

## OPTIMALISASI PROMOSI DINAS PARIWISATA BADUNG TERHADAP DAYA TARIK WISATA BADUNG DI ERA PANDEMI COVID-19

### *OPTIMIZATION OF THE PROMOTION OF THE BADUNG TOURISM DEPARTMENT TOWARDS BADUNG TOURISM ATTRACTION IN THE ERA OF THE COVID-19 PANDEMIC*

I Wayan Agus Selamat<sup>1</sup>, Ni Luh Gede Novi Wulandari<sup>2</sup>  
Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Nasional Denpasar<sup>1,2</sup>  
aguswayan91@gmail.com<sup>1</sup>

Received:09/05/2022

Revised:30/05/2022

Accepted:10/06/2022

#### **Abstrak**

Penelitian ini mengambil judul tentang Peran Dinas Pariwisata Badung Dalam Mempromosikan Daya Tarik Wisata Badung Di Era Covid-19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa penting peran yang dilakukan oleh tim Dinas Pariwisata dalam mempromosikan daya tarik wisata di Kabupaten Badung selama pandemi Covid-19 yang masih menimpa pariwisata Bali. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif. Penelitian ini mengambil studi kasus pada peran Dinas Pariwisata Badung yakni di bidang pemasaran atau promosi pariwisata yang ada di Badung. Sumber data yang diperoleh yaitu melalui sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Dinas Pariwisata Badung telah melakukan berbagai cara untuk mempromosikan daya tarik wisata di Badung guna menarik kunjungan wisatawan ke Badung Bali salah satunya melakukan promosi pariwisata di dalam maupun luar negeri melalui sosial media dan meningkatkan SDM dengan melakukan pelatihan-pelatihan di bidang pariwisata.

**Kata Kunci:** Optimalisasi, Mempromosikan, Covid-19

#### **Abstract**

*This study takes the title of the Role of the Badung Tourism Office in Promoting Badung Tourism Attractiveness in the Covid-19 Era. The purpose of this study was to find out how important the role played by the Tourism Office team in promoting tourist attractions in Badung Regency during the Covid-19 pandemic that still afflicts Bali tourism. The type of research conducted is qualitative. This research takes a case study on the role of the Badung Tourism Office, namely in the field of marketing or tourism promotion in Badung. The sources of the data obtained through primary data sources and secondary data sources. Data collection techniques carried out by researchers using observation, interviews, documentation, and literature studies. The Badung Tourism Office has carried out various ways to promote tourist attractions in Badung in order to attract tourist visits to Badung Bali, one of which is promoting tourism at home and abroad through social media and increasing human resources by conducting trainings in the tourism sector*

**Keywords:** Optimization, Promoting, Covid-19

## 1. PENDAHULUAN

Pulau Bali merupakan sebuah pulau yang berada di kawasan perairan Indonesia yang menjadi salah satu destinasi wisata yang dikunjungi oleh wisatawan mancanegara. Hal itu disebabkan karena Pulau Bali memiliki berbagai bentuk daya tarik wisata yang bisa dinikmati oleh wisatawan antara lain adalah keindahan alam, wisata, budaya, serta aneka ragam seni ukir kerajinan.

Disamping itu upaya peningkatan kualitas baik pelayanan maupun fasilitas terus ditingkatkan, sehingga mampu membuat wisatawan menjadi nyaman dan aman dalam melakukan liburannya ke Bali. Salah satu Kabupaten yang ada di Bali yang memiliki fasilitas dan daya tarik wisata yang menarik untuk dikunjungi adalah Kabupaten Badung.

Bila dikaji lebih dalam Kabupaten Badung menjadi pusatnya kegiatan kepariwisataan yang ada di Pulau Bali. Hal itu disebabkan karena Kabupaten Badung memiliki keindahan pantai yang berpasir putih yang disertai dengan berbagai bentuk akomodasi dari bintang satu sampai bintang lima. Hal itu membuat Kabupaten Badung menjadi kabupaten yang menyumbang devisa terbesar dalam bentuk industri pariwisata di Pulau Bali.

Dalam menjaga kestabilan perkembangan pariwisata di Kabupaten Badung tentunya adanya peran dari berbagai *stakeholder* yang diantaranya adalah peran dari pemerintah daerah yaitu Dinas Pariwisata Kabupaten Badung. Dalam struktur pemerintahan Kabupaten Badung pada Dinas Pariwisata mempunyai tugas untuk menyusun perencanaan, kebijakan operasional, mengendalikan dan mengadakan kegiatan meliputi ketatausahaan, sarana pariwisata, daya tarik wisata, promosi dan pemasaran wisata.

