



Strategi Promosi Wisata di Deli Serdang saat Pandemi Covid-19 oleh Dinas Kebudayaan Pemuda dan Olahraga

Tourism Promotion Strategy in Deli Serdang during the Covid-19 Pandemic by the Department of Culture, Youth and Sports

Taslim Anwar Zega, Beby Mashito Batubara & Rehia K.I. Barus

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Selama masa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19) mengakibatkan penurunan kunjungan wisatawan ke objek-objek wisata. Untuk itu, Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata kabupaten Deli serdang perlu melakukan strategi untuk meningkatkan promosi objek wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami bentuk strategi dan faktor penghambat Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dalam meningkatkan promosi objek wisata selama masa pandemi covid 19 di Kabupaten Deli Serdang. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan Dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan yaitu teori menurut Peter dan Olson antara lain iklan, promosi penjualan, penjualan personal dan publisitas. Staregi Promosi penjualan seperti promosi langsung oleh pengelola objek wisata, iklan seperti pameran promosi menggunakan media sosial dan publisitas seperti mengenalkan pameran virtual dan lain sebagainya. Adapun faktor penghambat strategi dalam meningkatkan promosi antara lain Status Pandemi covid 19 yang belum berakhir dan minimnya anggaran Dana.

Kata Kunci: Strategi, Promosi, Objek Wisata, Pandemi Covid-19.

Abstract

During the Corona Virus Disease 2019 (COVID 19) pandemic, it resulted in a decrease in tourist visits to tourist objects. For this reason, the Department of Culture, Youth and Sports and Tourism of the Deli Serdang district needs to carry out a strategy to increase the promotion of tourist attractions. Covid 19 pandemic in Deli Serdang Regency. The research method used is descriptive qualitative. Data collection techniques using interviews, observation, and documentation. The results showed that the strategy used was the theory according to Peter and Olson, including advertising, sales promotion, personal selling and publicity. Sales promotion strategies such as direct promotion by tourist attraction managers, advertisements such as promotional exhibitions using social media and publicity such as introducing virtual exhibitions and so on. The inhibiting factors for the strategy in increasing promotion include the status of the Covid 19 pandemic which has not yet ended and the lack of a budget.

Keywords: Strategy, Promotion, Attractions, Covid-19 Pandemic.

How to Cite: Zega, T.A., Batubara, B.M. & Barus, R.K.I. (2024). Strategi Promosi Wisata di Deli Serdang saat Pandemi Covid-19 oleh Dinas Kebudayaan Pemuda dan Olahraga. *Strukturasi: Jurnal Ilmiah Magister Administrasi Publik*, 6(1) 2024: 29-38



PENDAHULUAN

Pada masa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), banyak sekali perubahan yang terjadi dalam ruang lingkup kehidupan manusia. Perubahan tersebut tidak hanya berdampak pada individu manusia melainkan juga dari segi sosial, politik, ekonomi dan lain sebagainya (Saputra et al., 2022). Adanya *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), mengharuskan Pemerintah membuat aturan baru, seperti bekerja dari rumah (*work from house*), penutupan tempat-tempat wisata, sekolah daring dan lain sebagainya. Ketika Indonesia memasuki masa adaptasi baru yakni sebuah tindakan pemerintah yang menerapkan tatanan hidup baru dan pelanggaran *lockdown* sewaktu masa *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), banyak aturan yang mulai dilonggarkan (Saputra et al., 2022). Pelonggaran aturan-aturan tersebut meliputi sekolah tatap muka meskipun belum efektif dan *fulltime*, dibukanya tempat-tempat wisata, jam kerja dari rumah (*work from house*) yang mulai dikurangi dan lain sebagainya (Alfikri et al., n.d.).

Dampak yang sangat nyata dari pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19) terhadap sektor objek wisata adalah menurunnya kunjungan wisatawan. Hal ini mengakibatkan dampak yang beruntun, mulai dari para pengusaha dan pengelola objek wisata yang mengalami kesulitan terhadap biaya operasional objek wisata karena tidak adanya pemasukan, pengurangan karyawan, pemotongan gaji intensif sampai kepada pemutusan hubungan kerja (PHK) (Sukandar et al., 2022).

Dimasa adaptasi baru pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), Dinas Pariwisata adalah salah satu instansi pemerintah yang menaungi dan mempromosikan objek-objek wisata didaerah-daerahnya (Azijah et al., 2022). Tujuannya adalah agar objek wisata tersebut dapat mengalami pengembangan, peningkatan kunjungan dan perekonomian daerah. Terutama dimasa adaptasi baru *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19) yang mana banyak objek wisata yang tutup dan baru dibuka kembali. Adanya promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan objek wisata sangat membantu peningkatan kunjungan wisatawan. Untuk merealisasikan hal tersebut, Dinas Pariwisata perlu melakukan strategi-strategi yang baik agar implementasi peningkatkan objek wisata dapat berjalan efektif (Aeni & Afrizal, 2022).

