau kegiatan setiap harinya. Fitur yang menyediakan pembelajaran bahasa, mata uang dan tentang Aplikasi Tourism Makassar.

Fitur yang ada di Aplikasi ini cukup lengkap dengan berbagai menu tambahan pengguna hanya perlu memilih salah satu menu didalam aplikasi yang ingin dituju, setelah itu akan muncul pilihan-pilihan lain dari fitur yang

dibuka tersebut. Misalnya pengguna ingin mengetahui informasi kuliner, hiburan, oleh-oleh dan lain sebagainya, pengguna hanya perlu mengklik fitur jelajah untuk mendapatkan informasi yang memuat konten tersebut.

Kota Makassar merupakan penyumbang terbesar pertumbuhan pariwisata di Sulawesi Selatan. Kontribusi Makassar tidak lepas dari letak geografisnya, dan sebagai pelabuhan niaga terbesar kelima di Indonesia, merupakan salah satu pemrakarsa seiring dengan pertumbuhan ekonomi tercepat di Indonesia. Pertumbuhan Ekonomi Kota Makassar dan Posisi Makassar Sebagai Destinasi Meeting, Incentive, Conference and Exhibition (MICE) terdepan di Indonesia Timur.

Jumlah kunjungan wisatawan nusantara (Wisnus) di kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan berdasarkan bulan pada tahun 2022 mencapai 3.465.142 kunjungan. Tabel tersebut menunjukkan bahwa bulan dengan persentase kunjungan yang tinggi adalah bulan Juni, Juli, Oktober, November, dan Desember. Hal ini dikarenakan intensitas aktivitas pemerintah sangat tinggi pada bulan ini dan pada umumnya pemerintah kabupaten yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan mengadakan MICE di Kota Makassar dengan pertimbangan ketersediaan.

4. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa ada beberapa hal terkait Penerapan Kebijakan Aplikasi Tourism Makassar Sebagai Media Promosi di Kota Makassar yaitu : Komunikasi dari hasil penelitian ini terkait Penerapan Kebijakan Aplikasi Tourism Makassar Sebagai Media Promosi di Kota Makassar bisa disimpulkan bahwasanya sudah dikatakan sangat bagus karena di kantor Dinas Pariwisata Kota Makassar sering mementingkan yang namanya komunikasi disetiap bidang yang ada dikantor masing-masing agar berjalan sesuai dalam mewujudkan pelayanan yang terbaik.

Sumber Daya dari hasil penelitian ini ini terkait Penerapan Kebijakan Aplikasi Tourism Makassar Sebagai Media Promosi di Kota Makassar bisa disimpulkan bahwasanya Makassar sudah dikatakan bagus dalam sumber dayanya yang dimaksud disini yaitu orang-orang yang terlibat dalam program dibuatnya Aplikasi Tourism Makassar serta anggaran yang digunakan dalam pembuatan Aplikasi Tourism Makassar.

Salah satu pembuatan Aplikasi Tourism ini melibatkan pihak ketiga yaitu bekerja sama dengan Konsultan IT dari luar yang membuat Aplikasi Tourism Makassar. Untuk pemeliharaan setiap bulan ada, anggaran yang digunakan itu setiap tahun di DPA (Dokumen Pelaksanaan Anggaran) di Dinas Pariwisata Kota Makassar itu terdapat item pemeliharaan Aplikasi Tourism Makassar tersebut.

Disposisi dari hasil penelitian ini ini terkait Penerapan Kebijakan Aplikasi Tourism Makassar Sebagai Media Promosi di Kota Makassar bisa disimpulkan bahwasanya sudah sangat baik karena dengan akan dibuatnya Aplikasi Tourism Makassar membentuk sebuah kerja sama yang dilakukan sehingga terciptanya sebuah Aplikasi tersebut serta insentif dari kantor