Di era Covid-19 yang melanda Indonesia termasuk Bali pada pertengahan bulan maret 2020 hingga masih pada saat ini membuat perkembangan industri pariwisata di Bali mengalami penurunan. Hal tersebut bisa dilihat dari data kunjungan wisatawan yang dimana tahun 2019 terjadi pertumbuhan 3,37 tetapi di tahun 2020 mengalami penurunan drastis mencapai 82,96. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan ini tentunya sangat berdampak pada pariwisata Kabupaten Badung

yang dimana menjadi central dari kegiatan pariwisata di Bali. Hal ini di jelaskan oleh Pemda Badung yang menyebutkan bahwa pendapatan daerah Badung terbesar ialah dari industri pariwisata.

Dalam meningkatkan perkembangan pariwisata di Kabupaten Badung tentunya diperlukan berbagai upaya, salah satunya adalah mengoptimalkan promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Badung dalam memperkenalkan atau memberikan informasi-informasi terkini terkait daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Badung pada masa pandemi Covid-19 dengan melakukan berbagai bentuk promosi baik di media online maupun *offline*.

Suryadi (2011) menjelaskan bahwa promosi merupakan berbagai kegiatan untuk menginformasikan dan membentuk keyakinan seseorang terhadap sebuah produk dan membentuk kesan dari kualitas produk dan bentuk loyalitas dari konsumen. Dalam pariwisata, kegiatan promosi dapat dilihat dari penyebaran informasi yang tujuannya membujuk seseorang agar seseorang tersebut tertarik untuk ingin tahu tentang informasi tersebut dan datang untuk berkunjung ke daya tarik wisata. Kegiatan tersebut sangat penting untuk dilakukan. Tujuannya adalah untuk memudahkan wisatawan dalam memilih daya tarik wisata yang akan dikunjungi sebagai tempat liburan. Semakin menarik promosi yang disampaikan tentunya semakin banyak pula ketertarikan wisatawan untuk mendatangi tempat tersebut (Apriyani, 2018).

Kabupaten Badung dalam mempromosikan daya tarik wisata belum mengalami kemajuan yang signifikan sehingga perlu adanya kegiatan promosi yang mampu mendorong wisatawan untuk datang dan berlibur ke daya tarik wisata kabupaten Badung. Penting untuk digali lebih dalam terkait dengan optimalisasi promosi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Badung terhadap daya tarik wisata Badung

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang didasari oleh metode dan strategi buku Desain Penelitian karya Creswell, (2018). Pendekatan kualitatif dipilih dengan alasan objek yang diteliti merupakan suatu fenomena kompleks, sebagaimana sulit

untuk dipahami hanya dengan mencermatinya melalui satu perspektif. Sifatnya yang asumptif, deskriptif, induktif, natural, serta lebih mementingkan proses daripada hasil dapat memberikan peluang bagi peneliti untuk memahami fenomena tersebut dengan komprehensif.

Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan beberapa tahapan yang pertama observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang merupakan suatu teknik pengambilan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu yang menurut peneliti mampu memberikan penjelasan tentang fenomena-fenomena yang dibahas (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini responden yang dapat menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pertama kepala bidang promosi pada dinas pariwisata Badung, bidang pengembangan destinasi wisata pada dinas Kabupaten Badung, masyarakat yang bekerja di daya tarik wisata di Kabupaten Badung. Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa dalam melakukan penelitian data kualitatif harus dilakukan secara interaktif dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya menjadi jenuh. Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Pengumpulan Data

Langkah pertama dalam penelitian kualitatif untuk melakukan mengumpulkan sebuah data menggunakan beberapa alat yang diantaranya wawancara, observasi, studi pustaka dan studi dokumen dengan informan. Peneliti kemudian mencatat data yang diperoleh dari segala hal yang ditemukan saat berada di lokasi penelitian tentang potensi daya tarik wisata di Kabupaten Badung dan optimalisasi dinas pariwisata Kabupaten Badung dalam mempromosikan daya tarik wisata Badung di era pandemi Covid-19.

#### 2. Reduksi Data

Reduksi data dalam penelitian ini melakukan rangkuman terhadap data yang di peroleh di lapangan. Data dianalisa secara terperinci dan dengan sangat teliti untuk mendapatkan sesuatu yang sangat penting, ditelusuri konsep dan pola yang ada. Hal itu dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih terang terhadap penelitian yang dilakukan

di Kabupaten Badung. Hal tersebut membuat peneliti lebih mudah dalam melakukan pengumpulan data lainnya. Data tersebut dikumpulkan, kemudian dipilih data yang dianggap paling relevan terkait optimalisasi dinas pariwisata Kabupaten Badung dalam mempromosikan daya tarik wisata Badung di era pandemic Covid-19.

