

PERAN DINAS KEBUDAYAAN PARIWISATA KOMUNIKASI INFORMASI DALAM MEMPROMOSIKAN OBJEK WISATA KOTA SAMARINDA (Studi Kasus Kebun Raya Unmul Samarinda)

IVA KHATUNISWATI¹

Abstrak

Dapat diketahui bahwa dengan adanya promosi wisata infrastruktur pariwisata di kebun raya unmul samarinda yang di lakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Kominfo Kota Samarinda telah berjalan dengan baik, hal ini dapat di tandai dengan meningkatnya wisata yang telah dijalankan dengan baik, sarana dan prasarana serta pelayanan pariwisata dinilai telah meningkat yang dianggap bagi wisatawan telah memuaskan dan dapat diingat.

Adapun yang menjadi hambatan dalam mempromosikan objek wisata kebun raya unmul samarinda adalah mengenai anggaran serta pelayanan atau fasilitas-fasilitas yang ada di kebun raya yang kurang dapat perhatian dari pihak pemerintah kota, permasalahan lain yang peneliti jumpai adalah mengenai permasalahan perubahan perjanjian kerjasama antara pihak pemkot samarinda dengan Universitas Mulawarman.

Kata Kunci: *Pariwisata, Kebun Raya Unmul Samarinda*

LATAR BELAKANG

Pendahuluan

Kota Samarinda merupakan kota yang memiliki potensi wisata yang memiliki nilai jual tinggi dan tidak kalah dengan daerah lain. Kota Samarinda memiliki 3 (tiga) obyek wisata yaitu wisata alam, wisata budaya dan wisata religi. Salah satu obyek wisata alam yang terkenal di Samarinda yaitu Kebun Raya Unmul Samarinda.

Kebun Raya Unmul Samarinda merupakan nama dari kawasan hutan pendidikan yang dimiliki oleh Universitas Mulawarman dan dikelola menjadi Hutan Konservasi/Kebun Raya. Hal ini kemudian diperkuat oleh Gubernur Propinsi Kalimantan Timur dan Kepala Dinas Kehutanan Kalimantan Timur saat itu. Di tahun 1997, Walikota Samarinda juga memperkuat status kawasan sebagai Hutan Pendidikan Universitas Mulawarman.

Fungsi utama Kebun Raya Unmul Samarinda (KRUS) sendiri yaitu sebagai sarana penelitian/pendidikan, rekreasi alam juga sebagai hutan konservasi yang didalamnya masih memiliki keanekaragaman hayati yang relatif alam, baik itu

¹ Mahasiswa Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Email : ivakhatuniswati_89@yahoo.co.id

flora maupun fauna. Pembangunan Kebun Raya Unmul Samarinda sendiri memiliki tujuan untuk memelihara dan membina vegetasi (konservasi insitu) serta memperbanyak keanekaragaman flora dan fauna serta koleksi jenis-jenis eksotis (konservasi Eks-situ). Kebun Raya Unmul Samarinda juga di peruntukan sebagai areal rekreasi alam (*Ekotourism*) serta pengenalan alam untuk berbagai kalangan masyarakat.

Sejak diresmikan sebagai hutan pendidikan, Kebun Raya Unmul Samarinda sering digunakan sebagai tempat kegiatan kemahasiswaan, lokasi penelitian, dan praktik kerja lapangan (PKL) mahasiswa. Selain itu mahasiswa dari luar Universitas Mulawarman atau dari luar negeri juga diperbolehkan melakukan penelitian di tempat ini. Sejak ditandatanganinya kerja sama antara Universitas Mulawarman dan Pemerintah Kota Samarinda, kawasan ini berubah nama menjadi Kebun Raya Unmul Samarinda. Kebun Raya Unmul Samarinda memiliki 300 lahan hutan, lahan tersebut dibagi menjadi tiga zona, yaitu zona rekreasi dengan luasan 65 hektar, zona kebun 112 hektar dan zona konservasi seluas 125 hektar. Khusus untuk zona konservasi, kawasan ini tidak bisa dikomersilkan dan jelas dilindungi disinilah fungsi penghijauan dilakukan dan wilayah yang dilindungi serta dilestarikan sedangkan zona kebun raya, menjadi kawasan hutan pendidikan yang bisa di gunakan unuk kepentingan penelitian dan sejenisnya.

Pembentukan Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Kota Samarinda Provinsi Kalimantan Timur tidak terlepas dari besarnya potensi Sumber daya, khususnya potensi kebudayaan dan pariwisata yang dimiliki daerah ini. Apabila tidak terkelola dengan baik maka tidak akan berdampak apa-apa terhadap penguatan spirit pembangunan serta pendapatan daerah dan masyarakat. Untuk itulah peran Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Kota Samarinda sangat penting untuk dapat mempromosikan objek wisata di Kota Samarinda.

