

Strategi Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang dalam Upaya Mewujudkan Sumedang Sebagai Kabupaten Pariwisata

Silvia Wandanita Etin¹, Gilang Pratama Putra², Tedi Supriyadi³

Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung

wandanita248@upi.edu¹, gilang.p.putra@upi.edu², tedisupriyadi@upi.edu³

ABSTRACT

Sumedang has been named a Tourism Regency by the Regent of Sumedang since 2019, but there are still many people who do not know about it. The purpose of this research is to find out how the strategy is applied in an effort to realize Sumedang as a Tourism Regency, what are the external and internal factors that influence it and how understanding is applied to the community regarding efforts to realize Sumedang as a Tourism Regency. This research uses a case study design involving several communities and the government, namely the Sumedang Regency Tourism, Culture, Youth and Sports Office. Data collection was conducted using semi-structured interviews with 14 participants. Data analysis to identify, create themes and evaluate inductively and thematically was carried out with the help of NVivo 12. Validation of instruments and data was carried out through triangulation and expert review techniques. This research resulted in five findings: Disparbudpora strategy, the role of the media, Sumedang tourist destinations, challenges, and public understanding. The study concluded that the Strategy of the Department of Tourism, Culture, Youth and Sports focuses on a long-term plan that aims to optimize the achievement of all relevant objectives. This strategy includes monitoring and evaluating all activities related to tourism in the Sumedang Regency area, ensuring the development of infrastructure to support the development of tourism.

Keywords: *Tourism, Disparbudpora Strategy, internal external factors, implementation, community understanding*

ABSTRAK

Sumedang telah ditetapkan sebagai Kabupaten Pariwisata oleh Bupati Sumedang sejak tahun 2019, namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahuinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan dalam upaya mewujudkan Sumedang sebagai Kabupaten Pariwisata, apa saja faktor eksternal dan internal yang mempengaruhinya serta bagaimana pemahaman yang diterapkan masyarakat mengenai upaya mewujudkan Sumedang sebagai Kabupaten. Kabupaten Pariwisata. Penelitian ini menggunakan desain studi kasus yang melibatkan beberapa masyarakat dan pemerintah yaitu Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumedang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara semi terstruktur terhadap 14 partisipan. Analisis data untuk mengidentifikasi, membuat tema dan mengevaluasi secara induktif dan tematis dilakukan dengan bantuan NVivo 12. Validasi instrumen dan data dilakukan melalui teknik triangulasi dan expert review. Penelitian ini menghasilkan lima temuan: strategi Disparbudpora, peran media, destinasi wisata Sumedang, tantangan, dan pemahaman masyarakat. Kajian menyimpulkan bahwa Strategi Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga berfokus pada rencana jangka panjang yang bertujuan untuk mengoptimalkan pencapaian seluruh tujuan yang relevan. Strategi tersebut meliputi

pemantauan dan evaluasi seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata di wilayah Kabupaten Sumedang, memastikan pembangunan infrastruktur untuk mendukung pengembangan pariwisata.

Kata kunci: Pariwisata, Strategi Disparbudpora, Faktor Internal Eksternal, Implementasi, Pemahaman Masyarakat

PENDAHULUAN

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Sumedang tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2014-2025 menimbang bahwa Kabupaten Sumedang sebagai daerah tujuan wisata memiliki potensi alam, flora dan fauna, peninggalan sejarah, peninggalan purbakala, serta seni dan budaya sebagai modal pembangunan kepariwisataan. Kabupaten Sumedang dinobatkan sebagai Kabupaten pariwisata oleh Bupati Sumedang pada tahun 2019, akan tetapi masih banyak masyarakat yang kurang mengetahui akan hal tersebut. Terdapat beberapa dampak yang dapat terjadi dalam hal ini baik dampak positif maupun negatif. Dampak positif yang terjadi apabila Sumedang berhasil menjadi Kabupaten Pariwisata yaitu salah satunya dapat meningkatkan pendapatan daerah dan Sumedang bisa mendapatkan citra kabupaten yang bagus di mata masyarakat. Sedangkan dampak negatif yang bisa terjadi yaitu dapat mempengaruhi norma di lingkungan masyarakat dari budaya luar, adanya perubahan lingkungan yang diakibatkan aktivitas pariwisata.

