

PERAN DUTA PARIWISATA GUS DAN YUK DALAM PROMOSI WISATA BUDAYA DI KABUPATEN MOJOKERTO

Oleh:

Devita Candra Sukma,

Poppy Febriana

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

2024

Pendahuluan

- Kabupaten Mojokerto, sebagai salah satu destinasi pariwisata di Indonesia, kaya akan keindahan alam dan warisan budaya yang patut dijelajahi. Pariwisata tidak hanya menjadi sector ekonomi yang potensial, tetapi juga menjadi alat penting dalam pelestarian dan promosi kekayaan budaya local. Dalam upaya meningkatkan daya Tarik pariwisata, peran duta pariwisata menjadi sangat vital. Dalam konteks ini, Gus dan Yuk, sebagai duta pariwisata Kabupaten Mojokerto, memiliki tanggung jawab yang signifikan dalam mempromosikan wisata budaya.
- Gus dan Yuk bukan hanya sekedar wajah yang mewakili Kabupaten Mojokerto, tetapi mereka juga merupakan perwakilan nyata dari kekayaan budaya dan keindahan alam yang dimiliki oleh daerah tersebut. Sebagai duta pariwisata, peran mereka tidak terbatas pada pemecahan pita acara atau penampilan di acara resmi. Mereka memiliki peran strategis dalam menyampaikan pesan-pesan positif tentang kekayaan budaya Kabupaten Mojokerto kepada masyarakat local, nasional, dan internasional.
- Mengenai peran Gus dan Yuk sebagai duta pariwisata dalam mempromosikan wisata budaya di Kabupaten Mojokerto, Sebagai duta pariwisata, Gus dan Yuk memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan berbagai destinasi pariwisata di Kabupaten Mojokerto. Mereka dapat melakukan ini melalui partisipasi dalam berbagai acara promosi, kampanye pemasaran, dan kegiatan sosial media untuk menarik perhatian wisatawan potensial.
- Penelitian dapat bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana Gus dan Yuk membantu membangun citra positif tentang suatu tempat atau destinasi, dan dapat melibatkan bagaimana Gus dan Yuk mempromosikan dan melestarikan aspek-aspek budaya dan sosial dari suatu destinasi. Gus dan Yuk berfungsi sebagai simbol atau representasi dari kekayaan budaya Kabupaten Mojokerto. Mereka membawa citra positif dan menggambarkan warisan budaya, tradisi, seni, dan keindahan alam yang menjadi daya tarik utama destinasi pariwisata.

Metode

- Strategi penelitian yang digunakan disini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif dapat dilihat sebagai pendekatan untuk pemecahan masalah yang memerlukan karakterisasi atau menggambarkan keadaan topik atau target penyelidikan saat ini (individu, organisasi, komunitas, dll.). Strategi ini meringkas peristiwa yang dimaksud dan mencoba untuk menemukan atau menjelaskan hubungan. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis data penelitian ini. Analisis sering mencakup penjelasan, deskripsi terperinci, dan perkembangan ide yang logis tentang hal yang sedang dianalisis. Data yang terkumpul akan diolah dan dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menilai kontribusi duta wisata terhadap promosi pariwisata di Kabupaten Mojokerto dengan memperhatikan kriteria duta wisata, peran duta wisata, dan syarat-syarat promosi. kegiatan yang dilakukan oleh duta wisata. Informasi dikumpulkan setelahnya.
- Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi, ilustrasi, fakta, kualitas, dan korelasi fenomena yang diteliti secara metodis, faktual, dan akurat (Rukin, 2019). Secara khusus, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data, yaitu rangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara metodis untuk diisi oleh responden. Sumber sekunder meliputi informasi yang dikumpulkan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Mojokerto, yang dibentuk dan dibimbing oleh duta pariwisata Gus dan Yuk. Antara lain, studi ini membutuhkan pengumpulan data khusus program dan informasi internal. Tempat wisata budaya yang menjadi sasaran penelitian adalah Pemandian Jolotundo, Warung Khas Mojokerto dan Kampung Batik.