Rumusan Masalah

Tentang apa yang menjadi penjelasan di atas, maka akan di rumuskan beberapa permasalahan yang dituangkan dalam bentuk pertanyaan yaitu:

1. Bagaimanakah Peran Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Informasi dalam mempromosikan objek wisata Kebun Raya Unmul Samarinda?
2. Kendala-kendala apa saja yang mempengaruhi Peran Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Informasi dalam mempromosikan objek wisata Kebun Raya Unmul Samarinda?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Peran Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Informasi dalam mempromosikan objek wisata Kebun Raya Unmul Samarinda.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang mempengaruhi Peran Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Informasi dalam mempromosikan objek wisata Kebun Raya Unmul Samarinda.

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk :

1. Dapat memberikan masukan bagi pemerintah daerah khususnya pemerintah Kota Samarinda dan masyarakat dalam mempromosikan obyek wisata Kebun Raya Unmul Samarinda.
2. Memberikan kontribusi pengetahuan, pemikiran, dan wawasan terhadap pengembangan pariwisata Kota Samarinda.

Kerangka Dasar Teori

Teori dan Konsep

Dalam usaha penulisan skripsi ini tentunya akan melalui proses awal sampai pada proses akhir pasti akan dilandasi suatu disiplin ilmu yang tentunya akan mempunyai bobot relevansi dan tentu saja tidak terlepas dari teori yang dapat memberikan arah penjelasan bagi hubungan materi dan bermacam-macam aspek serta pemecahannya. Untuk itu data yang didapat dari penelitian harus mempunyai dasar-dasar teori sebagai pedoman ilmiah.

Peran

Menurut Dougherty dan Pritchard (dalam Bauer, 2003:55) teori peran ini memberikan sesuatu kerangka konseptual dalam studi perilaku di dalam organisasi mereka menyatakan bahwa peran itu melibatkan pola penciptaan produk sebagai lawan dari perilaku atau tindakan. (<http://jodenmot.wordpress.com>)

Menurut Rivai (dalam Sitorus, 2006:133) peran dapat di artikan sebagai perilaku yang diatur dan di diharapkan dari seseorang dalam posisi tertentu. Jika dikaitkan dengan peranan sebuah instansi maka dapat diartikan sebagai seperangkat perilaku untuk di lakukan oleh instansi / kantor sesuai dengan posisi kantor tersebut. (<http://jodenmot.wordpress.com>)

Sedangkan menurut Koziar (dalam Sitorus, 2006:134) peran adalah seperangkat tingkah laku yang diharapkan oleh orang lain terhadap seseorang sesuai kedudukannya dalam, suatu sistem. Peran dipengaruhi oleh keadaan sosial baik dari dalam maupun dari luar dan bersifat stabil. Peran adalah bentuk dari perilaku yang diharapkan dari seseorang pada situasi sosial tertentu. (<http://jodenmot.wordpress.com>)

Peran Menurut Suhardono (dalam Sitorus, 2006:136) dapat di jelaskan melalui beberapa cara, yaitu pertama penjelasan historis.

Menurut penjelasan historis, konsep peran semula dipinjam dari

kalangan yang memiliki hubungan erat dengan drama atau teater yang hidup subur pada zaman Yunani kuno atau Romawi. Dalam hal ini, peran berarti karakter yang disandang atau di bawakan oleh seorang aktor dalam sebuah pentas dengan lakon tertentu

Tugas dan Fungsi Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi dan Informasi Kota Samarinda

Sesuai dengan Pasal 23 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, pemerintah dan pemerintah daerah berkewajiban :

- a. Menyediakan informasi kepariwisataan, perlindungan hukum, serta keamanan dan keselamatan kepada wisatawan
- b. Menciptakan iklim yang kondusif untuk perkembangan usaha pariwisata yang meliputi terbukanya kesempatan yang sama dalam berusaha, memfasilitasi, dan memberikan kepastian hukum
- c. Memelihara, mengembangkan, dan memfasilitasi, dan melestarikan aset nasional yang menjadi daya tarik wisata dan aset potensial yang belum tergali.
- d. Mengawasi dan mengendalikan kegiatan kepariwisataan dalam rangka mencegah dan menanggulangi berbagai dampak negatif bagi masyarakat luas.