Sementara itu menurut pandangan peneliti dampak yang dapat ditimbulkan dari masalah ini yaitu dapat menghambat kabupaten sumedang dalam upaya mewujudkan Sumedang sebagai kabupaten pariwisata, apabila masyarakat nya sendiri masih belum mengetahui dan kurang berperan dalam hal tersebut, karena peran masyarakat sangat penting daalam menentukan kemajuan kabupaten Sumedang sebagai kabupaten Pariwisata.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu dalam jurnal penelitian yang berjudul *Regenerative tourism: Perceptions and insights from tourism destination planners in Aotearoa New Zealand* (Mei et al., 2024). Menganalisis makna, konseptualisasi dan praktik yang terkait dengan pariwisata regeneratif untuk perencanaan tujuan di New Zealand. Menggunakan metode wawancara. Hasil penelitian ini adalah pariwisata regeneratif berfokus pada bagaimana pariwisata dapat meningkatkan kualitas hidup untuk generasi mendatang. Dalam jurnal penelitian yang berjudul *Reconceptualising Urban Space with Second Home Tourism: The emergence of an urban second-home tourism enclave* (Yang et al., 2024). Berfokus untuk menyelidiki dan mengkonseptualisasikan bagaimana *second home tourism* mendistribusikan dan membentuk kembali ruang perkotaan oleh kekuatan yang didorong pasar dan sosiokultural yang secara kolektif. Menggunakan metode wawancara. Hasil penelitian ini terdapat ketidak cocokan dalam penerapan *second home tourism* ini yang disebabkan penyebaran *second home tourism* dalam hal ruang fisik dan abstrak. Dalam jurnal yang berjudul *Tourism*

Social Sustainability in Remote Communities in Vietnam: Tourists' behaviors and their drivers (Dan et al., 2024) Berfokus pada perilaku wisatawan yang mempengaruhi keberlanjutan sosial pariwisata dan pendorongnya. Menggunakan metode wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan pemimpin maupun masyarakat dapat berperan penting dalam mempromosikan perilaku wisata yang berkelanjutan secara sosial. Dalam jurnal *A Study on Participatory Experiences in Cultural and Tourism Commercial Spaces*, (Jiang et al., 2024) Berfokus pada pengalaman partisipatif ruang bisnis pariwisata budaya dari perspektif pengguna. Menggunakan metode wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan penilaian estetika dan pengalaman berdampak positif pada perilaku dan pengalaman juga memengaruhi penilaian estetika dan perilaku. Berbeda dengan penelitian diatas, penelitian ini difokuskan pada permasalahan berdasarkan pra-penelitian di lapangan masih banyak masyarakat yang kurang mengetahui bahwa Sumedang telah dinobatkan sebagai kabupaten pariwisata, hal tersebut dapat menghambat kemajuan Sumedang sebagai Kabupaten pariwisata apabila masyarakatnya sendiri kurang berperan. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjawab pertanyaan penelitian yang dirumuskan dalam beberapa point, yaitu (1) Bagaimana strategi Disparbudpora dalam upaya mewujudkan Sumedang sebagai Kabupaten Pariwisata?, (2) Apa saja faktor eksternal dan internal yang memengaruhi dalam pengembangan pariwisata di daerah Kabupaten Sumedang?, (3) Bagaimana pemahaman yang diterapkan kepada masyarakat terkait upaya mewujudkan Sumedang sebagai Kabupaten Pariwisata?. Penelitian ini di orientasikan dapat berkontribusi dalam kemajuan Sumedang sebagai Kabupaten Pariwisata.

