



Jurnal Ilmu Pariwisata



Membaca Kontribusi BPP dalam Mempromosikan Pariwisata Kota Manado

Kalvario Marhaen Justitia Bolang

Departemen Bahasa, Seni, dan Manajemen Budaya, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada

kalvario.mar2003@mail.ugm.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords:

Kelembagaan
Manado
Kontribusi
Eksistensi
MTB
BPP

ABSTRACT

BPP is a tourism institution whose aim is to improve and maximize regional tourism promotion activities. The city of Manado itself has a Tourism Promotion Agency, namely the Manado Tourism Board or often abbreviated as MTB, which is the embodiment of the regional Tourism Promotion Agency (BPP) for the City of Manado. The formation of this tourism institution can be motivated by the high tourism potential that can be explored and promoted in the city of Manado, this is proven by the popularity of Bunaken's marine tourism in the eyes of domestic and international tourists. With the existence of this tourism institution in Manado City, it is hoped that Manado City tourism can be developed and become better known to tourists through tourism promotion activities which are the foundation for the establishment of this tourism institution. However, what is being debated is the activeness of this institution in carrying out appropriate, effective and productive promotional actions. This research aims to uncover the Manado City BPP tourism institution and its role in promoting Manado City tourism activities. This research will be carried out using descriptive qualitative methods using online interviews, online observations and literature studies. In the results of this research, it was found that the Manado Tourism Board had minimal participation in promoting the tourism potential of Manado City.

Abstrak

BPP merupakan lembaga kepariwisataan yang memiliki tujuan untuk meningkatkan serta memaksimalkan kegiatan promosi pariwisata daerah. Kota Manado sendiri telah memiliki Badan Promosi Pariwisata yaitu Manado Tourism Board atau yang sering disingkat MTB, yang merupakan perwujudan dari Badan Promosi Pariwisata (BPP) daerah untuk Kota Manado. Pembentukan lembaga pariwisata ini dapat dilatarbelakangi oleh tingginya potensi pariwisata yang dapat digali dan dipromosikan di Kota Manado, hal ini dibuktikan dengan terkenalnya marine tourism Bunaken di mata turis domestik hingga turis internasional. Dengan adanya lembaga pariwisata ini di Kota Manado, diharapkan pariwisata Kota Manado dapat dikembangkan dan lebih dikenal oleh turis melalui kegiatan promosi pariwisata yang menjadi pondasi dari didirikannya lembaga pariwisata ini. Namun yang hal yang menjadi perdebatan adalah keaktifan lembaga ini dalam melakukan tindakan promosi yang tepat, efektif, serta produktif. Penelitian ini bertujuan untuk menguak

lembaga pariwisata BPP Kota Manado serta perannya dalam mempromosikan kegiatan pariwisata Kota Manado. Penelitian ini akan dilaksanakan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan metode wawancara daring, observasi daring, serta studi literatur. Dalam hasil penelitian ini, ditemukan bahwa Manado Tourism Board minim dalam berpartisipasi mempromosikan potensi wisata Kota Manado.

I. PENDAHULUAN

Kota Manado, ibukota provinsi Sulawesi Utara; dengan jumlah penduduk sebesar 408.354 penduduk (menurut sensus yang diadakan pada tahun 2010) menempatkan kota Manado sebagai kota terbesar kedua di pulau Sulawesi setelah kota Makassar. Kota Manado terletak diujung utara pulau Sulawesi dan arah utara barat daya jika dilihat dari perspektif Provinsi Sulawesi Utara seutuhnya. Kota yang didominasi oleh suku Minahasa memiliki keuntungan strategis akan kekayaan biota laut/kemaritiman, lingkungan, budaya, dan keunikan lainnya. Hal ini menyebabkan munculnya potensi pariwisata yang besar dan menempatkan industri

pariwisata menjadi salah satu industri utama di kota Manado, terlebih dalam sektor perdagangan, perhotelan, restoran, pengangkutan, dan jasa. Sektor-sektor tersebut yang berhubungan dengan aktivitas pariwisata kian melesat dan menyumbang sekitar 74,68% dari total PDRB kota Manado (pada tahun 2000). Kemajuan sektor pariwisata di kota Manado sendiri terbukti oleh dicanangkannya Manado sebagai Kota Pariwisata Dunia pada tahun 2010 silam oleh wali kota Manado periode 2005-2010, Jimmy Rimba Rogi. Hal itu dilatarbelakangi oleh kesiapan Kota Manado dalam menjadi tuan rumah dari beberapa acara internasional seperti World Ocean Conference (WOC), Coral Triangle Initiative (CTI) Summit, Sail Bunaken, dan masih banyak lagi.