Strategi juga berperan penting dalam meningkatkan promosi sebuah objek wisata. Dimasa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), banyak objek wisata yang tutup dan tidak boleh beroperasi. Hal ini dilakukan untuk menghindari masyarakat berkerumunan dan terkena penularan virus corona (Agustine & Dwinugraha, 2021). Maka dari itu, ketika memasuki masa adaptasi baru, tempat atau objek-objek wisata mulai dibuka kembali demi meningkatkan kunjungan wisatawan. Strategi promosi adalah jalan terbaik untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Penggunaan strategi promosi dapat meningkatkan kunjungan wisatawan (Manajemen et al., 2023).

Dari hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan melihat kondisi objek-objek wisata yang ada di kawasan Deli Serdang saat ini banyak sekali objek-objek wisata yang melakukan promosi untuk meningkatkan kembali pengunjung atau wisatawan. Bentuk promosi yang dilakukan dengan menggunakan baliho, spanduk ataupun brosur kecil yang disebar di sekitar objek wisata ataupun menggunakan sosial media. Diskon harga yang fantastis demi menarik kembali pengunjung yang datang. Menurut para pengelola objek wisata, penggunaan promosi dirasa efektif karena dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, terutama wisatawan lokal. Selain itu, bentuk promosi lainnya adalah informasi yang mentererakan penerapan protokol kesehatan dan kelengkapan fasilitas kesehatan. Dimasa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), adanya kepastian dari tempat-tempat wisata terkait dengan penyediaan fasilitas protokol kesehatan menjadi salah satu bentuk promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Pemasaran memanfaatkan promosi sebagai sarana untuk mengkomunikasikan informasi mengenai produk dan jasa yang ditawarkan. Promosi juga berperan penting dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan keunggulan perusahaan dibandingkan pesaing. Menurut Peter dan Olson dalam Rangkuti (2013), terdapat beberapa jenis bauran promosi yang harus diterapkan. Pertama adalah melalui iklan, yang merupakan penyampaian informasi nonpersonal mengenai

produk, jasa, merek, atau tempat melalui berbagai media seperti koran, majalah, TV, radio, dan media internet. Iklan bertujuan untuk memengaruhi afeksi dan kognisi konsumen serta menciptakan dan memelihara citra baik dari produk atau jasa yang dipromosikan. Selanjutnya, promosi penjualan juga penting, yang mencakup berbagai rangsangan langsung seperti diskon, kupon, undian, atau pameran untuk mendorong pembelian atau penggunaan jasa. Metode lain adalah penjualan personal, di mana interaksi langsung antara penjual dan pembeli memungkinkan komunikasi yang lebih pribadi dan interaktif, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dalam proses pembelian. Terakhir, publisitas merupakan bentuk komunikasi dan informasi tentang perusahaan, produk, atau jasa yang tidak memerlukan pembayaran, dan seringkali dianggap lebih berwibawa karena datang dari sumber yang independen dari organisasi pemasaran.

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Rahayu & Mutiah (2021: 27), menjelaskan bahwa bentuk promosi yang dapat dilakukan Dinas Pariwisata untuk meningkatkan promosi objek wisata adalah melakukan pemasaran dari mulut kemulut (*word of mouth/WOM*). Pemasaran mulut yang menggunakan media digital atau (*electronic-word of mouth/E-WOM*) dirasa sangat efektif sebagai bentuk promosi. Pemasaran jenis ini dianggap efektif dimasa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), dikarenakan pemasaran jenis ini mengandalkan kepercayaan, kesan dan pengalaman positif oleh masyarakat terhadap hal yang dirasakan sehingga mampu membujuk, memotivasi dan memutuskan sikap. Kemudian strategi lain yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan diskon, menyediakan pemandu, serta menyediakan panggilan jarak jauh melalui bagian informasi objek wisata.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan, peneliti ingin menjadikan uraian ini sebagai latar belakang masalah penelitiannya. Peneliti memilih objek wisata sebagai kajian penelitiannya karena dimasa adaptasi baru pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19), objek-objek wisata sudah mulai dibuka dan beroperasi lagi berdasarkan ketentuan dan kebijakan dari pemerintah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Disbudporapar dalam meningkatkan promosi objek wisata pada masa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19) di Kabupaten Deli Serdang serta ntuk mengetahui faktor penghambat Disbudporapar dalam meningkatkan promosi objek wisata selama masa pandemi *Corona Virus Deasese 2019* (COVID 19) di Kabupaten Deli Serdang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Kemudian metode penelitian yang dipakai adalah metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2013), penelitian deskriptif kualitatif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang ada dilapangan. penelitian deskriptif kualitatif merupakan suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan hasil penelitian secara terperinci tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas, hal ini dikarenakan untuk mendapatkan data-data yang lebih mendalam, metode deskriptif harus mengumpulkan data terlebih dahulu.