Strategi adalah diperlukan untuk mewujudkan visi dan misi bersama baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Strategi yaitu proses penentuan rencana yang sudah disusun oleh para pemimpin puncak yang memiliki fokus pada tujuan jangka panjang organisasi yang disertai penyusunan suatu usaha bagaimana agar tujuan tersebut tercapai (Anugerah Paradana dan Muhammadiyah, 2021:4) Menurut Mintzberg memaparkan bahwa konsep strategi sekurang-kurangnya mencakup dalam lima arti yang saling berkaitan, dimana strategi merupakan perencanaan untuk semakin memperjelas arah yang ditempuh organisasi secara tradisional dan mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjangnya, sudut yang diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktivitasnya, acuan yang berkenaan dengan penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi., rincian langkah taktik organisasi yang berisi informasi untuk mengelabui para pesaing suatu perspektif yang menyangkut visi yang terintegritasi antara organisasi dan lingkungannya yang menjadi batas bagi aktivitasnya (Mintzberg,1987; Siman et al., 2022:6). Berdasarkan Undang-Undang Kepariwisata Nomor 10 tahun 2009, pariwisata merupakan segala kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata dan bersifat multidimensi dan multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, Pemerintah Daerah dan pengusaha. Seorang ahli ekonomi berkebangsaan Australia, Herman V.

Schulalard mengemukakan batasan mengenai pengertian pariwisata, yaitu yang berbunyi:

"Tourism is the sun of operations, mainly of an economic nature, which directly related to the entry, stay and movemet of foreigner inside certain country, city or region." Dari pendapatnya tersebut, yang dimaksud pariwisata yaitu kepariwisataan mengacu pada aktivitas ekonomi dan kedatangan orang asing atau turis ke suatu kota, wilayah, atau negara. (Sedarmayanti,2008:167;Kusumandyoko, 2020:6). Peran pemerintah sangat penting untuk membantu pertumbuhan destinasi wisata baru, karena ada lima syarat yang harus dipenuhi sebelum suatu tempat dapat dianggap sebagai tujuan wisata: objek, fasilitas, infrastruktur, transportasi, dan perhotelan (Pebriana et al., 2021:3). Ada peran fasilitator dari pemerintah, yaitu Dinas Pariwisata Daerah. Dinas ini bertanggung jawab untuk membangun infrastruktur dan fasilitas yang diperlukan untuk mengembangkan destinasi wisata (Turang et al., 2021:8). Pemerintah daerah, khususnya dalam sektor pariwisata berperan penting dan bertanggung jawab atas pelaksanaan dan penanggungjawaban atas kegiatan pariwisata, oleh karena itu mereka harus bekerja sama atau mendukung organisasi yang berkaitan dengan pengembangan sektor pariwisata salah satunya adalah oleh Dinas Pariwisata Daerah. Pembangunan yang berkelanjutan sangat penting. Tugas pemerintah dalam pembangunan memiliki beberapa peran yaitu peran selaku stabilisator salah satu ciri negara terbelakang dan sedang berkembang adalah kondisi ekonomi, politik, budaya, pertahanan, dan keamanan yang stabil selain itu, sulit untuk mengharapkan berbagai proyek pembangunan karena keadaan masyarakat yang tidak stabil, oleh karena itu prinsip-prinsip dasar akan membenarkan gagasan bahwa pemerintah harus memainkan peran penting sebagai stabilisator baik politik maupun ekonomi. Selanjutnya peran selaku inovator, pemerintah harus menjadi sumber dari semua hal baru. Dalam peran selaku modernisator, demi mewujudkan sebuah negara yang lebih maju, maka diperlukan beberapa hal yaitu penguasaan ilmu dan teknologi, kemampuan dan kemahiran manajerial, kemampuan mengolah kekayaan alam yang dimiliki, sistem pendidikan nasional yang menghasilkan sumber daya manusia yang lebih produktif, landasan kehidupan politik yang kukuh dan demokratis, memiliki visi yang jelas tentang masa depan, rakyat yang diberdayakan, ketersediaan mengambil resiko dan orientasi masa depan, ketersediaan menerima perubahan. Peran selaku pelopor, pemerintah harus bertindak sebagai pemimpin dalam berbagai aspek kehidupan nasional. Peran selaku pelaksana sendiri, pemerintah harus inisiatif dalam melakukan berbagai kegiatan pembangunan (Siagian,1997:142; Wibowo,2018:64). Peran adalah tindakan seseorang yang dilakukan sesuai dengan kedudukannya dalam struktur sosial. Dalam konteks masyarakat, peran masyarakat mengacu pada tindakan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang memiliki perilaku yang sama sebagai komunitas yang terhubung ke struktur sosial tertentu (Herdiana, 2019:8). Masyarakat merupakan salah satu peran penting dalam pengembangan pariwisata, baik dalam perencanaan hingga implementasi program-program pengembangan pariwisata. Pada hakekatnya upaya pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan harus diarahkan pada hal-hal berikut meningkatkan kapasitas, peran dan inisiatif masyarakat sebagai subjek