Dibentuknya Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado dengan nama Manado Tourism Board pada 19 Januari 2016 silam oleh Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara dan Pemerintah Kota (Pemkot) Manado, membawa harapan bahwa lembaga ini dapat mendorong pariwisata Kota Manado, bahkan Provinsi Sulawesi Utara khususnya dalam peningkatan promosi dan informasi melalui media dan sarana internet. Harapan ini diberikan kepada BPP Kota Manado oleh Sonny Sumarsono, yang saat itu menjabat sebagai Gubernur peralihan Sulawesi Utara.

BPP Kota Manado yang memiliki masa bakti 2016-2020 telah meluncurkan beberapa kontribusi, kontribusi utama yang berhasil dicetuskan oleh BPP Kota Manado ini yakni dengan dirilisnya aplikasi Manado Tourism Info (MTI) pada tanggal 14 Juni 2018 yang kabarnya berfungsi untuk menunjang program pariwisata di Kota Manado. Namun berdasarkan hasil observasi singkat diketahui bahwa aplikasi ini sudah tidak dapat ditemukan di situs playstore yang menjadi situs host

aplikasi MTI ini. Aplikasi ini telah dihapus tanpa ada informasi yang jelas akan tindakan penghapusan aplikasi ini dari internet, antara kurangnya publikasi yang dilakukan oleh Manado Tourism Board akan aplikasi ini, rendahnya minat penduduk setempat dan turis dalam aplikasi ini, atau terdapat permasalahan teknis dalam aplikasi ini.

Sedangkan kontribusi lainnya berupa keikutsertaan dalam acara Manado Fiesta, launching kalender wisata pesona Manado 2017, membantu melaksanakan gelaran internasional berupa Indonesia Open X-sport Championship (IOXC) tahun 2017 di Kota Manado, promosi wisata Kota Manado dalam DEMA Show di Las Vegas, Nevada, AS, ikut serta dalam acara Batik fashion show 'Beauty of North Sulawesi' di Belgrade, Serbia, dan beberapa kunjungan ke negara luar lainnya seperti Prancis, Hungaria, Jerman, dan masih banyak lagi. Kontribusi tersebut sejalan dengan misi utama suatu Badan Promosi Pariwisata yakni untuk mempromosikan potensi pariwisata daerah, namun kurangnya implementasi teknologi dalam kegiatan promosi ini menyebabkan kurangnya tingkat awareness masyarakat lokal Kota Manado serta turis-turis Manado akan lembaga BPP Kota Manado ini. Hal inilah yang melatar belakangi kegiatan penelitian ini.

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yakni pemahaman umum akan kontribusi yang berhasil diberikan Badan Promosi Pariwisata daerah terhadap pariwisata Kota Manado serta eksistensi Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado. Pembuktian akan keselarasan tugas dan fungsi yang dicetuskan oleh surat-surat keputusan dan peraturan resmi terkait Badan Promosi Pariwisata, dengan kenyataannya dilapangan dalam melakukan promosi yang tepat, efektif, serta produktif dalam kemajuan sektor industri pariwisata di Kota Manado.

II. KAJIAN LITERATUR

Literatur yang mendukung konsep, eksperimen dan metoda penelitian dipaparkan dengan analitik dan merujuk ke sumber referensi yang jelas. Referensi dicantumkan berbasis penomoran berdasarkan urutan penggunaan referensi dalam paper, contoh [1] menunjukkan referensi pertama dalam paper.

A. Badan Promosi Pariwisata (BPP)

Berdasarkan surat Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2011 tentang Badan Promosi Pariwisata Indonesia yang disahkan oleh presiden Republik Indonesia DR. H. Susilo Bambang Yudhoyono, Badan Promosi Pariwisata Indonesia atau yang biasa

disingkat BPP merupakan lembaga swasta yang bersifat mandiri dan berkedudukan di ibu kota negara. Tugas dari Badan Promosi Pariwisata itu sendiri yakni meningkatkan citra kepariwisataan, meningkatkan kunjungan wisatawan dan devisa, menggalang pendanaan dari sumber selain APBN dan APBD sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, serta melakukan riset pengembangan pariwisata.