Selanjutnya dalam Pasal 30 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, pemerintah kabupaten/kota berwenang :

- a. Menyusun dan menetapkan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota.
- b. Menetapkan destinasi pariwisata kabupaten/kota
- c. Menetapkan daya tarik wisata kabupaten/kota
- d. Melaksanakan pendaftaran, pencatatan, dan pendataan pendaftaran usaha pariwisata
- e. Mengatur penyelenggaraan dan pengelolaan kepariwisataan di wilayahnya
- f. Memfasilitasi dan melakukan promosi destinasi pariwisata dan produk pariwisata yang berada di wilayahnya
- g. Memfasilitasi pengembangan daya tarik wisata baru
- h. Menyelenggarakan bimbingan masyarakat sadar wisata dan
- i. Memelihara dan melestarikan daya tarik wisata yang berada di wilayahnya
- j. Menyelenggarakan bimbingan masyarakat sadar wisata dan
- k. Mengalokasikan anggaran kepariwisataan.

Konsep Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Pariwisata

Rencana Strategi SKPD Kantor Kebudayaan dan Pariwisata Kota Samarinda 2009-2013, memiliki muatan kebijakan, program dan kegiatan yang mengarah pada kondisi dan proyeksi selain kemajuan pemuda juga didukung dengan kebudayaan yang kuat serta pariwisata yang maju dengan harapan yaitu :

- a. Terbangunnya persepsi pemuda yang bersatu dan berprestasi dalam bingkai budaya (dalam arti luas) sebagai pemuda mampu mengembangkan diri dalam aspek kualitas keberagaman, perilaku ekonomi, etika politik, dan sebagainya

- mengarah pada paradigm baru pemuda sebagai social kategori.
- b. Terwujudnya generasi muda yang memiliki kualitas keberagaman yang mampu mengembangkan aspek intelektual, mental, dan fisik secara seimbang.
 - c. Terlaksananya pengembangan keserasian dan kebijakan pmuda, dalam mewujudkan peningkatan peran serta pemuda, peningkatan upaya penumbuhan kewirausahaan dan kecakapan hidup pemuda, dan mencegah fenomena pemakaian narkoba, sex menyimpang.
 - d. Melembaganya partisipasi pemuda hingga ke level pemuda desa disetiap kecamatan sehingga terciptanya prestasi dan kemajuan daerah.
 - e. Tersedianya fasilitas sarana dan prasarana kebudayaan dan pariwisata yang representatife dengan dinamika dan kebutuhan bagi generasi muda dan masyarakat menjadi pusat aktifitas dan kreatifitas di Kota Samarinda.
 - f. Terwujudnya ketertiban, ketentraman dan keamanan masyarakat terutama pada daerah kunjungan wisata.
 - g. Tercapainya peningkatan pendapatan asli Daerah, dan kontribusi terhadap percepatan dan perumbuhan ekonomi kerakyatan masyarakat Kota Samarinda.

Pemerintah telah menerapkan sejumlah kebijakan sebagai pemandu dalam setiap perencanaan pembangunan dan pengembangan kepariwisataan sebagai berikut:

1. Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah.
2. Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah.
3. Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

Promosi

Promosi (*promotion*) merupakan bagian dari proses pemasaran yang termasuk salah satu aspek dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) bauran pemasaran pada dasarnya merupakan kordinasi interaksi dari empat komponen, yang sering disebut 4P ,yaitu produk, harga, lokasi distribusi dan promosi.

Aktivitas promosi kepariwisataan secara prinsip merupakan kegiatan komunikasi, yang di lakukan oleh organisasi penyelenggara pariwisata (destinasi) yang berusaha mempengaruhi khalayak atau pasar wisatawan yang merupakan tumpuan atau sasaran dari penjualan produkwisatanya.

Promosi dalam bauran pemasaran adalah merupakan semua bentuk komunikasi yang dipergunakan oleh organisasi untuk memberitahukan sesuatu dan mempengaruhi tingkah laku pembeli dari pelanggan yang sudah ada dan pelanggan yang potensial.Promosi ini juga sering dikatakan sebagai proses berlanjut karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan.

Adapun pengertian promosi menurut Basu (2000:23) adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.(<http://teori-mgt-ian.blogspot.com/2011/01/promosi-promotion.html>).

Menurut Lamb, Hair, McDaniel (2001 :147)promosi adalah kombinasi dari alat promosi termasuk periklanan, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan yang digunakan untuk mencapai pasar sasaran dan memenuhi tujuan organisasi secara keseluruhan.