atau aktor penting dalam pengembangan kepariwisataan, meningkatkan kualitas partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata, meningkatkan nilai manfaat positif pembangunan kepariwisataan untuk kemajuan kesejahteraan ekonomi masyarakat, meningkatkan kemampuan masyarakat dalam melakukan perjalanan wisata. (Sunaryo,2013:90; Wibowo, 2018:172)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan desain studi kasus. Alasan menggunakan metode ini karena penelitian yang peneliti gunakan berusaha mengkaji atau menggambarkan secara mendalam fenomena yang dikaji. Maka dari itu, peneliti dapat melakukan pendekatan secara intens dengan informan agar memperoleh data yang faktual. Lokasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu di Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga (DISPARBUDPORA) Kabupaten Sumedang yang berada di Jl. Prabu Geusan Ulun No.36, Regol Wetan, Kecamatan Sumedang Selatan, serta kepada masyarakat yang berada sekitar Alun-Alun Sumedang. Alasan dipilihnya lokasi penelitian ini yaitu karena yang bersangkutan berperan besar terhadap penelitian yang akan dilakukan terutama bagi Disparbudpora Sumedang memiliki peran utama dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Sumedang. Peneliti mengambil 14 partisipan yaitu Kepala Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga sebanyak satu partisipan, Kepala Bidang Pariwisata sebanyak satu partisipan, Pimpinan Media Inimah Sumedang sebanyak satu partisipan dan masyarakat sekitar sebanyak 11 partisipan yang merupakan masyarakat lokal Sumedang dan masyarakat luar Sumedang dengan rentang usia 20-50 tahun.

Tabel 1. Demografi Peserta

Demografi Peserta		
	Frekuensi	%
Jenis Kelamin		
Pria	7	53,84%
Wanita	6	46,15%
Rentan Usia		
15-25 tahun	7	53,84%
26-36 tahun	1	07,69%
37-47 tahun	1	07,69%
48-60 tahun	4	30,76%
Asal Daerah		
Warga asli Sumedang	10	76,92%
Warga luar Sumedang	3	23,07%

Prosedur yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini ada 3 langkah, prosedur pengumpulan data yang pertama yaitu dengan melakukan observasi. Kegiatan yang dilakukan ialah melakukan observasi ke objek penelitian kantor Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang dengan tujuan meminta izin untuk melakukan penelitian, setelah itu melakukan observasi ke sekitar alun-alun Sumedang sebagai tempat sarana berkumpulnya masyarakat untuk selanjutnya mencari partisipan yang dituju. Prosedur pengumpulan data selanjutnya dengan menggunakan pedoman wawancara kepada pihak Kepala Dinas dan Kepala Bidang Pariwisata di Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga

Kabupaten Sumedang. Dengan beberapa data yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dan dikumpulkan. Terakhir dengan melalui metode studi pustaka, peneliti menggunakan benda-benda tertulis seperti dokumen terkait, peraturan-peraturan, buku-buku dan sebagainya sebagai bahan pengumpulan data yang terkait dengan strategi Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang dalam upaya mewujudkan Sumedang sebagai Kabupaten Pariwisata.