Adapun fungsi dari Badan Promosi Pariwisata Indonesia dalam melaksanakan tugasnya yakni sebagai koordinator promosi pariwisata yang dilakukan dunia usaha di pusat dan daerah; dan menjadi mitra kerja Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

Ditambah dengan Peraturan Daerah (Perda) Kota Manado Nomor 2 tahun 2020 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (Ripparda) Kota Manado Tahun 2020-2025, yang berisi dalam Bab VII tentang Badan Promosi Pariwisata Daerah bahwa:

- a. Pemerintah daerah dapat memfasilitasi pembentukan Badan Promosi Pariwisata Daerah;
- b. Badan Promosi Pariwisata Daerah terdiri atas 2 (dua) unsur, yaitu unsur penentu kebijakan dan unsur pelaksana.

B. Spesialisasi Pariwisata Kota Manado

Dalam Sektor pariwisata, Kota Manado telah menjadi hotspot dari beberapa jenis wisata akibat karakteristik Kota Manado yang bervariasi. Beberapa jenis wisata andalan di Kota Manado seperti:

- a. Marine & Ecotourism
 - b. Cultural & Food Tourism
 - c. Religious/Pilgrimage Tourism
 - d. Luxury Tourism
 - e. MICE
- Marine Tourism & Ecotourism telah menjadi salah satu daya tarik utama kegiatan pariwisata di Kota Manado, kemajuan Marine Tourism di Kota Manado tidak luput dari kondisi geografis Kota Manado yang terletak disepanjang Teluk Manado yang kaya akan keindahan biota laut yang juga menjadi habitat dari ikan Raja Laut/Coelacanth (*Latimeria menadoensis*) yang merupakan ikan purba dan menjadi ikon pariwisata di Kota Manado dan pantai (coastal area) yang terkenal dengan area tepi pantai Boulevard. Taman Laut Bunaken merupakan destinasi utama dari Marine Tourism di Kota Manado, salah satu taman laut pertama di Indonesia ini resmi didirikan sebagai Taman Nasional pada tahun 1991. Terletak di Coral Triangle, Taman laut Bunaken menjadi salah satu faktor yang membantu Kota Manado menjadi

headquarters dari Coral Triangle Initiative on Coral Reefs, Fisheries, and Food Security (CTI-CFF) yang melibatkan beberapa negara selain Indonesia (Malaysia, Timor Leste, Papua Nugini, Kepulauan Solomon, dan Filipina). Ecotourism juga cukup berkembang akibat letak Kota Manado yang dikelilingi oleh Danau Tondano, Gunung Lokon, Gunung Klabat (gunung tertinggi di Provinsi Sulawesi Utara), serta Gunung Mahawu yang mendukung aktivitas ecotourism bahkan juga sport tourism.

- Cultural & Food Tourism di Kota Manado juga memiliki pengaruh yang besar, dengan diversitas demografi yang dimiliki Kota Manado. Beberapa destinasi wisata terkenal seperti Pasar 45, Pecinan, Kampung arab, dan lain-lain, serta banyak pula kebudayaan setempat yang menjadi daya tarik tersendiri seperti waruga, kolintang, maengket, hingga kuliner khas minahasa yang merajalela di Kota Manado dan memiliki areanya masing-masing (kuliner minahasa juga menjadi salah satu daya tarik extreme tourism). Hal ini juga menjadi salah satu faktor penarik wisatawan asing seperti wisatawan tiongkok yang menjadi turis utama di Kota Manado. Ini dibuktikan dengan dibukanya beberapa jalur penerbangan langsung ke Manado melalui Bandar udara Internasional Sam Ratulangi dari beberapa kota di China seperti Changsha, Chengdu, Chongqing, Guangzhou, Hangzhou, Hong Kong, Kunming, Makau, Shanghai, Wuhan, serta beberapa kota lain diluar China seperti Davao, Kuala Lumpur, Manila, dan Singapura.
- Religious/Pilgrimage Tourism juga berkembang cukup pesat berdampingan dengan cultural tourism. Jenis pariwisata ini berkembang pesat akibat kondisi demografi Kota Manado yang begitu heterogen antar agama dengan adanya Monumen Yesus Memberkati yang menjadi patung tertinggi ke-2 di Asia, Kelenteng Ban Hin Kiong yang merupakan kelenteng tertua di Manado dan menjadi pusat budaya dan agama dari Tiongkok, Kampung Islam yang terletak di Tuminting dan Makam Tuanku Imam Bonjol yang menjadi salah satu Pahlawan Nasional Indonesia dan tokoh penting bagi umat Muslim, terdapat pula beberapa vihara seperti Vihara Dhammadipa dan Vihara Buddhayana, dan pura Jagaditha yang terkenal akan pemandangannya yang indah. Tidak jauh dari Kota Manado juga terletak Sinagoga satu-satunya di Indonesia yang masih aktif sebagai tempat peribadatan umat Yahudi yaitu Sinagoga Sha'ar Hashamayim yang terletak di Tondano, Sulawesi Utara. Keberagaman ini didorong oleh semboyan masyarakat Sulawesi utara yaitu Torang samua basudara (Kita semua bersaudara).