Pengertian Pariwisata

Pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Menurut Sihite (dalam Marpaung dan Bahar, 2000:46 – 47) menjelaskan definisi pariwisata sebagai berikut : pariwisata adalah suatu perjalanan yang di lakukan orang untuk sementara waktu, yang di selenggarakan dari suatu tempat ketempatlain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempatyang di kunjungi, semata-mata untuk menikmati kegiatan bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. (<http://pesonapariwisataindonesia.blogspot.com>)

Sedangkan menurut Fandeli (2001:37) memberikan pengertian bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. (<http://reposting.usu.ac.id/chapterII pdf.obyek wisata>)

Selanjutnya menurut Pendit (2003:33) menjelaskan tentang pariwisata adalah juga dapat memberikan dorongan dengan langsung terhadap kemajuan – kemajuan pembangunan seperti perbaikan pelabuhan, jalan-jalan raya, program kebersihan atau kesehatan, proyek sarana budaya dan kelestarian lingkungan dan sebagainya. Yang kesemuanya dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik bagi masyarakat dalam lingkuSngan daerah wilayah yang bersangkutan maupun bagi masyarakat dalam lingkungan daerah wilayah yang bersangkutan maupun bagi wisatawan pengunjung dari luar, kepariwisataan juga dapat memberikan dorongan dan sumbangan terhadap pelaksanaan pembangunan proyek-proyek ekonominya, dimana pada gilirannya industri pariwisata merupakan suatu kenyataan di tengah-tengahindustri lainnya. (<http://reposting.usu.ac.id/chapterII pdf.obyek wisata>)

Pariwisata dan Ekonomi Daerah

Semangat otonomi daerah telah mewarnai pendayagunaan potensi ekonomi daerah. Hal ini cukup dimaklumi, karena asumsinya daerah otonom yang memiliki potensi ekonomi yang kuat, mempunyai peluang yang besar dalam menggali dan mengembangkan perekonomian daerahnya untuk kesejahteraan masyarakat, yang pada akhirnya daerah otonom mempunyai kemampuan lebih dalam meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, baik dalam penyelenggaraan pemerintahan maupun pelaksanaan pembangunan.

Realita yang ada menunjukkan, bahwa banyak daerah otonom yang kebijakan pembangunan ekonominya didasarkan pada keunggulan komparatif dengan kompetensi dan keunggulan di setiap daerah, misal perekonomian daerah yang berbasis pada hasil: tambang, hutan, pertanian, perikanan dan laut; industri, perdagangan serta jasa dan lain-lain.

Pengembangan ekonomi daerah berdasarkan prinsip otonomi dan potensi daerah yang dilakukan pelaku ekonomi daerah (pemerintah, swasta dan masyarakat), pada dasarnya berkaitan erat dengan pengembangan berbagai jenis dan bidang serta sektor usaha. Pengembangan ekonomi daerah berupaya untuk menciptakan iklim usaha daerah yang mampu menggali potensi daerah, mendorong peluang dan kemampuan kompetitif atau daya saing atas dasar keunggulan komparatif daerahnya (letak geografis, SDM profesional, akses informasi dan teknologi, kompetensi kelembagaan dan manajemen, kemampuan permodalan dan akses pasar dll.)

Untuk lebih mengoptimalkan upaya pengembangan perekonomian daerah, diperlukan inovasi atau prakarsa, kreatifitas, serta strategi pengembangan ekonomi masing-masing daerah. Dengan demikian di era kompetisi ini, daerah yang memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif dibanding daerah lain, akan lebih berhasil memanfaatkan potensi daerah secara lebih berdaya guna dan berhasil guna bagi kesejahteraan masyarakat.

Kebijakan otonomi daerah memberi kewenangan dan keleluasaan lebih luas bagi Kabupaten/Kota dalam menggali dan mengembangkan potensi daerah. Hal ini terbukti banyak daerah otonom berkreasi dan berinisiatif dengan kiat-kiatnya untuk memajukan daerahnya, misalnya antara lain: berbagai cara dilakukan untuk peningkatan PAD, mendorong laju penanaman modal melalui promosi dan peningkatan pelayanan perijinan, membangun dan meningkatkan kualitas sarana prasarana penunjang kegiatan investasi, mengembangkan sentra-sentra produksi potensial, melakukan berbagai inovasi manajemen pembangunan dan meningkatkan kualitas SDM.

Pengertian Pariwisata

Pengembangan berasal dari kata dasar “berkembang” yang oleh. Pengembangan tersebut diatas memberikan pemikiran, agar mempunyai wawasan yang luas terhadap akses informasi yang dapat meningkatkan kualitas hidup, pengembangan untuk membantu mempersiapkan diri didalam menghadapi kemajuan dan perubahan yang akan dihadapi serta pengembangan untuk memprogram agenda yang merujuk pada kualitas diri manusia juga kualitas produk yang akan dihasilkan.