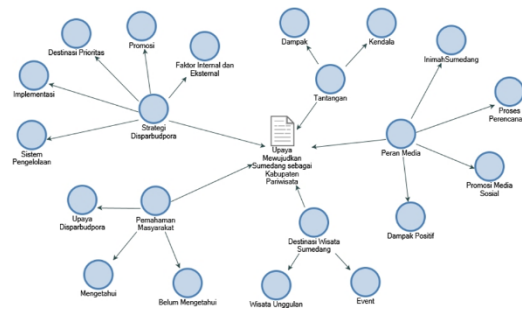
Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pedoman wawancara dengan beberapa data yang telah diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan lalu dikumpulkan. menggunakan pedoman wawancara untuk mempertahankan peserta pada topik agar memberikan jawaban yang lebih jelas (Kavenuke dan Muthanna, 2021:6). Pada tahap ini 11 masyarakat, 1 Kepala Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga, dan 1 Kepala Bidang Pariwisata dan 1 Pimpinan Media InimahSumedang yang diwawancarai, syarat jumlah yang diterima untuk studi fenomenologis (Starks, 2007:4). Sebelum data dikumpulkan, diberikan penjelasan kepada narasumber bagaimana wawancara akan dilakukan dan wawancara akan direkam. Setelah itu, mereka diminta untuk menandatangani formulir persetujuan, yang menunjukkan kesediaan mereka untuk berpartisipasi, dan memberikan jadwal untuk wawancara. Setiap narasumber menerima wawancara dengan durasi yang berbeda-beda, kepada pihak kantor Disparbudpora selama 30 menit hingga 1 jam, sedangkan masyarakat selama 2 hingga 5menit. Proses wawancara dikumpulkan dari tanggal 25 April hingga 07 Mei 2024.

Setelah proses wawancara dilakukan, langkah selanjutnya yaitu melakukan kategorisasi dan pembuatan kode yang dilakukan secara mandiri. Analisis isi adalah pendekatan yang digunakan dalam pengkodean data. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melakukan "interpretasi subjektif terhadap isi data teks melalui proses klasifikasi sistematis pengkodean dan mengidentifikasi tema atau pola" (Erlingsson dan Brysiewicz, 2017:1). Prosesnya dilakukan secara induktif yaitu dengan cara menarik kode, kategori, dan tema dari data yang dimiliki peneliti. Pengkodean dan kategorisasi dibantu oleh NVivo 12 PLUS. Data dan wawancara dari tahap pertama dimasukkan ke dalam Node dan Kasus untuk dikategorikan menjadi data yang memiliki kode tertentu. Peta tematik menunjukkan bagaimana konsep disusun dalam berbagai tingkatan dan bagaimana mereka dapat berinteraksi satu sama lain (Rizaldi dan Aliyyah, 2024:3)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Temuan

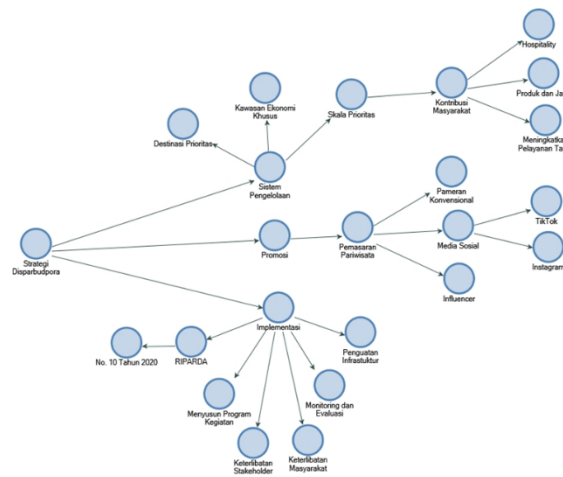
Temuan ini dihasilkan dari beberapa pernyataan yang membentuk beberapa tema, yaitu terdiri dari strategi Disparbudpora, peran media, destinasi wisata Sumedang, tantangan, serta pemahaman masyarakat. Tema-tema tersebut disajikan sebagai berikut :



Gambar 1. Tema

1. Strategi Disparbudpora

Ada lima konsepsi yang mewujudkan strategi dalam suatu instansi, antara lain: perencanaan (*plan*), pola (*patern*), posisi (*position*), perspektif (*perspective*), dan permainan (*play*) (Mintzberg1987; Siman et al.,2022:6). Konsep-konsep ini berfungsi sebagai dasar untuk semua bentuk pemikiran dan komunikasi: hipotesis, pengukuran, pengumpulan data, dan penerapan konsep baru untuk menyampaikan ide.