Dinas pariwisata dikatakan sudah bagus karena pihak atasan langsung yang memberikan insentif kepada bawahannya supaya karyawan merasa terdorong atas insentif langsung dari atasannya agar karyawan ini lebih semangat lagi dalam bekerja dan dapat meningkatkan objek-objek wisata ini lebih disukai oleh banyak orang terkhusus yang ada di Kota Makassar. Struktur Birokrasi dari hasil penelitian ini ini terkait Penerapan Kebijakan Aplikasi Tourism Makassar Sebagai Media Promosi di Kota Makassar bisa disimpulkan bahwasanya sudah dikatakan bagus karena stuktur birokrasi yang ada dikantor sudah berjalan dengan SOP (Standard Operational Produce), sehingga strukur birokrasi di masing-masing bidang bisa berjalan dengan baik sesuai kebijakan untuk pengembangan objek wisata yang ada di Kota Makassar.

Acknowledgments: Terima kasih kepada seluruh stakeholder yang terlibat dalam penelitian ini Civitas Akademik Universitas Muhammadiyah Makassar.

Declaration of conflicting interests: ‘Authors declare no conflict of interest.

Funding: ‘No funding received’.

Referensi

- Aderibigbe. (2018). Rancang Bangun Aplikasi Inventaris Barang Pada Yayasan Masjid Agung Palembang. *Energies*, 6(1), 1–8. <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044%0Ahttps://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8>
- Antara, D. B., & Abadi, S. (2018). Perancangan Aplikasi E-Tourism Laguna Teluk Kilauan Sebagai Media Promosi Wisata Berbasis Android. *JTKSI (Jurnal Teknologi Komputer Dan Sistem Informasi)*, 1(1), 22–25.
- Anugerah Paradana , Muhammadiyah, H. (2021). Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Objek Wisata Karst Rammang-Rammang Di Kabupaten Maros. *Mahasiswa Administrasi Publik*, 2(5), 1–1826. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/article/view/5409%0Ahttps://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/article/viewFile/5409/4030>
- Fitriana, W. D. (2018). DIGITALISASI KULINER DAN WISATA HALAL DAERAH JOMBANG MELALUI APLIKASI “ JOMBANG HALAL TOURISM ” Wiwit Denny Fitriana Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum. *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 6(November), 153–158.

- Hanindito, G. A., & Laspandi, J. D. (2023). Pengembangan Aplikasi Pariwisata Kotawaringin Barat Berbasis GIS Menuju Smart Tourism City. *Jurnal Media Infotama*, 19(2), 564–571. <https://doi.org/10.37676/jmi.v19i2.4897>
- Mantala, R. (2017). Pengembangan Sistem Informasi Pariwisata Kota Banjarmasin Berbasis Android. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(1), 81–92. <https://doi.org/10.31602/atd.v1i1.796>
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13–27. <https://doi.org/10.46937/17201926586>
- Prastiyanti, D. P., & Yulianto, Y. (2019). Media Promosi Pada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 174–184. <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i2.20993>
- Rasyad Al Fajar, M., & Ifantri, I. (2021). Strategi Promosi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bima Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 4(1), 77–95. <https://doi.org/10.52266/jesa.v4i1.747>
- Santynawan, A. P., & Firdaus, H. S. (2020). Perancangan Aplikasi Wisata dan City Tourism Berbasis WebGIS Guna Meningkatkan Daya Saing Wisata Kota (Studi Kasus : Kota Semarang). *Jurnal Geodesi UNDIP*, 9(1), 364–372. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/geodesi/article/view/26195>
- Sinlae, A. A. J., Batarius, P., & Antonius, T. A. (2022). Rancang Bangun Social Media sebagai Sarana. *Jurnal Sistem & Teknologi Informasi Komunikasi*, 2(2), 8–15. <https://journal.ukmc.ac.id/index.php/jutsi/article/view/435>
- Thomas, D. G., Sompie, S. R. U. A., & Sugiarto, B. A. (2018). Virtual Tour Sebagai Media Promosi Interaktif Penginapan Di Kepulauan Bunaken. *Jurnal Teknik Informatika*, 13(1), 14–22. <https://doi.org/10.35793/jti.13.1.2018.20188>
- Tunggala, S., & Saadjad, K. A. (2019). Strategi Komunikasi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 197. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.2714>