Menurut Nasution (dalam Yoeti. A, 2006:57-58) kemajuan pengembangan pariwisata sebagai industri, perlu ditunjang berbagai usaha yang mengelola secara terpadu dan baik, diantaranya adalah :

a. Promosi Untuk Memperkenalkan Obyek Wisata

Promosi obyek wisata merupakan suatu langkah yang harus dilakukan agar dapat menarik minat para pengunjung misalnya melalui pembuatan post card, internet dan beberapa souvenir serta memperkenalkan kebudayaan dengan cara mengadakan hiburan atau pagelaran atau festival budaya di lokasi wisata. Hal tersebut tidak terlepas dari informasi yang diperoleh atau gambaran tempat tujuan harus jelas.

b. Transportasi Yang Lancar

Transportasi merupakan salah satu sarana atau akomodasi yang harus tersedia, baik darat, laut maupun udara..Untuk transportasi masih sangat terbatas, hal tersebut karena sistem transportasi belum begitu lancar.Suatu kendala yakni lapangan udara belum ada pengembangan sehingga rute penerbangan masih minim.

c. Kemudahan Keimigrasian dan Birokrasi

Keimigrasian dan birokrasi merupakan suatu bentuk prosedural dalam hal perizinan atau juga visa.Menjadi permasalahan ketika pengurusan administrasi selalu berbelit-belit atau di panjang lebarkan. Untuk itu maka kemudahan birokrasi akan menjadi suatu pendukung bagi pengembangan pariwisata.

d. Akomodasi Yang Menjamin (Penginapan yang Nyaman)

Fasilitas akomodasi menunjang kegiatan pariwisata, sebagai sarana untuk meningkatkan length of stay wisatawan. Jika tidak tersedia akomodasi di kawasan atau obyek wisata tersebut maka wisatawan yang akan tinggal lebih dari satu hari akan kesulitan mencari tempat untuk tinggal dan jikalau ada penduduk yang bersedia menampung, kemungkinan fasilitas yang diberikan tidak memenuhi standard dan kadang membuat wisatawan enggan untuk kembali.

Infrastruktur

Infrastruktur menurut kamus besar bahasa Indonesia, infrastruktur adalah prasarana, dari pengertian diatas dapat dijelaskan bahwa infrastruktur disini adalah bentuk prasarana yang merujuk pada bentuk fasilitas-fasilitas fisik yang mendukung kegiatan manusia.

Menurut Grigg (dalam Kodoatie, 2005:9) infrastruktur merupakan pendukung utama fungsi-fungsi system dan system ekonomi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.Sistem infrastruktur dapat didefinisikan sebagai fasilitas-fasilitas atau struktur-struktur dasar, peralatan-peralatan, instalasi-instalasi yang yang dibangun dan yang dibutuhkan untuk berfungsinya system social dan system infrastruktur adalah asset fisik yang di rancang dalam system sehingga memberikan pelayanan publik yang penting.

Objek Wisata

Objek wisata adalah semua hal yang menarik untuk dilihat dan dirasakan oleh wisatawan yang disediakan atau bersumber pada alam saja.

Objek wisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 adalah segala sesuatu yang mempunyai keunikan, keindahan dan nilai yang berupa

keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Adapun menurut Fandeli (2001:58) menyebutkan objek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan.

Objek Wisata Kebun Raya Unmul Samarinda

Kebun Raya Unmul Samarinda merupakan objek wisata yang unik karena memadukan Rekreasi dengan Pendidikan seputar alam dan lingkungan. Kebun Raya Unmul (Universitas Mulawarman) ini adalah tempat wisata yang dapat dinikmati seluruh Kalangan Masyarakat, bukan hanya para Mahasiswa, meskipun tempat Wisata ini mengatasnamakan sebuah Universitas di kota Samarinda, Luas Keseluruhan Kebun Raya Unmul Samarinda yaitu seluas 300 Hektar.

Sejak diresmikan sebagai hutan pendidikan, kawasan tersebut sering digunakan sebagai tempat kegiatan kemahasiswaan, lokasi penelitian, dan Praktek Kerja Lapangan bagi mahasiswa, tidak hanya dari kalangan Universitas Mulawarman saja yang boleh melakukan kegiatan dikawasan ini, namun dari kalangan lembaga lain maupun masyarakat umum boleh berkegiatan di tempat ini sesuai prosedur yang berlaku. Sejak ditandatanganinya kerja sama antara Universitas Mulawarman dan Pemerintah Kota Samarinda, kawasan ini berubah nama menjadi Kebun Raya Unmul Samarinda (KRUS). Dalam perkembangan selanjutnya, 62 Hektar dari total Luas 300 hektar difungsikan sebagai fasilitas jalan, danau buatan, fasilitas olahraga, dan tempat hiburan lain.