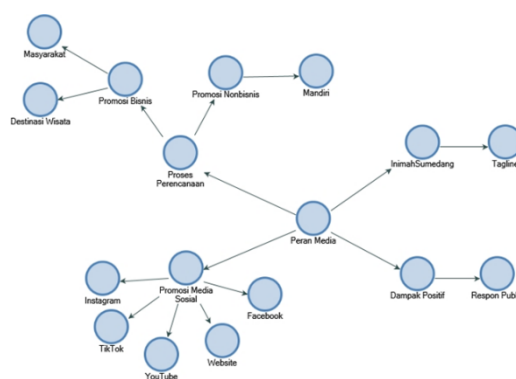
Gambar 2. Strategi

Strategi yaitu hal yang didasarkan pada tujuan masa depan pelanggan dan didasarkan pada reaksi yang bersifat progresif, atau terus meningkat (Hamel,2008:47; Anugerah Paradana dan Muhammadiyah, 2021:5). Strategi manajemen organisasi termasuk dalam rencana jangka panjang yang mencakup masa depan dan berskala besar. Rencana ini dibuat sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi atau instansi berpartisipasi dengan efektif dalam lingkungan kompetitif saat ini. Tujuan utama dari strategi ini adalah untuk mengoptimalkan pencapaian semua tujuan dan sasaran yang relevan. Sasaran utama Disparbudpora dalam mewujudkan strategi tersebut adalah dengan menerapkan implementasi yang mengacu pada Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah Kabupaten Sumedang Nomor 10 Tahun 2020.

“Strategi yang diterapkan dengan menggunakan langkah-langkah konkrit yang sudah tertera dalam rencana induk pembangunan kepariwisataan daerah Kabupaten Sumedang 2014-2025 sebagai penyempurnaan dari rencana induk pembangunan kepariwisataan daerah Sumedang (RIPARDA) No.8 tahun 2010 yang di revisi dengan no.10 tahun 2020. Jadi yang terkait dengan perancangan termasuk didalamnya disitu ada beberapa bagaimana dengan perancangan destinasi wisata daerah, bagian kawasan strategis pariwisata daerah dan bagaimana menginfertarisir atau mengidentifikasi tentang destinasi wisata di Sumedang. Strategi yang diterapkan adalah dengan menjalankan skala prioritas yang dijadikan sebagai awalan untuk pengembangan pariwisata di kabupaten Sumedang” (Kepala Disparbudpora).

Selain mengacu pada Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kabupaten Sumedang, strategi yang digunakan yaitu menerapkan implementasi dengan melakukan monitoring dan evaluasi terhadap seluruh kegiatan aktivitas penyelenggaraan pariwisata di Kabupaten Sumedang khususnya di masarakat baik perorangan maupun berbadan hukum yang menyelenggarakan kegiatan kepariwisataan, melakukan penguatan infrastruktur di setiap kawasan destinasi wisata serta menyusun program kegiatan yang dirancang oleh pihak Disparbudpora Kabupaten Sumedang. Dalam sistem pengelolaannya mengedepankan skala prioritas, memajukan destinasi wisata prioritas yang berada di daerah kawasan Jatigede, dan membangun kawasan ekonomi khusus. Dalam skala prioritas didalamnya melibatkan masyarakat. Masyarakat yang didorong untuk berperan penting dalam daerah kawasan wisata dengan meningkatkan pelayanan tamu, hospitality serta jasa dan produk (UMKM) yang dimiliki di lingkungan sekitar. Masyarakat merupakan salah satu tokoh utama yang berperan penting dalam kemajuan sebuah kawasan daerah wisata. Selain dengan melibatkan masyarakat, salah satu langkah penting yaitu dengan melakukan promosi. Promosi yang didalamnya termasuk dalam program pemasaran pariwisata melalui media sosial, mengadakan pameran konvensional dan bekerjasama dengan beberapa *influencer* yang berperan aktif dalam sebuah organisasi *Smiling West Java* (SWJ).