Satori Dan Komariah (2011) menjelaskan bahwa proses pengumpulan data melibatkan tiga langkah utama. Penulis menggunakan berbagai teknik atau cara pengumpulan data untuk mencapai tujuan tersebut, yang dijabarkan sebagai berikut: Pertama, observasi adalah proses alami yang sering dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, baik secara sadar maupun tidak sadar. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang umum digunakan dalam berbagai jenis penelitian, termasuk penelitian kualitatif.

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara langsung oleh peneliti untuk mengamati dan memperoleh informasi tentang bagaimana objek wisata di Kabupaten Deli Serdang melakukan promosi tempat wisata mereka selama masa pandemi COVID-19. Kedua, wawancara

adalah percakapan yang dilakukan dengan tujuan tertentu antara pewawancara dan terwawancara.

Dalam konteks penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan subjek penelitian yang memiliki pengetahuan dan informasi relevan, seperti pihak Disporabudpar Kabupaten Deli Serdang dan pemilik atau pengelola objek wisata. Wawancara dilakukan secara terstruktur untuk memastikan pertanyaan yang diajukan tetap berada dalam konteks penelitian dan tidak terlalu meluas. Ketiga, dokumentasi melibatkan pengumpulan catatan atau rekaman peristiwa yang telah terjadi. Dokumen dalam penelitian ini dapat berupa data-data dari tempat penelitian, foto, atau video objek wisata yang menjadi fokus penelitian. Dokumentasi ini membantu dalam memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang situasi yang diamati selama penelitian. Menurut Salim (2021), setelah data dan informasi yang diperlukan terkumpul selanjutnya melakukan kegiatan analisis data. Analisis data merupakan proses mencari dan mengatur secara sistematis bahan-bahan data yang terkumpul untuk menambah pemahaman sendiri mengenai bahan-bahan tersebut sehingga memungkinkan temuan tersebut dilaporkan kepada pihak lain.

Menurut peneliti, analisis data merupakan sebuah teknik yang penting dalam mengolah data-data yang diperoleh dari hasil penelitian. Dalam melakukan analisis, peneliti menggunakan metode analisis data kualitatif yang terdiri dari beberapa tahapan. Pertama adalah reduksi data, yang merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari catatan lapangan. Reduksi data dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung, dimana peneliti memilah-milah data yang paling relevan dengan rumusan masalah penelitian. Tahapan selanjutnya adalah penyajian data, dimana informasi yang telah direduksi disusun secara terstruktur untuk memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data ini dapat berupa berbagai bentuk, seperti matriks, grafik, jaringan, dan bagan, yang bertujuan untuk memudahkan pemahaman dan analisis data. Terakhir, tahap menarik kesimpulan atau verifikasi data dilakukan setelah data disajikan dan dianalisis secara menyeluruh. Pada tahap ini, kesimpulan yang ditarik menjadi lebih rinci dan kokoh berdasarkan analisis yang telah dilakukan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Promosi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang

Dalam upaya promosi, Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Deli Serdang telah mengadopsi beragam strategi, termasuk pemanfaatan media digital. Salah satu bentuk promosi yang digunakan adalah melalui situs web resmi yang dapat diakses melalui www.disporabudpar.deliserdangkab.co.id, dengan jumlah kunjungan mencapai 17.000 kunjungan dan rata-rata 50 pengunjung per hari. Selain itu, media sosial juga dimanfaatkan, seperti halaman Facebook "Pariwisata Deli Serdang", akun Instagram @Pariwisata Deli Serdangkab, dan video YouTube di akun Pariwisata Deli Serdang. Tak hanya itu, dinas tersebut juga telah berhasil mengembangkan aplikasi mobile yang dapat diunduh melalui Playstore, yakni "Deli Serdang Tourism" dan "Si Dewi Desa". Aplikasi "Deli Serdang Tourism" menyediakan berbagai informasi seputar destinasi wisata, restoran, hotel, dan acara di Kabupaten Deli Serdang, sementara aplikasi "Si Dewi Desa" bertujuan untuk memetakan dan mempublikasikan informasi pariwisata secara *real-time*, memudahkan para wisatawan dalam mendapatkan informasi yang diperlukan. Dengan berbagai bentuk promosi ini, diharapkan wisatawan dapat lebih mudah mengakses dan menikmati berbagai potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Deli Serdang.