Definisi Konsepsional

Dari beberapa pendekatan teori yang disajikan dalam membangun konsep maka Definisi konsepsional atau kerangka konsepsional menurut Bagong Suryanto dan Sutinah (2006:15) adalah suatu abstraksi dari kejadian yang menjadi sasaran penelitian dan juga memberikan batasan tentang luasnya ruang lingkup penelitian. Maka dari teori dan konsep yang telah dijabarkan oleh para ahli maka definisi konsepsional dari penelitian ini adalah:

1. Peran adalah suatu tindakan yang harus dilaksanakan oleh individu atau organisasi dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsinya.
2. Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Informasi adalah perangkat daerah yang merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan bidang Kebudayaan dan Pariwisata dengan merumuskan kebijakan yang berkaitan dengan objek wisata di Kota Samarinda.
3. Promosi adalah suatu langkah yang harus dilakukan agar dapat menarik minat para pengunjung misalnya melalui pembuatan post card, internet dan beberapa souvenir serta memperkenalkan kebudayaan dengan caramengadakan hiburan atau pagelaran atau festival budaya di lokasi wisata.

4. Objek wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, hasil buatan manusia dan sejarah bangsa yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan.
5. Kebun Raya Unmul Samarinda adalah kawasan hutan pendidikan dan wisata alam yang dimiliki oleh Universitas Mulawarman yang dikelola menjadi hutan konservasi/kebun raya yang diperuntukan kepada mahasiswa Universitas Mulawarman dan mahasiswa luar negeri sebagai lahan penelitian dan untuk kawasan wisata rekreasi bagi masyarakat di dalam dan luar daerah Kota Samarinda.

Metode Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses yang panjang berawal dari minat untuk mengetahui fenomena tertentu dan selanjutnya berkembang menjadi gagasan, teori, konseptualisasi, metode penelitian yang sesuai dan seterusnya cara mencari kebenaran yang di pandang ilmiah adalah melalui metode penelitian dengan demikian metode penelitian (*Research Methods*) merupakan ilmu yang memperbincangkan tentang metode-metode ilmiah dalam menggali kebenaran pengetahuan, sehingga setiap penelitian perlu mempertimbangkan metode yang sesuai untuk dipilih atau di terapkan.

Fokus Penelitian

Agar tidak terjadi perluasan dalam penelitian ini serta untuk memudahkan dalam pencarian data maka penulis memfokuskan penelitian pada:

1. Peran Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Informasi dalam mempromosikan objek wisata Kebun Raya Unmul Samarinda, meliputi :
 - a. Promosi Untuk Memperkenalkan Obyek Wisata
 - b. Merumuskan Program dan kebijakan Teknis di bidang ke budayaan Pariwisata.
 - c. Menyelenggarakan pembangunan dan pengembangan di bidang kebudayaan dan pariwisata.
2. Kendala-kendala yang dihadapi Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Informasi dalam mempromosikan obyek wisata Kebun Raya Unmul Samarinda.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum Lokasi Penelitian.

Profil Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Kota Samarinda

Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Informasi merupakan unsur pelaksana otonomi daerah mempunyai tugas pokok membantu Kepala Daerah dalam melaksanakan sebagian urusan pemerintah yang menjadi kewenangan Pemerintah Daerah dibidang kebudayaan, pariwisata, kominfo berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan dalam merumuskan kebijakan perencanaan

opersional program kerjasama dan pembinaan penyelenggaraan kebudayaan, tradisi, perfilman, kesenian, sejarah dan kepurbakalaan serta perencanaan operasional pelayanan pos pedesaan, jasa titipan, telekomunikasi, rekomodasi dan ijin postel. Sarana komunikasi desiminasi informasi sesuai norma, standar dan prosedur yang berlaku dan searah kebijakan umum daerah.

Dasar pembentukan Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Informasi Kota Samarinda yaitu berdasarkan Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 15 Tahun 2008 Tentang pembentukan organisasi Dinas-Dinas Daerah Pemerintah Daerah Provinsi Kalimantan Timur.

Hasil Penelitian

Peran Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Informasi dalam Mempromosikan Objek Wisata Kebun Raya Ummul Samarinda

Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Informasi mempunyai fungsi yaitu melakukan pembinaan bidang kebudayaan, pariwisata dan komunikasi informasi serta melakukan koordinasi baik dengan pemerintah daerah manapun dengan instansi sektoral lainnya. Adapun program kerja dan anggaran yang disusun meliputi kegiatan-kegiatan intern Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Informasi Kota Samarinda maupun kegiatan-kegiatan ekstern sebagai fungsi pembinaan serta kegiatan evant-evant yang berhubungan dengan bidangnya.

Adapun pelaksanaan kegiatan telah dilakukan seoptimal mungkin mendekati dengan apa yang telah diprogramkan. deviasi-deviasi antara rencana dengan pelaksanaan memang tak dapat dihindari karena adanya pengaruh-pengaruh yang tak terduga, akan tetapi deviasi-deviasi tersebut telah diusahakan sekecil mungkin hingga tidak mempengaruhi program secara keseluruhan.