#### 3. Penyajian Data

Dalam penelitian ini penyajian data dilakukan menggunakan uraian teks yang menjelaskan fenomena-fenomena yang terjadi dilapangan dengan terperinci dan jelas serta dilengkapi dengan bukti gambar dan refrensi temuan-temuan yang memiliki relevansi dengan penelitian ini.

#### 4. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini ialah menjawab rumusan masalah yang di rumuskan dalam penelitian ini. Dalam menjawab rumusan masalah tersebut tentunya dibutuhkan rangkain kegiatan analisis yang diantaranya reduksi data, penyajian data sehingga data yang diolah tersebut mampu melakukan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Potensi Daya Tarik Wisata Kabupaten Badung

##### 1. Daya Tarik Wisata Alam

Kabupaten Badung tentunya memiliki potensi wisata alam yang membuat wisatawan datang dan berkunjung serta menghabiskan liburannya. Seperti yang diketahui bahwa wisata alam merupakan suatu perjalanan yang kegiatan wisatanya yang memanfaatkan keindahan sumber daya alam (Marpaung, 2002). Dapat dikaji bahwa daya tarik wisata alam di Kabupaten Badung dapat dibedakan menjadi dua yang pertama, daya tarik wisata alam yang perairan laut yang dimana wisatawan bisa melakukan berbagai aktivitas seperti berenang, *snorkeling*, *diving*, berjemur di pinggiran pantai yang berpasir putih. Kedua, daya tarik wisata alam di wilayah daratan. Daya tarik wisata ini memiliki keindahan dalam struktur alam yang bisa dinikmati oleh wisatawan mancanegara seperti wisata agro, wisata pegunungan, desa wisata, taman dan hutan konservasi. Kegiatan wisata perairan sungai dan danau yang bisa dinikmati di Kabupaten Badung.

## 2. Daya Tarik Wisata Budaya

Kabupaten Badung juga memiliki berbagai daya tarik wisata budaya yang bisa dinikmati oleh wisatawan. Daya tarik wisata budaya di Kabupaten Badung dalam penelitian ini di kelompokkan dalam dua kategori yang di antaranya: Pertama potensi wisata budaya yang memiliki sifat berwujud atau *tangibel*. Daya tarik wisata budaya ini dapat dilihat dan di sentuh oleh wisatawan meliputi berbagai bentuk benda-benda cagar budaya yang diantaranya benda peninggalan sejarah seperti patung, keris, lukisan, arca-arca, alat-alat kesenian seperti gamelan, kostum penari, perkampungan tradisional disebuah desa yang memiliki tradisi dan kebudayaan masyarakat yang khas dan unik. Keberadaan museum untuk mengenang kearifan lokal dan karya seseorang. Kedua daya tarik wisata budaya yang memiliki sifat *intangibel* atau sifat tidak berwujud. Daya tarik wisata budaya ini tidak bisa di sentuh oleh wisatawan antara lain peraturan atau tradisi adat masyarakat, kepercayaan masyarakat lokal seperti mitos, sejarah, tari-tarian, keramah-tamahan masyarakat lokal.

## 3. Daya Tarik Wisata Buatan Manusia.

Daya tarik wisata buatan manusia di kabupaten Badung merupakan daya tarik wisata yang dihasilkan melalui kreativitas manusia yang mampu menciptakan tempat-tempat untuk dikunjungi oleh wisatawan. Dalam penelitian ini menjabarkan daya tarik wisata buatan yang ada di Kabupaten Badung antara lain: pertama, tempat wisata rekreasi taman, yaitu tempat wisata yang memiliki aktivitas rekreasi atau hiburan dalam wisatawan menghabiskan waktu luangnya dengan bersantai di tempat taman-taman yang memiliki tema atau taman bertema. Taman tersebut diantaranya Taman Mumbul, Taman Ayun dan Taman Kota Badung. Ketiga, Tempat rekreasi untuk kegiatan olahraga, seperti kawasan rekreasi dan olahraga Pecatu Graha, Pandawa Golf, dan area sirkuit olahraga .