- Luxury Tourism juga memiliki pengaruh tersendiri di Kota Manado, budaya masyarakat Manado yang cukup konsumtif dan gengsi akan penampilan sudah cukup mengakar menjadi salah satu sifat yang diwarisi dari zaman penjajahan Belanda. Sikap inilah yang membantu pengembangan luxury tourism di Kota Manado yang terpusat di kawasan Boulevard dengan berjejunya mall-mall besar dan beberapa brand ternama dunia.
- MICE adalah salah satu jenis kegiatan yang sedang naik daun di Indonesia dan juga Kota Manado. Hal ini dapat dibuktikan dengan dipercayakannya Kota Manado untuk menggelar event seperti World Ocean Conference (WOC), Coral Triangle Initiative (CTI) Summit, Sail Bunaken, Manado Fiesta, dan event-event lainnya yang bertaraf nasional dan internasional.

II. III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan melalui pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, dengan dukungan teknik pengumpulan data melalui wawancara daring dengan Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Utara, Pak. Henry Kaitjily, S.H., serta melakukan observasi media internet terkait Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado dan Dinas Pariwisata Kota Manado berupa website resmi, sosial media instansi dan pimpinan, dan mengambil beberapa referensi dari artikel berita dan jurnal penelitian terkait yang dirilis pada rentang waktu tahun 2017-2021.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kontribusi Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado

Badan Promosi Pariwisata Kota Manado terlebih pada periode Tahun 2016-2020 yang dipimpin oleh Grace Netty Tielman dianggap kurang maksimal memanfaatkan momentum yang terjadi di Kota Manado. Kurangnya kontribusi Badan Promosi Pariwisata Kota Manado dalam kegiatan promosi pariwisata menyebabkan kaburnya pengetahuan masyarakat awam terhadap lembaga ini. Hal ini didasari oleh hasil observasi yang dijalankan, hasilnya adalah tidak ditemukannya situs website Badan Promosi Pariwisata Kota Manado yang asli. Terdapat situs facebook yang mengatasnamakan Manado Tourism Board sebagai profilnya namun tercatat tidak adanya aktivitas terbaru yang meyakinkan dan relevan dengan tujuan dibentuk Badan Promosi Pariwisata ini, terdapat pula kontak yang dicantumkan di halaman facebook tersebut namun kontak tersebut sudah tidak aktif. Pencaharian akan berita yang melibatkan Manado Tourism Board juga tidak melimpah, hanya ditemukan beberapa berita yang membagikan acara pembentukan dan pelantikan Badan Promosi Pariwisata Kota Manado, berita mengenai dukungan ketua Badan

Promosi Pariwisata Kota Manado, Grace Netty Tielman dalam pagelaran Indonesia Open X-sport Championship (IOXC) tahun 2017 di Kota Manado, serta berita terkait perilisn aplikasi Manado Tourism Info (MTI) yang akan dibahas lebih detail kemudian.

Mendalami peran Badan promosi Pariwisata Kota Manado, seperti sebelumnya telah dicantumkan tugas dari Badan Promosi Pariwisata Nasional. Beberapa tugas yang direalisasikan oleh Badan Promosi Pariwisata Kota Manado dinilai kurang maksimal dalam upayanya mempromosikan pariwisata. Kontribusi seperti keikutertaan dalam acara Manado Fiesta, launching kalender wisata pesona Manado 2017, membantu melaksanakan gelaran internasional berupa Indonesia Open X-sport Championship (IOXC) tahun 2017 di Kota Manado, promosi wisata Kota Manado dalam DEMA Show di Las Vegas, Nevada, AS, ikut serta dalam acara Batik fashion show 'Beauty of North Sulawesi' di Belgrade, Serbia, dan beberapa kunjungan ke negara luar lainnya seperti Prancis, Hungaria, Jerman, dan masih banyak lagi. Tidak semerta-merta meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman) ke Kota Manado. Citra yang didapatkan bagi Kota Manado juga tidak memiliki campur tangan yang meyakinkan dari Badan Promosi Pariwisata Kota Manado itu sendiri. Kegiatan penggalangan dana dari sumber lain juga tidak berhasil ditarik akibat kurangnya media yang mengungkap situasi ini dan tertutupnya lembaga ini terhadap media internet. Badan Promosi Pariwisata Kota Manado ini juga tercatat telah sering melakukan riset terlebih keluar negeri, namun kurang jelasnya pengembangan usaha dan bisnis pariwisata yang terdokumentasi dari kegiatan riset ini. Minimnya (ketidakadaan) berita yang meliputi Badan Promosi Pariwisata terkait pengembangan usaha dan bisnis pariwisata juga menjadi penentu dari keaktifan dan kontribusi nyata yang berhasil disumbangkan oleh Manado Tourism Board.