Promosi untuk Memperkenalkan Objek Wisata

Promosi merupakan cara yang digunakan atau untuk mengkomunikasikan kepada calon wisatawan tentang produk pariwisata cara yang di gunakan untuk melakukan promosi wisata dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti menggunakan materi-materi cetakan, iklan melalui media cetak elektronik ke ikut sertaan dalam *evant-evant* pariwisata, aktifitas kehumasan dan internet dalam media promosi tersebut wisatawan dapat mengetahui gambaran umum mengenai produk wisata, lokasi wisata, dan harga jual produk wisata yang di tawarkan. Diharapkan dengan adanya promosi maka jumlah pengunjung akan meningkat setiap tahunnya sehingga dapat meningkatkan Pandapatan Asli Daerah (PAD).

Merumuskan Program dan Kebijakan Teknis di Bidang Kebudayaan Pariwisata

Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Komunikasi Informasi Kota Samarinda sebagaimana dalam tugas dan fungsinya adalah serta melakukan pembinaan bidang Kebudayaan, Pariwisata dan Kominfo serta melakukan koordinasi baik dengan

pemerintah daerah manapun dengan instansi sektoral lainnya. Untuk melaksanakan tugas dan fungsinya tersebut setiap tahunnya Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Komunikasi Informasi Kota Samarinda telah menyusun program kerja dan anggaran yang meliputi kegiatan-kegiatan intern Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Komunikasi Informasi Kota Samarinda maupun kegiatan-kegiatan ekstern sebagai fungsi pembinaan, serta kegiatan evant-evant yang berhubungan dengan bidangnya. Sehingga dengan adanya program kerja dan anggaran yang telah tersusun diharapkan tugas dan fungsi Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Komunikasi Informasi Kota Samarinda dapat terarah sesuai dengan apa yang diprogramkan.

Menyelenggarakan Pembangunan dan Pengembangan di Bidang Kebudayaan dan Pariwisata

Penyelenggaraan pembangunan dan pengembangan di bidang kebudayaan dan pariwisata dengan meningkat jumlah tenaga kerja dan infrastruktur yang ada pada obyek wisata dan pengelolaan anggaran atau dana yang dapat dikelola dengan baik sehingga dengan anggaran yang dapat di manfaat semaksimal mungkin. . Dalam melakukan pembangunan dan pengembangan infrastruktur di Kebun Raya Unmul Samarinda selain melibatkan Pemerintah Kota Samarinda juga melibatkan pihak/instansi perusahaan swasta seperti VICO dan lain-lain. Dengan fasilitas-fasilitas yang dimiliki sekarang tentunya fasilitas di Kebun Raya Unmul Samarinda harus terus di bangun dan dikembangkan dan untuk melakukan pembangunan dan pengembangan tersebut agar berhasil maka melibatkan 3 (tiga) unsur yang harus saling mendukung yaitu pemerintah, obyek wisata itu sendiri dan masyarakat.

Kendala-kendala yang Dihadapi Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Komunikasi Informasi dalam Mempromosikan Obyek Wisata Kebun Raya Unmul Samarinda

Internal

Dari hasil Informasi Kantor Kebun Raya Unmul Samarinda bahwa kebun raya unmul memiliki kendala anggaran yang terbatas sehingga promosi tidak dapat dilakukan dengan maksimal, kurangnya sistem keamanan dan kurang luasnya area parkir untuk kendaraan bermotor. Anggaran yang terbatas merupakan kendala utama dalam melaksanakan promosi obyek

Wisata di Kebun Raya Unmul Samarinda. Hal tersebut karena sekarang Kebun Raya Unmul Samarinda sudah berdiri sendiri sehingga pihak pemerintah hanya membantu berupa perlengkapan-perengkapan yang diperlukan seperti perlengkapan permainan anak-anak dan pangan hewan. Sedangkan untuk membiayai operasional Kebun Raya Unmul Samarinda maka dari pihak pengurus hanya mendapat pemasukan dari penjualan karcis pengunjung.

Eksternal

Dapat disimpulkan bahwa yang menjadi kendala dari segi eksternal dalam mempromosikan objek pariwisata khususnya Kebun Raya Unmul Samarinda yaitu

belum adanya pihak ketiga yang bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Komunikasi Informasi untuk mempersiapkan atau menyediakan paket-paket wisata yang ideal untuk obyek wisata di Kota Samarinda. Selain itu sedikitnya promosi yang diikuti oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Informasi Kota Samarinda juga menjadi kendala eksternal sehingga tidak banyak masyarakat yang berada di luar Kota Samarinda mengetahui obyek wisata di Kota Samarinda. Lemahnya koordinasi antar SKPD terkait dalam penyelenggaraan promosi obyek pariwisata juga menjadi kendala eksternal yang dihadapi oleh Dinas Kebudayaan, Paariwisata dan Komunikasi Informasi. Penebangan hutan secara liar, pembakaran hutan dan sering terjadi banjir di Kebun Raya Unmul Samarinda juga menjadi kendala-kemdala