Hasil dan Pembahasan

- Dapat dilihat dari sistem komunikasi pemasaran Persatuan Gus Yuk Kabupaten Mojokerto yang dapat diketahui dari beberapa hal berikut, bahwa temuan analisis yang dilakukan dengan menggunakan teori komunikasi pemasaran terpadu menunjukkan:
- Iklan atau promosi. Dari poster tersebut terlihat bahwa event yang diusung oleh Gus dan Yuk yang berlokasi di Kabupaten Mojokerto ini terkait dengan pemasaran pariwisata di Kecamatan Trowulan. Baik negara dalam maupun luar negeri yang memiliki fasilitas tersebut perlu ada perwakilan dari DISPORABUDPAR dan Gus Yuk. Selain itu, DISPORABUDPAR dan Gus Yuk harus berkunjung ke beberapa pura dan berbicara dengan pengurus pura yang memiliki kekurangan.
- Kejadian dan Pengalaman Pribadi. Rentetan kejadian yang disebabkan oleh Gus dan Yuk Karena kurangnya dukungan dana dari Pemkab Mojokerto dan SDM anggota Gus Yuk yang beraktivitas di luar kota, Pemkab Mojokerto hanya mengikuti acara yang telah diselenggarakan oleh DSPORABUDPAR. Dari PAGUK (Paguyuban Gus dan Yuk) baru dilaksanakan program kerja kecil pemilihan Gus dan Yuk dan program kerja bertema Ramadhan. Program- program ini telah dilakukan. Dan sekali lagi dengan pesan yang datang dari Gus dan Yuk. Dalam perannya sebagai agen wisata DISPORABUDPAR, beliau menyampaikan keinginannya agar Gus dan Yuk bisa belajar tentang perkembangan produk wisata dan mendapatkan feedback dari pengelola wisata.
- Pemasaran dengan Komponen Interaktif. Duta Wisata Kabupaten Mojokerto Gus dan Yuk memanfaatkan media online secara maksimal dengan menerapkan sistem pengelolaan media online. Hal ini dikarenakan menurut beberapa pengelola media online pariwisata, media online sangat berpengaruh terhadap promosi yang dilakukan duta wisata Gus dan Yuk untuk meningkatkan promosi wisata peninggalan sejarah. Salah satu ilustrasinya adalah masuknya pengunjung dari negara lain yang tertarik mempelajari peninggalan kerajaan Majapahit.
- Pemasaran dari Mulut ke Mulut. Strategi komunikasi pemasaran ini sangat efektif diterapkan di Gus dan Yuk Kabupaten Mojokerto; Namun dalam penelitian ini disebutkan bahwa Gus dan Yuk Kabupaten Mojokerto belum dikatakan optimal karena tidak ada promosi event dari setiap event yang diadakan oleh candi-candi tersebut. Akibatnya, kajian menyimpulkan Gus dan Yuk Kabupaten Mojokerto belum dikatakan optimal. Pendapat pengelola tradisional.

Kesimpulan

- Seorang duta wisata memiliki peran yang sangat besar dalam operasional sehari-hari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto, dimana ia bertanggung jawab untuk menjalankan kewajibannya sebagai *Brand Ambassador*. Berdasarkan tanggung jawab yang diharapkan dilakukan duta wisata dalam setiap tugas yang dibebankan kepadanya sesuai dengan bidang yang dibutuhkan, peran yang mereka mainkan sebagai komunikator untuk memasarkan destinasi wisata turut andil dalam menyampaikan pesan perusahaan, yang mana dalam hal ini adalah Kebudayaan dan Dinas Pariwisata Kabupaten Mojokerto, untuk melestarikan dan mempromosikan budaya dan pariwisata. Hal ini terlihat dari para duta wisata yang bertugas mempromosikan berbagai tempat untuk dikunjungi wisatawan. Hal ini menunjukkan adanya perubahan sikap dan perilaku konsumen yang menjadi tujuan utama dari inisiatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk mengajak para duta wisata untuk terlibat sebagai mitra dalam kegiatan pemasaran dan promosi. Ini menunjukkan upaya Kabupaten Mojokerto untuk mengolah persembahan budayanya dan memperluas industri pariwisatanya secara menguntungkan. Dalam proses tersebut tidak lupa dengan etika profesi, khususnya etika profesi komunikasi. Dengan menerapkan etika profesi komunikasi proses branding wisata budaya di Kabupaten Mojokerto menjadi lebih mudah.
- Melalui tanggung jawab sosial dan fungsional yang mereka mainkan, serta kekuatan dari mulut ke mulut yang mereka miliki, duta pariwisata bahkan mampu menjangkau kelompok sasaran yang seringkali tidak dapat dijangkau melalui metode tradisional.