Kemudian, Dalam rangka memeriahkan HUT RI Ke-76, Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang telah mengadakan pameran secara virtual untuk pertama kalinya mengingat situasi Covid-19 yang melanda Indonesia bahkan dunia. Pameran ini dilaksanakan pada tanggal 24 Agustus 2021 Melalui Aplikasi Zoom serta secara langsung di siarkan di kanal Youtube dan Facebook Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Deli Serdang.

Sementara itu, Kunjungan wisatawan mengalami penurunan yang sangat signifikan pada tahun 2020. Hal ini dikarenakan pada tahun 2020 adapun jumlah kunjungan wisatawan sebesar 766.338 jauh mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan terjadinya pandemi COVID-19 yang sudah menjadi bencana nasional bahkan melanda seluruh dunia.

Strategi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang Dalam Meningkatkan Promosi Objek Wisata Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Deli Serdang

a. Mengembangkan visi dan misi

Setiap organisasi membutuhkan visi dan misi dalam organisasi (Ambarwati, 2018). Adanya visi dan misi dapat mengidentifikasi sasaran terkini yang ada dan strategi yang sekarang digunakan. Terkait dengan penelitian yang telah dilakukan, selama masa pandemi Covid-19 Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang dalam meningkatkan promosi objek wisata pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Deli Serdang adalah mengembangkan visi dan misi sesuai dengan ketetapan dimasa pandemi Covid-19. Selama masa pandemi Covid-19, visi misi mengalami perubahan karena menyesuaikan dengan aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah.

b. Mengatur tujuan

Agar strategi berjalan lancar, maka perlu terlebih dahulu apa yang menjadi tujuan dari organisasi tersebut baru dapat merumuskan strategi (Sutrisno, 2021). Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang menetapkan visi dan misi dalam meningkatkan promosi objek wisata selama masa pandemi Covid-19, maka Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang juga harus mengatur dan menetapkan tujuan organisasi. Dilihat dari visi dan misi, maka tujuan tersebut tidak lain adalah meningkatkan kunjungan masyarakat untuk tetap datang berkunjung ke destinasi-destinasi wisata di Kabupaten Deli Serdang. Kemudian, "Bapak Alen" juga menjelaskan bahwa tujuan dibentuknya visi dan misi baru adalah sebagai bentuk perencanaan ulang dalam melaksanakan strategi.

Perumusan strategi berfungsi sebagai acuan dari strategi yang akan diimplementasikan nantinya. Dari sini, perumusan strategi yang dilakukan dapat melihat bagaimana nantinya strategi yang akan dilaksanakan. Dari rumusan strategi yang telah disusun, maka diketahui bahwa rumusan strategi meliputi informasi yang nantinya disampaikan terkait dengan promosi objek wisata Kabupaten Deli Serdang. Hal ini senada dengan pendapat yang dikemukakan oleh Yunus (2016) yang menjelaskan bahwa strategi operasional merupakan strategi dengan ajang promosi, distribusi, penjualan, penyimpanan, penggajian, dan persediaan dalam setiap unit perusahaan

c. Merumuskan strategi untuk mencapai tujuan

Pimpinan perlu menyusun dan mengevaluasi berbagai alternatif strategi yang telah dibuat serta memilih strategi-strategi yang mendukung atau melengkapi strategi yang ada. Perumusan strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang terhadap peningkatan promosi dilakukan dengan memilih siapa yang menjadi *stakeholder* untuk nantinya menjalankan strategi. Kemudian, perumusan juga dilakukan dengan memilih media-media apa saja nantinya yang akan digunakan untuk menjalankan strategi.

Perumusan strategi yang dilakukan oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Deli Serdang dalam meningkatkan promosi objek wisata yang ada di Kabupaten Deli Serdang bermula dari menentukan orang yang dapat menjalankan strategi, apa saja bentukbentuk yang akan dipromosikan, serta media yang digunakan yang dapat menjangkau khalayak luas mengingat, selama masa pandemi Covid-19, banyak aktivitas dilakukan didalam rumah dengan mengguakan media. Maka dari itu, rumusan strategi yang dilakukan berfokus kepada penggunaan media sebagai alat penyampai informasi seputar tentang promosi objek wisata di Kabupaten Deli Serdang.