Riset dalam Peraturan daerah (Perda) Kota Manado nomor 2 tahun 2020 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah tahun 2020-2025, mengungkapkan terkait Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado, bahwa harus adanya strategi untuk penguatan dan perluasan eksistensi promosi pariwisata di Daerah yang meliputi penguatan dukungan terhadap Badan Promosi Pariwisata Daerah dan penguatan koordinasi dan sinkronisasi Badan Promosi Pariwisata Daerah dengan Badan Promosi Pariwisata Daerah Provinsi Sulawesi Utara, dan Badan Promosi Pariwisata Indonesia serta seluruh pemangku kepentingan (tercantum dalam pasal 42 bagian Kelima terkait Pengembangan Promosi Pariwisata Bab IV Pembangunan Pemasaran Pariwisata). Hal ini menunjukkan fokus pemerintah Kota dalam menekankan peran serta fungsi Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado sebagaimana harusnya, mengingat perda ini disahkan

pada tahun 2020 bertepatan dengan tahun akhir masa bakti Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado sebelumnya yang dipimpin oleh Grace Netty Tielman. Isi perda yang menyinggung Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado bisa saja menjadi evaluasi pemerintah kota akan kinerja Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado.

Hingga saat ini belum ditemukannya informasi mengenai Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado lanjutan setelah masa bakti dari Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado 2016-2020 sebelumnya. Grace Netty Tielman sendiri diketahui telah memiliki kesibukan lain di ranah politik.

B. Kontroversi Aplikasi Manado Tourism Info (MTI)

Aplikasi Manado Tourism Info (MTI) merupakan salah satu program utama yang berhasil dicetuskan oleh Badan Promosi Pariwisata (BPP) Daerah Kota Manado secara mandiri pada tanggal 14 Juni 2018 yang bertepatan dengan HUT Kota Manado yang ke-395. Aplikasi berbasis android ini disebut-sebut dapat membantu mempromosikan destinasi wisata Kota Manado kepada para wisatawan yang datang dengan konten berupa informasi akomodasi, rumah makan, spot wisata, kalender event, dan informasi penunjang pariwisata lainnya. Aplikasi ini dapat didownload melalui perantara playstore. Aplikasi yang memiliki tujuan yang jelas dan informatif serta memiliki tampilan yang cukup modern.

2 tahun berlalu setelah perilisan aplikasi ini, terdapat suatu kontroversi terkait hal ini. Dimana ternyata aplikasi ini telah dihapus dari playstore dan sudah tidak dapat diakses lagi. Hasil observasi yang dilaksanakan membuktikan bahwa aplikasi ini sudah tidak bisa diunduh, hal ini memunculkan beberapa keraguan seperti kurangnya publikasi yang dilakukan oleh Manado Tourism Board akan aplikasi ini, rendahnya minat penduduk setempat dan turis dalam aplikasi ini, serta apakah terdapat permasalahan teknis dalam aplikasi ini. Beberapa keraguan ini didasari juga oleh minimnya informasi yang ditemukan terkait aplikasi ini, bahkan dari awal dirilisnya. Kurangnya promosinya dilakukan oleh Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado terhadap aplikasi Manado Tourism Info (MTI) ini cukup ironis mengingat lembaga Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado memiliki tujuan yang seharusnya mempromosikan pariwisata termasuk aplikasi penunjang ini.

C. Strategi Promosi yang dilakukan oleh Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado

Berdasarkan hasil observasi yang dijalankan, strategi yang dapat ditarik dari Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado terkait promosi pariwisatanya yaitu riset.

Riset yang dimaksudkan adalah dengan melakukan beberapa perjalanan ke tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia dan luar negeri guna membandingkan kegiatan pariwisata di tempat tersebut dan di Kota Manado, selain itu juga melakukan kegiatan promosi berupa booth dan stand di tempat-tempat wisata tertentu, terlebih disaat adanya acara seperti DEMA show di Las Vegas dan Batik fashion show 'Beauty of North Sulawesi' di Belgrade. Implementasi teknologi berupa media sosial belum terlalu dikembangkan terlebih pada Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado periode masa bakti 2016-2020.