2. Peran Media



Gambar 3. Peran Media

Menurut Noam Chomsky, media adalah suatu sistem pasar terpimpin yang digerakkan oleh keuntungan modal dan diawasi oleh pemerintah yang sering menghasilkan hasil yang sama (Chomsky dan Saragih, 2019:1) InimahSumedang merupakan sebuah platform media yang bertujuan membagikan informasi seputar Sumedang bagi masyarakat umum khususnya bagi generasi milenial. InimahSumedang sebagai media memiliki peran utama yaitu promosi berbasis teknologi yang memiliki tagline “Bawa Inspirasi Dunia, Optimalkan Potensi Lokal”. Promosi yang dilakukan melalui media sosial antara lain instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan Website. Proses perencanaannya terbagi menjadi dua, yaitu sebagai media bisnis dan nonbisnis. Dapat digunakan sebagai bisnis yang bekerjasama dengan masyarakat, maupun destinasi wisata itu sendiri yang menawarkan diri untuk lebih di angkat topiknya dan di promosikan oleh media InimahSumedang. Sebagai media nonbisnis yaitu hanya dikelola mandiri oleh pihak media InimahSumedang dan tidak ada kerjasama atau campur tangan dengan pihak lain.

“Untuk jangkauan promosi sudah mencapai nasional, sudah bekerjasama dengan Good News from Indonesia (GNFI)” (Pimpinan InimahSumedang)

Dengan adanya media InimahSumedang sendiri membawa dampak positif bagi kemajuan pariwisata di Sumedang, dan telah membawa respon baik dari publik. Jangkauan promosi yang dilakukan sudah mencapai taraf nasional.

3. Destinasi Wisata Sumedang

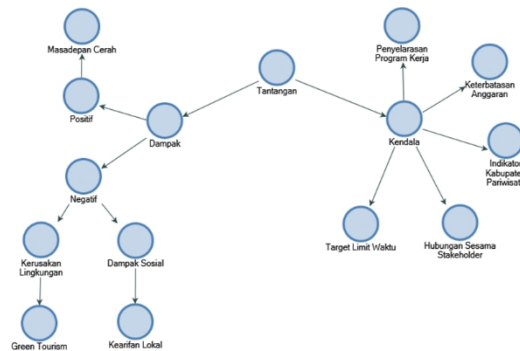


Gambar 4. Destinasi Wisata

Destinasi adalah lokasi geografis yang dapat menarik wisatawan untuk tinggal secara sementara dan memiliki berbagai produk pariwisata, sehingga membutuhkan berbagai syarat untuk mencapainya (Tuohino,2014; Rahmatia, 2022:5). Kabupaten Sumedang memiliki beberapa jenis destinasi wisata, yaitu dalam wisata unggulannya memiliki beberapa destinasi wisata buatan,alam dan wisata olahraga, selain itu juga tidak kalah sering untuk melakukan berbagai event salah satunya pameran konvensional yang dilaksanakan minimal 1x dalam setahun yang bertujuan untuk promosi dalam upaya mewujudkan Sumedang sebagai Kabupaten pariwisata. Kabupaten Sumedang memiliki event terbesar yang pernah dilakukan yaitu Festival Pesona Jatigede yang dilaksanakan pada tahun 2017, 2018,2019.

“Event Festival Pesona Jatigede tahun 2017, 2018,2019. 2022 menyelenggarakan tetapi tidak terkoneksi langsung ke kementerian, hanya sampai ke provinsi” (Kepala Bidang Pariwisata)

4. Tantangan



Gambar 5. Tantangan

Terdapat beberapa tantangan yang dialami oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang dalam mewujudkan Sumedang sebagai Kabupaten Pariwisata, yaitu memiliki kendala dalam penyelarasan program kerja yang belum maksimal, adanya keterbatasan anggaran untuk memajukan sebuah destinasi maupun desa wisata, tidak memiliki indikator resmi untuk patokan sebagai Kabupaten Pariwisata, kurangnya komunikasi dan kerjasama yang baik antar stakeholder yang ahli dalam bidangnya, dan tidak memiliki target limit waktu kapan bahwa Sumedang sudah resmi menjadi Kabupaten Pariwisata. Dampak yang ditimbulkan yaitu dampak negatif adanya kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas wisata yang dilakukan wisatawan maupun karena faktor alam yang memburuk, salah satu upaya untuk mengatasinya dengan menerapkan *green tourism*. Selain itu, dampak yang dapat terjadi yaitu dampak sosial terutama di masyarakat yang disebabkan oleh faktor wisatawan dari luar dapat menyebabkan aktivitas sosial memburuk dan dapat menghilangkan nilai-nilai budaya yang sudah ada sebelumnya, salah satu upaya untuk mengatasinya yaitu dengan menanamkan nilai kearifan lokal di setiap destinasi terutama bagi masyarakatnya. Dampak positif nya Kabupaten Sumedang memiliki masadepan yang cerah apabila sukses menjadi Kabupaten Pariwisata, ekonomi semakin meningkat, sarana prasarana semakin membaik dan masyarakat menjadi makmur.