Perumusan strategi berfungsi sebagai acuan dari strategi yang akan diimplementasikan nantinya. Dari sini, perumusan strategi yang dilakukan dapat melihat bagaimana nantinya strategi yang akan dilaksanakan. Dari rumusan strategi yang telah disusun, maka diketahui bahwa rumusan strategi meliputi informasi yang nantinya disampaikan terkait dengan promosi objek

wisata Kabupaten Deli Serdang. Hal ini senada dengan pendapat yang dikemukakan oleh Yunus (2016: 02) yang menjelaskan bahwa strategi operasional merupakan strategi dengan ajang promosi, distribusi, penjualan, penyimpanan, penggajian, dan persediaan dalam setiap unit perusahaan.

d. Mengimplementasikan strategi

Setelah strategi dirumuskan dengan baik, maka strategi harus diimplementasikan. Strategi dapat dikatakan berhasil apabila implementasinya dilakukan dengan baik (Apriani et al., 2022). Implementasi strategi yang dilakukan Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang pertama kali dilakukan dengan membuat sebuah aplikasi yang dapat digunakan melalui smartphone. Aplikasi tersebut bernama "Aplikasi Sidewi Desa" dan aplikasi "Deli Serdang Tourism". Aplikasi-aplikasi tersebut menyediakan segala jenis informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat tentang destinasi wisata Deli Serdang secara realtime.

Aplikasi ini dinilai efektif dan efisien, karena masyarakat dapat melihat langsung kondisi dan situasi objek-objek wisata secara langsung dari rumah dan dengan menggunakan smartphone mereka. Sebelum masyarakat berkunjung ke objek-objek wisata, masyarakat dapat melihat terlebih dahulu kondisi objek wisata tersebut dari smartphone. Namun, pendapat berbeda justru di kemukakan oleh "Ibu Yasmani". Aplikasi yang dikeluarkan oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang belum tersebar dengan luas bagi kalangan masyarakat.

Implementasi strategi lainnya yang dilakukan dengan menggunakan media adalah melaksanakan pameran wisata secara virtual (Nugraha, 2022). Pameran wisata secara virtual dilakukan dengan tujuan untuk mempromosikan daya tarik wisata di seluruh Kecamatan yang ada di Kabupaten Deli Serdang. Kemudian Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang juga mengembangkan dan mempromosikan wisata alam dan budaya khas Deli Serdang dengan cara memanfaatkan teknologi informasi melalui media digital.

Selain membuat aplikasi yang dapat di download di Aplikasi Playstore melalui smartphone, mengadakan pameran yang dilakukan secara virtual, Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang juga membuat akun media sosial resmi untuk memudahkan melakukan promosi. Saat ini media yang dipakai oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang adalah media sosial seperti Facebook, Instragram dan Youtube. Ketiga media sosial ini dipilih oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Deli Serdang karena media sosial ini banyak digunakan berbagai kalangan dan lapisan masyarakat. Media-media sosial ini juga dinilai sebagai aplikasi yang mudah dipahami oleh banyak orang. Jawaban tersebut juga dibenarkan oleh "Bapak Irwono" yang memberikan pendapat bahwa akun media sosial yang dibuat oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata kabupaten Deli Serdang sangat membantu promosi objek-objek wisata.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa selama masa pandemi Covid-19, promosi dilakukan dengan menggunakan media. Adapun media-media yang digunakan adalah membuat aplikasi yang dapat di download di Aplikasi playstore melalui smartphone, membuat pameran secara virtual dan membuat akun sosial media Facebook, Isntagram, dan Youtube. Media-media tersebut dipilih karena dirasa efektif dalam meningkatkan promosi dimasa pandemi Covid-19.

Selain melakukan promosi dengan menggunakan media, Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang dan pengelola objek wisata juga membuat strategi promosi langsung. Tujuan dari promosi yang dilakukan selain sebagai bentuk peningkatan pendapatan, juga sebagai bentuk informasi kepada masyarakat bahwa objek-objek wisata yang ada di Kabupaten Deli Serdang mengutamakan protokol kesehatan selama masa pandemi Covid-19.

Strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang adalah bentuk dari strategi pemasaran yang dilakukan demi

meningkatkan kunjungan masyarakat ke objek-objek wisata yang ada di Deli Serdang (Kristin & Salam, 2016). Selain itu, Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Deli Serdang beserta dengan pengelola objek wisata ingin menunjukkan kepada masyarakat bahwa objek-objek wisata yang ada di Deli Serdang masih dalam keadaan baik dan layak untuk dikunjungi. Kemudian Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang juga ingin menunjukkan kepada masyarakat jika kinerja mereka dalam mempromosikan objek wisata masih efektif meskipun dalam keadaan pandemi Covid-19.

e. Mengevaluasi hasil dan memantau perkembangan

Efektif atau tidaknya strategi yang telah diimplementasikan, evaluasi adalah sebagai rekomendasi masukan dan perbaikan serta penyempurnaan penyusunan dan implementasi strategi berikutnya (Sitepu et al., 2019). Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang melakukan evaluasi dengan cara mengetahui kelemahan dan kelebihan dari strategi yang mereka lakukan. Kelebihan dan kelemahan strategi menjadi tolak ukur dan acuan dalam mengevaluasi strategi apakah efektif atau tidak.