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uraikan pada Bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahawa Dinas Kebudayaan pariwisata dan Komunikasi Informasi Samarinda memiliki peran yang cukup signifikan dalam mempromosikan objek wisata Kebun Raya Unmul Samarinda, yang meliputi:

Promosi untuk memperkenalkan obyek wisata kebun raya unmul samarinda kepada wisatawan melalui materi-materi wisata cetakan brosur wisata, iklan melalui media cetak elektronik kemudian keikut sertaan dalam mengikuti event-event pariwisata seperti *Expo*, Festival Kemilau, Fesitval mahakam, aktivitas kehumasan dalam mengikuti kunjungan ke daerah lain, dan mempromosikan obyek wisata samarinda melalui Internet *Facebook*, *Tuwitter*, *Google*, dalam media promosi agar wisatawan dapat mengetahui gambaran umum wisata kebun raya unmul samarinda mengenai produk wisata khususnya kebun raya unmul samarinda maka jumlah pengunjung dan tingkat promosi semakin meningkat dan lebih maju di bading objek wisata luar daerah.

Merumuskan program dan kebijakan Teknis di bidang kebudayaan pariwisata, melalui visi dan misi dari Dinas Kebudayaan pariwisata dan komunikasi informasi dengan “ Terwujudnya daerah tujuan wisata yang mempunyai keunggulan daya saing berbasis teknologi informasi dengan tujuan wisata yang mempunyai keunggulan daya saing berbasis teknologi informasi dengan pelaksanaan tatakelola budaya wisata yang berkualitas menuju Samarinda Kota Metropolitan”.serta mempunyai tugas pokok di bidang kebudayaan, Pariwisata, Kominfo berdasarkan otonomi dan tugas pembantu dalam merumuskan kebijakan perencanaan oprasional program kerjasama dan pembinaan penyelenggaraan kebudayaan, tradisi, perfilman, kesenian, sejarah dan kepurbakalaan serta perencanaan oprasional pelayanan pos pedesaan, jasa titipan, telekomunikasi, rekomendasi dan ijin postel.

Saran

Berdasarkan kesimpulan mengenai Fungsi Dinas Kebudayaan, Pariwisata Komunikasi Informasi dalam mempromosikan objek pariwisata Kebun Raya Unmul Kota Samarinda, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Dalam mempromosikan objek pariwisata Kota Samarinda lebih ditingkatkan lagi sehingga objek-objek wisata di samarinda lebih di kenal oleh masyarakat dan tingkat pengunjungnya pun mulai meningkat.
2. Meningkatkan akses Transportasi dan media Informasi dan Komunikasi
3. Meningkatkan Fasilitas Pendukung kepariwisataan yang berfungsi memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi wisatawan selama melakukan kunjungan di suatu destinasi seperti keamanan, rumah makan, pusat informasi pariwisata, biro perjalanan, penginapan.

Daftar Pustaka

- Anonim, 2013, *Kepariwisata Kota Samarinda*, Samarinda, Dinas Kebudayaan Pariwisata Komunikasi dan Informasi.
- Arikunto, Suharsimi, 2002. *Perosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta, Rhineka Cipta.
- Bambang, Sunaryo, Drs. M.Sc. MS, 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Budianto, 2004. *Kinerja Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan Obyek Wisata* , Skripsi, AMPD, Yogyakarta.
- Fandeli, Chafid. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta : Liberty.
- Kodoatie, Robert J 2005. *Otonomi Daerah*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Lamb, Hair, dan McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Buku1. Penerjemah David Octarevia. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Miles, B, Matthew dan A. Michael Huberman. 2007. *Penterjemah tjetjeb Rohendi. Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, Lexy, J. 2006. *Metodelogi Penelitian Kualitatif* , Bandung, Rosda Karya.
- Pitana dan Gayatri, 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sigit, Suhardi 2007. *Marketing Praktis*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Sugiono. 2006. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sutinah, Suyanto Bagong. 2006. *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi II Yogyakarta: Liberty.
- Yoeti, Oka A, Drs. H. MBA. 2006. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa; Bandung.

Dokumen-dokumen :

Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 31 Tahun 2009 Tentang *Tugas Pokok dan Fungsi*

Undang-undang Nomor 9 Tahun 1999 Tentang *Pariwisata*

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang *Kepariwisataan*

Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang *Pemerintah Daerah*

Sumber Internet :

<http://jodenmot.wordpress.com>.

<http://pesonapariwisataindonesia.blogspot.com>

<http://teori-mgt-ian.blogspot.com/2011/01/promosi-promotion.html>

[http://repository.usu.ac.id/chapterIIpdf\(obyekwisata\)](http://repository.usu.ac.id/chapterIIpdf(obyekwisata))