D. Media Sosial sebagai Media Promosi Pariwisata Kota Manado

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial saat ini telah menjadi platform yang sangat sibuk dan menjadi suatu poin penting dalam kehidupan masyarakat saat ini. Media sosial telah menjadi salah satu media/platform dari aktivitas promosi dan pemasaran yang efisien. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado masih cukup tertutup akan aktivitas ini. Padahal media sosial dalam perkembangannya telah menjadi sarana publikasi yang tepat terlebih bagi kegiatan promosi pariwisata. Hal ini yang harus dimanfaatkan oleh Badan Promosi Pariwisata Kota Manado.

Dalam hasil penelitian selain website resmi yang belum ada dan halaman facebook yang kurang jelas, ternyata terdapat akun instagram dengan username @manado_tourism yang mengaku bahwa sebagai 'Official Tourism Promotion Account of Manado City, Indonesia' atau akun resmi promosi pariwisata Kota Manado. Akun ini cukup aktif dalam mempromosikan pariwisata kota manado dengan melakukan repost postingan akun lain yang berkaitan dengan pariwisata Kota Manado serta membuat beberapa konten yang mempromosikan pariwisata Kota Manado. Terdapat juga channel youtube yang berafiliasi dengan akun instagram ini bernama Manado Tourism dengan konten berupa video promosi profesional terkait pariwisata Kota Manado.

Jumlah pengikut akun ini terbilang sudah cukup banyak dengan jumlah pengikut 2.694 pengikut (15-10-2021), dan jumlah subscriber dari channel youtubenya sebanyak 112 subscriber (15-10-2021). Hal ini telah menjadi suatu kemajuan bagi promosi pariwisata Kota Manado.

E. Kebenaran terkait Eksistensi Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado

Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado merupakan salah satu kelembagaan di Kota Manado yang bertugas mengurus, mengawasi, dan mengayomi jalannya

kegiatan pariwisata di Kota Manado. Badan Promosi Pariwisata Kota Manado yang sering disingkat menjadi MTB (Manado Tourism Board) telah diangkat pada 19 Januari 2016 silam oleh Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara dan Pemerintah Kota (Pemkot) Manado. Suatu upaya yang dibawakan oleh pemerintah guna melancarkan kegiatan promosi pariwisata di Kota Manado. Tidak semua daerah memiliki badan kelembagaan berupa Badan Promosi Pariwisata (BPP) yang dimiliki oleh Kota Manado, mayoritas daerah lain yang tidak mempunyai badan kelembagaan tersebut mengandalkan kerja dari pihak lain seperti Dinas Pariwisata setempat, kelembagaan pariwisata lainnya, serta pihak masyarakat umum dalam upaya mempromosikan pariwisata daerah mereka masing-masing. Dengan adanya Badan promosi Pariwisata (BPP), Kota Manado diuntungkan dengan kelengkapan kelembagaan yang ikut mengurus keperluan pariwisata, hal ini tentu tidak didasari oleh kemauan salah satu pihak semata, karena Kota Manado telah membuktikan eksistensinya dalam ranah pariwisata. Namun apakah dengan adanya suatu kelembagaan berupa Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado ini dapat memberikan bantuan dan kontribusi yang nyata bagi kepentingan publik, namun dapat juga berakhir menjadi suatu kelembagaan kosong yang hanya dibentuk untuk memberikan efek plasebo/formalitas belaka untuk menunjukkan kelengkapan suatu daerah dalam mempromosikan pariwisata daerah tersebut. Hal ini adalah hal yang sepatutnya dihindari oleh kelembagaan-kelembagaan yang telah dibentuk.

Wawancara daring kepada narasumber berupa Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Utara, Pak. Henry Kaitjily, S.H., yang dilakukan pada 13 Desember 2021 (pukul 20:10 WITA) memberikan suatu kejelasan tersendiri akan eksistensi Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado yang sebenarnya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terkuak suatu pernyataan bahwa ternyata Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado sudah tidak aktif dalam menjalankan tugasnya yang sebenarnya. Pernyataan ini kian memberikan suatu petunjuk bahwa Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado ini memiliki kinerja yang kurang memuaskan hingga akhirnya Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado seakan-akan lenyap dan tidak ada kabar lanjutan. Tidak banyak hal yang bisa disampaikan Pak. Henry Kaitjily, S.H., selaku Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Utara terkait eksistensi dan kontribusi Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado ini, namun Pak Henry berpendapat bahwa terdapat banyak badan pengembangan pariwisata daerah yang bermasalah di Provinsi Sulawesi Utara ini, hal ini memberikan suatu penanda bahwa kelengkapan suatu badan kelembagaan bagi suatu daerah tidak semata-merta memberikan suatu keuntungan, namun bisa menjadi boomerang bagi kemajuan daerah tersebut.