Dari teori SWOT kelemahan (*weaknesses*), dapat diketahui bahwa kelemahan dari strategi yang dilakukan dikarenakan sarana dan prasarana strategi yang kurang maksimal serta sensitivitas dalam menangkap peluang yang ada atau peluang yang datang (Marini et al., 2023). Hal ini disebabkan karena Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang hanya menggunakan promosi menggunakan media sosial. Pengadaan pameran juga dilakukan secara virtual dan kurang menarik perhatian masyarakat. Kemudian pandemi Covid-19 menyebabkan peluang promosi juga tidak dapat dilakukan secara maksimal. Meskipun objek-objek wisata dengan kondisi yang baik dan aman dari penyebaran Covid-19 bahkan telah sesuai dengan aturan kebijakan tentang pandemi Covid-19, nyatanya promosi kurang maksimal karena masyarakat enggan untuk mengunjungi objek wisata meskipun baik Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang dan pengelola objek wisata sudah menjalankan strategi promosi dengan maksimal.

Faktor penghambat dan pendukung efektivitas pengelolaan dana desa program BLT dalam peningkatan kesejahteraan di Desa Lumban Purba Kecamatan Doloksanggul Kabupaten Humbang Hasundutan.

Pengelolaan BLT DD oleh pemerintah Desa Lumban Purba mulai dari awal program diselenggarakan hingga tahap penyaluran bantuan sudah dipersiapkan secara matang dan didampingi oleh tim pendamping desa yaitu BPD, oleh karena itu semuanya berjalan dengan baik. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti keberadaan BLT ini sangat membawa pengaruh positif bagi masyarakat miskin walaupun dengan jumlah yang tidak terlalu banyak, akan tetapi dapat membantu untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat mulai dari pemenuhan kebutuhan anak di sekolah, pemenuhan kebutuhan dapur dan masih banyak lagi. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa hambatan dalam efektivitas pengelolaan dana desa Program BLT di Desa Lumban Purba, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

Pertama, sasaran dalam penyaluran BLT belum terlaksana dengan baik, menyebabkan masyarakat yang seharusnya lebih layak mendapatkan bantuan tidak menerimanya. Hal ini menimbulkan kecemburuan sosial di masyarakat karena adanya perasaan ketidakadilan dalam distribusi bantuan. Misalnya, keluarga-keluarga yang memang membutuhkan bantuan justru tidak mendapatkannya, sementara keluarga lain yang mungkin tidak begitu membutuhkan justru mendapatkan bantuan tersebut. Akibatnya, terjadi ketegangan sosial dan peningkatan ketidakpercayaan terhadap pemerintah setempat.

Kedua, pembaharuan atau revisi data mengenai masyarakat penerima bantuan tidak pernah dilakukan oleh pemerintah. Seharusnya, dengan melakukan revisi data secara berkala, program BLT dapat tersalurkan secara lebih merata kepada masyarakat yang membutuhkannya. Tanpa adanya pembaruan data yang teratur, kemungkinan terjadinya penyaluran bantuan kepada penerima yang tidak memenuhi syarat atau sebaliknya, tidak mendapatkan bantuan meskipun

sebenarnya berhak, menjadi masalah yang tidak terhindarkan. Hal ini dapat mengakibatkan ketidakpuasan dan ketidakpercayaan masyarakat terhadap keberlanjutan program tersebut.

Ketiga, ketiadaan sarana yang disediakan oleh pemerintah untuk menyampaikan aspirasi masyarakat menyebabkan beberapa individu lebih memilih untuk tidak berbicara. Kekhawatiran akan terjadi kesalahpahaman atau tidak adanya respons dari pemerintah dapat menghambat partisipasi aktif masyarakat dalam menyuarakan masalah dan kebutuhan mereka. Faktanya, ketidakmampuan menyampaikan aspirasi dan kebutuhan secara efektif kepada pihak yang berwenang dapat menyebabkan berlarut-larutnya permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Ini bisa berakibat pada munculnya ketidakpuasan yang lebih luas dan mengganggu stabilitas sosial di Desa Lumban Purba.