### 3.2 Optimalisasi Promosi Dinas Pariwisata Badung Terhadap Daya Tarik Wisata Badung Di Era Pandemi Covid-19.

#### 3.2.1 Mengundang Anak Milenial

Dalam melaksanakan peran untuk membangkitkan kembali pariwisata di Kabupaten Badung, Dinas Pariwisata melibatkan beberapa anak milenaial yang sudah

dikenal oleh banyak masyarakat sebagai selebgram, *youtuber*, *tiktokers* dari dalam maupun luar Bali untuk mempromosikan melalui akun sosial media pribadinya yang dimana dapat menjadi salah satu cara memperkenalkan bahwa pariwisata di daerah Badung selama pandemi Covid-19 itu aman dikarenakan pihak pengelola daya tarik setempat selalu mengikuti protokol kesehatan yang berlaku di Indonesia. Dengan cara tersebut, dapat menjadikan pariwisata di wilayah Badung dikenal aman untuk dikunjungi selama pandemi Covid-19 oleh wisatawan dalam maupun luar Bali.

#### 3.2.2 Promosi Melalui Media Online

Dinas Pariwisata di Kabupaten Badung mulai gencar melakukan promosi melalui media online yakni:

1. Sistem Informasi Pariwisata (SITA).

Di Kabupaten Badung memiliki sistem informasi terkait pariwisata yang ada di Kabupaten Badung dimana baik dari masyarakat Bali, masyarakat Indonesia, maupun para wisatawan dari luar negeri yang ingin mengetahui apa saja informasi-informasi terkini terkait pariwisata maupun berita kegiatan di Badung yang telah dilakukan selama pandemi Covid-19. Adapun situs website resmi yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Badung dalam menunjukkan kegiatan maupun memberikan informasi-informasi terkini terkait obyek daya tarik wisata Badung yang telah dilakukan selama pandemi Covid-19 yaitu <https://dispar.badungkab.go.id> . Di website resmi Dinas Pariwisata Badung, wisatawan domestik maupun mancanegara dapat mengetahui *events* yang sudah dilaksanakan. Dalam SITA juga ada berita terkait kegiatan-kegiatan yang sudah dilaksanakan selama pandemi Covid-19. Serta informasi untuk wisatawan untuk mengetahui berbagai jenis daya tarik wisata yang dimiliki Kabupaten Badung. Tidak hanya daya tariki wisata tetapi juga akomodasi, tempat oleh-oleh dan industri lainnya yang menunjang wisatawan selama liburan di Bali.

2. Sosial Media

Dinas Pariwisata Badung melakukan promosi daya tarik wisata melalui *instagram*, *youtube*, *tiktok* dan juga media sosial lainnya.

Untuk Instagram yang dimiliki oleh pihak Dinas Pariwisata terdapat jumlah pengikut terkini sebanyak 928 pengikut. Untuk pengikut di *youtube* milik Dinas Pariwisata mencapai 106 *subscribers*. Sedangkan untuk media *social* berupa *tiktok* Dinas Pariwisata memiliki 28 pengikut. Dengan wisatawan maupun masyarakat Bali yang menandai atau istilah lainnya *hashtag* sosial media milik Dinas Pariwisata Badung dapat membantu mempromosikan daya tarik wisata Badung sehingga pada saat wisatawan domestik maupun mancanegara ketika sudah diperbolehkan melakukan perjalanan wisata, daya tarik wisata tersebut sudah menjadi tujuan bagi para pengunjung saat melakukan liburan ke Bali. Promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Badung guna menginformasikan kepada wisatawan yang akan berkunjung ke Bali khususnya Badung yakni memberikan informasi terkini terkait daya tarik wisata Badung dengan rajin membuat konten, kemudian menggunakan *influencer*. Banyaknya pengikut di *social media* pada *influencer* ini bisa berdampak kepada kenaikan pengunjung ditempat daya tarik wisata yang direkomendasikan oleh *influencer*.

### 3.2.3 Mengundang Media Massa

Dengan mengundang media massa untuk meliput setiap kegiatan yang dilakukan, merupakan salah satu wujud promosi yang dilakukan oleh dinas pariwisata Badung. Banyak kegiatan yang sudah dilakukan selama pandemi Covid-19 guna mempromosikan kembali pariwisata salah satunya daya tarik wisata di Badung dengan mengadakan kegiatan *Fam Trip Explore* Badung pada akhir tahun di 2020. Kegiatan ini dibagi menjadi dua gelombang yang diantaranya Gelombang I yang dilaksanakan di tanggal 6 sampai 8 Desember 2020. Gelombang II diadakan pada tanggal 11 hingga 13 Desember 2020. Pada Gelombang I diikuti oleh 120 orang yang semua dari generasi milenial. Kegiatan yang dilakukan adalah menikmati perjalanan wisata selama tiga hari dua malam mengunjungi daya tarik wisata Badung Utara. Gelombang II dilaksanakan selama tiga hari dua malam yang diikuti oleh 120 orang. Kegiatan ini mengeksplor daya tarik wisata yang ada di wilayah Badung Selatan seperti: Kuta, Jimbaran, Nusa Dua dan lain-lain. Plt. Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten

Badung pada saat menutup kegiatan *Explore Badung, Bali 2020* di Bali Tropic Resort & Spa menyatakan bahwa tujuan dari diadakan program ini adalah demi memperkenalkan daya tarik wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Badung melalui penyebaran informasi ke media *social*, media massa, dan media elektronika lainnya. Kegiatan ini tidak hanya memberikan informasi tentang keindahan daya tarik wisata tetapi juga pelaksanaan *protocol* kesehatan yang berbasis CHSE (*Clean, Health, Safety, Environment*) sudah di terapkan.

### 3.2.4 Mengundang Mahasiswa dan Masyarakat Lokal.

Dinas Pariwisata Kabupaten Badung dalam melakukan setiap kegiatan mempromosikan pariwisata khususnya daya tarik wisata, tidak luput dengan mengundang para mahasiswa dan juga masyarakat lokal. Seperti yang telah di informasikan oleh kepala bidang pemasaran pariwisata yakni Bapak D.Ngurah Bhayudewa S.Sos.M.Si dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh dinas pariwisata khususnya bidang promosi pariwisata Badung mengajak para mahasiswa dan masyarakat lokal dalam memperkenalkan potensi yang menjadi minat wisatawan untuk berkunjung di masa pandemi Covid-19 ke destinasi wisata yang ada di Badung melalui media online yang mereka miliki. Dengan cara itu tidak sedikit banyaknya mereka sudah membantu dalam mempromosikan obyek daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Badung bahwa selama pandemi Covid-19 ini masih bisa wisatawan dalam berlibur ke Bali mengunjungi kawasan obyek daya tarik wisata dengan catatan untuk mengikuti aturan pemerintah dalam mentaati protokol kesehatan seperti mencuci tangan, mengecek suhu badan, dan menggunakan masker mulut guna menghindari meluasnya sebaran virus Covid-19.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil maka dapat diperoleh kesimpulan mengenai peran dinas pariwisata dalam mempromosikan daya tarik wisata di era pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut: Potensi kepariwisataan yakni segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Potensi

pendukung dalam daya tarik wisata yang ada di Badung yaitu dimana daya tarik wisata itu sendiri memiliki keunikan tersendiri, daya tarik wisata yang menarik untuk dikunjungi, fasilitas yang memenuhi keperluan wisatawan. Dinas Pariwisata dalam mengoptimalkan promosi daya tarik wisata di Badung yaitu sebagai media informasi yang memberikan segala informasi terkini terkait keindahan destinasi, kegiatan maupun acara yang sudah dilakukan tentunya mengikuti protokol kesehatan berbasis CHSE di era Covid-19 melalui sosial media yang dapat diakses langsung oleh wisatawan maupun masyarakat dalam atau luar negeri sehingga menjadi ketertarikan untuk berkunjung ke daya tarik wisata Kabupaten Badung

## REFERENSI

- A. Shimp, Terence. 2000. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi ke-5. Erlangga. Jakarta.
- Aan Komariah. Djam'an Satori. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Ahmad Rijali, UIN. 2018. Analisis Data Kualitatif, *Jurnal Alhadharah* Vol. 17, No.33. Antasari Banjarmasin.
- Arifin, Zaenal Nur. 2020. Adakan Fam Trip, Dispar Badung Promosikan Pariwisata Aman dan Nyaman Saat Pandemi. <https://bali.tribunnews.com>. 12 Desember 2021 (09:00)
- Cooper, John Fketcher, David Gilbert and Stephen Wanhill. 1955. *Tourism, Principles and Practice*. London:Logman.
- Cummis, Julian. 1991. *Promosi Penjualan*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisata*, Bandung. Alfabetha.
- Muhadjir Noeg. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin. Yogyakarta
- Muksin, I Ketut. 2016. *Daya Tarik Wisata*. Universitas Udayana. Bali
- Pendit, Nyoman, S. 1994. *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*. Pradnya Paramita. Jakarta
- Soedarsono, R, M. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Tejakusuma, Anton. 2010. *Mega Super Salesman*. New Diglossia. Jakarta.

- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi. Yogyakarta.
- Rini, Apriyani. 2018. Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Goa Putri Di Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 *Kepariwisata*.