Dari wawancara tersebut ada beberapa hal yang bisa ditarik mengenai eksistensi Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado ini. Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado telah dinyatakan tidak aktif (mati suri), hal ini bisa saja terjadi karena kurangnya kontribusi nyata yang dibawakan Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado dalam menjalankan tugasnya yaitu untuk mempromosikan pariwisata Kota Manado. Dari hal ini, terbukti bahwa Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado tidak haruslah ada. Kegiatan promosi pariwisata dapat dijalankan secara lancar oleh kelembagaan lain tanpa harus adanya suatu badan tersendiri yang menanganinya. Ini membuktikan bahwa rangkaian akun media sosial @manado_tourism tidaklah ditangani oleh Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado namun sepertinya langsung diurus oleh Dinas Pariwisata Kota Manado itu sendiri. Kinerja akun media sosial tersebut juga dapat dibilang cukup memuaskan karena jangkauan pasar yang luas (hal ini dibuktikan dengan jumlah pengikut akun media sosial tersebut).

V. KESIMPULAN

Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado masih kurang dalam mempromosikan pariwisata Kota Manado, hal ini dibuktikan dengan minimnya informasi di internet yang berkaitan dengan Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado. Hal ini patut dipertanyakan mengingat Badan Promosi Pariwisata sejatinya harus memiliki suatu platform yang baik agar dapat menjalankan tugasnya sebagai perantara promosi pariwisata, masyarakat dan turis tidak seharusnya 'menggali dalam' demi menemukan informasi terkait kelembagaan ini karena kelembagaan ini seharusnya menjadi wajah dari pariwisata daerah. Kurangnya interaksi lembaga Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado ini dengan media internet menyebabkan ketidakefisiensinya tugas Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Manado dalam mempromosikan pariwisata Kota Manado. Kinerja yang dijalankan oleh Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado telah terbukti minim, sehingga Badan Promosi Pariwisata (BPP) Kota Manado kini telah tidak aktif dan bisa dibilang perannya telah digantikan oleh badan kelembagaan lain dibawah Dinas Pariwisata Kota Manado.

Hal yang dapat ditarik dari kasus ini adalah bahwa, tidak selamanya kelengkapan suatu badan kelembagaan dapat memberikan keuntungan bagi daerah yang diayomi oleh kelembagaan tersebut, dengan kinerja yang buruk, sistem kelembagaan tersebut menjadi suatu halangan tersendiri bagi kemajuan daerah tersebut. Harus adanya suatu sinergi yang terbentuk antar kelembagaan agar dapat tercapainya kinerja terbaik. Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Utara sendiri sedang mengusahakan bagaimana adanya pergerakan seluruh komponen untuk berkolaborasi, semua komponen harus siap turun kelapangan dan memberikan kontribusi nyata, bukan hanya kontribusi seremonial & formalitas belaka.

Pada akhirnya seluruhnya bergantung pada masyarakat, bagaimana masyarakat dapat berkerjasama dengan kelembagaan-kelembagaan untuk mewujudkan suatu sistem kepariwisataan yang efektif bagi kemajuan pariwisata daerah.

Pendekatan dengan internet dan implementasinya harus dijadikan suatu isu penting dalam mempromosikan pariwisata Kota Manado, mengikuti zaman saat ini merupakan nilai yang harus dijadikan bahan pertimbangan serius bagi lembaga-lembaga yang bertugas mempromosikan pariwisata, termasuk yang seharusnya dilakukan oleh Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPP) Kota Manado sebelumnya. Dengan adanya pembaharuan Ripparda Kota Manado Tahun 2020-2025 serta akun instagram @manado_tourism diharapkan adanya suatu reformasi akan kebijakan promosi pariwisata Kota Manado sehingga kinerja promosi pariwisata Kota Manado dapat lebih tepat, efisien, dan produktif. Kedepannya diharapkan adanya gebrakan baru terkait kontribusi dan strategi promosi bagi kegiatan pariwisata Kota Manado terlebih dalam fokus pariwisata Marine Tourism, Ecotourism, Cultural Tourism, Food Tourism, Religious/Pilgrimage Tourism, MICE, serta Luxury Tourism yang menjadi fokus pengembangan pariwisata Kota Manado.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Tuhan YME yang telah membantu dalam pembuatan artikel ini, terima kasih juga pada Pak. Fatkurrohman, S.IP., M.Si., C.H.E. dan Pak. Ghifari Yuristiadhi Masyhari Makhasi, S.S., M.A., M.M., C.H.E. yang telah mengawasi serta membimbing pembuatan artikel ini. Terima kasih kepada seluruh tim Jurnal Ilmu Pariwisata.