Hambatan-hambatan tersebut menjadi kendala yang perlu diatasi agar program BLT dapat berjalan lebih efektif dan merata dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Lumban Purba. Diperlukan langkah-langkah yang lebih proaktif dan terarah dari pemerintah desa serta partisipasi aktif dari masyarakat dalam proses pengelolaan dan evaluasi program tersebut. Dengan demikian, dapat diharapkan bahwa pelaksanaan Program BLT di Desa Lumban Purba dapat memberikan manfaat yang lebih besar dan lebih adil bagi semua warga masyarakat yang membutuhkannya.

Faktor Penghambat Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang Dalam Meningkatkan Promosi Objek Wisata Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Deli Serdang

Faktor penghambat promosi objek wisata di Kabupaten Deli Serdang dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi: pertama, minimnya jumlah dan aktifitas pengikut akun media sosial Dinas Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang, sehingga promosi melalui media sosial belum optimal. Kedua, keterbatasan anggaran operasional yang menghambat berbagai upaya promosi. Ketiga, keterbatasan dalam melakukan perbaikan fasilitas umum di lokasi objek wisata karena kendala biaya operasional. Sementara faktor eksternal meliputi: pertama, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang aplikasi yang telah dibuat oleh pemerintah daerah. Kedua, dampak pandemi COVID-19 yang membuat masyarakat enggan berkunjung ke objek wisata meskipun ada promosi yang dilakukan. Ketiga, kondisi infrastruktur menuju destinasi pariwisata yang masih kurang memadai. Dan terakhir, minimnya sarana transportasi menuju destinasi pariwisata yang juga menjadi kendala bagi wisatawan. Dengan mengidentifikasi dan mengatasi berbagai faktor ini, diharapkan promosi objek wisata di Kabupaten Deli Serdang dapat lebih efektif dan berkembang.

SIMPULAN

Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang telah mengambil langkah proaktif dalam mempromosikan potensi pariwisata Kabupaten Deli Serdang dengan memanfaatkan berbagai media digital. Melalui situs web resmi, media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube, serta pengembangan aplikasi mobile seperti "Deli Serdang Tourism" dan "Si Dewi Desa", dinas tersebut telah menciptakan kanal-kanal yang mudah diakses bagi wisatawan untuk mendapatkan informasi tentang destinasi wisata, akomodasi, dan acara di Kabupaten Deli Serdang. Selain itu, dalam upaya memperingati HUT RI Ke-76, dinas tersebut juga melaksanakan pameran virtual pertamanya pada 24 Agustus 2021 melalui Aplikasi Zoom dan siaran langsung di kanal YouTube dan Facebook, mengindikasikan keterlibatan yang aktif dalam mengatasi tantangan promosi akibat pandemi COVID-19. Meskipun kunjungan wisatawan mengalami penurunan signifikan pada tahun 2020 karena dampak pandemi, langkah-langkah promosi ini diharapkan dapat memperkuat potensi pariwisata Kabupaten Deli Serdang dan mempermudah akses bagi wisatawan untuk menikmati destinasi wisata yang ada.

Dalam upaya meningkatkan promosi objek wisata selama masa pandemi COVID-19 di Kabupaten Deli Serdang, Dinas Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten

Deli Serdang telah mengembangkan visi dan misi yang disesuaikan dengan kondisi pandemi. Mereka menetapkan tujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dengan merumuskan strategi-promosi yang melibatkan penggunaan media digital seperti aplikasi mobile, pameran virtual, dan akun media sosial resmi. Implementasi strategi dilakukan dengan peluncuran aplikasi "Si Dewi Desa" dan "Deli Serdang Tourism", serta penyelenggaraan pameran wisata virtual. Selain itu, mereka menggunakan akun media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube untuk memperluas jangkauan promosi. Evaluasi strategi dilakukan secara berkala untuk mengevaluasi keefektifan dan memantau perkembangan, sehingga memungkinkan perbaikan dan penyesuaian strategi-promosi demi meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Deli Serdang, terutama di tengah pandemi COVID-19.

Faktor penghambat promosi objek wisata di Kabupaten Deli Serdang pada masa pandemi COVID-19 dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi minimnya jumlah dan aktivitas pengikut akun media sosial Dinas Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang, yang menghambat optimalisasi promosi melalui media sosial, keterbatasan anggaran operasional yang menghambat berbagai upaya promosi, dan keterbatasan dalam melakukan perbaikan fasilitas umum di lokasi objek wisata karena kendala biaya operasional. Sementara faktor eksternal mencakup kurangnya pengetahuan masyarakat tentang aplikasi yang telah dibuat oleh pemerintah daerah, dampak pandemi COVID-19 yang membuat masyarakat enggan berkunjung ke objek wisata meskipun ada promosi yang dilakukan, kondisi infrastruktur menuju destinasi pariwisata yang masih kurang memadai, dan minimnya sarana transportasi menuju destinasi pariwisata yang juga menjadi kendala bagi wisatawan. Dengan mengidentifikasi dan mengatasi berbagai faktor ini, diharapkan promosi objek wisata di Kabupaten Deli Serdang dapat lebih efektif dan berkembang, sehingga potensi pariwisata daerah dapat lebih maksimal dimanfaatkan dalam kondisi pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan, K. (2011). Djam'an Satori. *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Aeni, Z., & Afrizal, T. (2022). Inovasi Pemerintah Kota Semarang Dalam Penanganan Corona Virus Disease (Covid-19). *Perspektif*, 11(2), 655–666. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i2.6074>
- Agustine, A. D., & Dwinugraha, A. P. (2021). Strategi pengembangan desa wisata osing dalam upaya pemulihan ekonomi pada masa pandemi Covid-19. *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6(2), 156–164. <https://doi.org/10.26905/pjiap.v6i2.6467>
- Alfikri, M., Sumanti, S. T., Rasyid, A., Azhar, A. A., Abidin, S., & Suharyanto, A. (n.d.). *An Effects of Social Media on High School Students during the Covid-19 in Indonesia*.
- Ambarwati, A. (2018). Organisasi Dan Teori Organisasi. *Academia*, April 2018, 1–11. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14347.11041>
- Apriani, L., Nasution, I., & Suharyanto, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Perawat terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr . R . M Djoelham Kota Binjai. *Strukturasi: Jurnal Ilmiah Magister Administrasi Publik*, 4(2), 108–114. <https://doi.org/10.31289/strukturasi.v4i2.1405>
- Azijah, F., Amalia, A., Nurfajar, M., Sitanggang, A. S., & Lukita, C. (2022). Peran Pemerintah dalam Pelestarian Kampung Adat Cireunde. *Perspektif*, 11(3), 1173–1180. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i3.7240>
- Kristin, R., & Salam, R. (2016). Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata Alam dan Budaya di Kabupaten Tapanuli Utara. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, 4(1), 79–96.
- Manajemen, P. S., Ekonomika, F., Kristen, U., & Wacana, S. (2023). *Pengembangan Model Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Kearifan Lokal di Desa Wisata Nonongan, Kabupaten Toraja Utara Development of a Sustainable Tourism Model Based on Local Wisdom in Nonongan Tourism Village, North Toraja Regency*. 12(3), 942–951. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v12i3.9489>
- Marini, Y., Marina, N., & Arnita, V. (2023). Potensi Pengembangan Desa Wisata dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat dengan Menggunakan Analisis SWOT di Desa Pematang Serai Langkat. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(3), 2357–2364. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i3.1581>
- Nugraha, D. S. (2022). Pemberdayaan Kelompok Penggerak Pariwisata di Kabupaten Sumedang. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 304–313. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1202>
- Rangkuti, F. (2013). *Customer Service Satsicaction & Call Centre Berdasarkan ISO 9001*. Gramedia Pustaka Utama.

- Razak, N. A., Pangil, F., Zin, M. L. M., Yunus, N. A. M., & Asnawi, N. H. (2016). Theories of knowledge sharing behavior in business strategy. *Procedia Economics and Finance*, 37, 545–553.
- Salim, H. S. (2021). *Hukum kontrak: Teori dan teknik penyusunan kontrak*. Sinar Grafika.
- Saputra, R. E., Batubara, B. M., & Suharyanto, A. (2022). Peranan Pemerintah Desa Dalam Penyaluran Bantuan Pangan Non Tunai pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Simpang Empat Kecamatan Bebesen Kabupaten Aceh Tengah *The Role Of The Village*. 4(2), 157–163. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v4i2.1438>
- Sitepu, Y. A., Kadir, A., & Dewi, R. (2019). Evaluasi Program Keluarga Harapan di Desa Minta Kasih Kecamatan Salapian Kabupaten Langkat. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 1(1), 54–61.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Sukandar, R., Nurhajati, L., Oktaviani, R. C., & Wijayanto, X. A. (2022). Komunikasi Publik Pemerintah Republik Indonesia terkait Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Perspektif*, 11(2), 771–778. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i2.6281>
- Sutrisno, E. (2021). Strategi Pemulihan ekonomi pasca pandemi melalui sektor UMKM dan pariwisata. *Jurnal Lemhannas RI*, 9(1), 167–185.