REFERENSI

Penulisan daftar referensi menggunakan metode penomoran berdasarkan urutan penggunaannya dalam paper. Sehingga, literatur [1] adalah referensi yang pertama kali disitasi (cited) pada paper ini. Contoh daftar referensi:

- [1] Kaitjily, Henry. Personal Interview. 13 Desember 2021.
- [2] Badan Pusat Statistik Kota Manado. (2021). Retrieved October 15, 2021, from Bps.go.id website: <https://manadokota.bps.go.id/>
- [3] CTI-CFF | Coral Triangle Initiative on Coral Reefs Fisheries and Food Security. (2021). Retrieved October 15, 2021, from Coraltriangleinitiative.org website: <https://www.coraltriangleinitiative.org/>
- [4] Jurnal Manado - Santun & Terpercaya. (2018). Menunjang Promosi Pariwisata, Manado Tourism Board (MTB) Launcing Aplikasi MTI. Retrieved October 15, 2021, from Jurnalmanado.com website: <https://www.jurnalmanado.com/2018/07/menunjang-promosi-pariwisata-manado.html>

- [5] KEPPRES No. 22 Tahun 2011 tentang Badan Promosi Pariwisata Indonesia [JDIH BPK RI]. (2011). Retrieved October 15, 2021, from Bpk.go.id website: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/55053/keppres-no-22-tahun-2011>
- [6] Kompas Cyber Media. (2009, October 5). Tahun 2010 Manado Kota Pariwisata Dunia. Retrieved October 15, 2021, from KOMPAS.com website: <https://regional.kompas.com/read/2009/10/05/07485220/tahun.2010.manado.kota.pariwisata.dunia>
- [7] Kuang, K., Jiang, M., Cui, P., Luo, H., & Yang, S. (2018). Effective Promotional Strategies Selection in Social Media: A Data-Driven Approach. *IEEE Transactions on Big Data*, 4(4), 487–501. <https://doi.org/10.1109/tbdata.2017.2734102>
- [8] Lengkong, M. A. (2017). UMN Knowledge Center. Umn.ac.id. <https://doi.org/http://kc.umn.ac.id/5316/1/Skripsi.pdf>
- [9] Manado - Diversity in Harmony. (2018). Retrieved October 15, 2021, from Instagram.com website: https://www.instagram.com/manado_tourism/
- [10] Manado Tourism Board - MTB. (2016, February 3). MTB present : Mari jo rame2... - Manado Tourism Board - MTB. Retrieved October 15, 2021, from Facebook.com website: https://web.facebook.com/Manado-Tourism-Board-MTB-441431372715119/?_rdc=1&_rdr
- [11] Nono S A Sumampouw. (2015). Menjadi Manado : torang samua basudara, sabla aer, dan pembentukan identitas sosial. Bulaksumur, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- [12] PERDA Kota Manado No. 2 Tahun 2020 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2020-2025 [JDIH BPK RI]. (2020). Retrieved October 15, 2021, from Bpk.go.id website: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/155447/perda-kota-manado-no-2-tahun-2020>
- [13] Redaksi, T. (2017, October 6). Indonesia Open X-sport Championship (IOXC) 2017, Ajang Promosikan Pariwisata Kota Manado. Retrieved October 15, 2021, from BeritaManado.com: Berita Terkini Manado, Sulawesi Utara website: <https://beritamanado.com/indonesia-open-x-sport-championship-ioxc-2017-ajang-promosikan-pariwisata-kota-manado/>
- [12] Zaenal, A. Z., Kamase, J., & Serang, S. (2020). Analisis Digital Marketing dan Word of Mouth Sebagai Strategi Promosi Pariwisata. *Tata Kelola*, 7(1), 62–77. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i1.98>

Copyright holder:
Author Name (2021)

First publication right:
Jurnal Ilmu Pariwisata