5. Pemahaman Masyarakat



Gambar 6. Pemahaman Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa masyarakat, masih banyak yang belum mengetahui bahwa Kabupaten Sumedang telah dinobatkan sebagai Kabupaten Pariwisata oleh Bupati Sumedang, Dony Ahmad Munir sejak 2019 akan tetapi telah banyak yang mengetahui upaya yang dilakukan oleh Disparbudpora dalam mewujudkan Sumedang sebagai Kabupaten Pariwisata walaupun beberapa diantaranya belum mengetahui secara maksimal. Terbukti berdasarkan apa yang dikatakan oleh Kepala Bidang Pariwisata Disparbudpora bahwa pemahaman masyarakat mengenai Sumedang sebagai Kabupaten Pariwisata tidak mencapai 50%

“Menerapkan pemahaman masyarakat tidak dilakukan secara turun langsung tetapi disebarkan melalui pokdarwis, bimtek dalam pertemuan-pertemuan tertentu. Pemahaman masyarakat ini belum mencapai 50% yang belum terlalu paham tentang pariwisata ini” (Kepala Bidang Pariwisata).

B. Diskusi

Temuan diatas menunjukkan langkah strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang dalam upaya mewujudkan Sumedang sebagai Kabupaten Pariwisata. Dalam strategi yang dilakukan terdapat beberapa poin yang sudah sesuai dengan (Mintzberg,1987; Siman et al., 2022:6) bahwa dalam penerapan strategi terdiri dari perencanaan (*plan*). Perencanaan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang yaitu dengan mengutamakan skala prioritas dengan melibatkan kontribusi masyarakat dalam pengembangan destinasi wisata, memfokuskan pembangunan di kawasan strategis pariwisata yang ada di Kabupaten Sumedang dan membangun kawasan ekonomi khusus yaitu pada kawasan daerah Jatigede. Pola (*patern*) yang digunakan dalam strategi Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang yaitu dengan menggunakan pedoman Peraturan Pemerintah Daerah tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kabupaten Sumedang tahun 2014-2025 yang didalamnya mencakup tugas dan wewenang yang harus dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga selaku instansi pemerintahan, selain itu pola yang digunakan yaitu dengan meningkatkan kerjasama antar *stakeholder* sesuai dengan bidangnya pada setiap kawasan daerah wisata. Posisi (*position*) Menurut Mintzberg, strategi sebagai posisi cenderung melihat ke dalam, yaitu ke titik di mana produk tertentu bertemu dengan konsumen, dan ke luar, yaitu melihat berbagai aspek lingkungan eksternal (Mintzberg,1987; Siman et al., 2022:6). Dalam hal ini, disparbudpora bekerja sama dengan beberapa influencer dan media sebagai sarana untuk meningkatkan promosi salah satunya yaitu dengan media Sumedang, proses yang dilakukan dengan cara menggencarkan promosi melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, Facebook dan Website. Permainan (*play*), berdasarkan beberapa strategi yang sudah di rencanakan oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang langkah selanjutnya yaitu dengan menerapkan semua perencanaan tersebut dengan bertahap, penerapan yang

dilakukan kepada masyarakat salah satunya dengan cara mengadakan bimtek dan pertemuan-pertemuan tertentu dengan kelompok sadar wisata yang selanjutnya informasi akan disebarluaskan kepada masyarakat, hal ini belum dapat dikatakan efektif dalam meningkatkan pemahaman kepada masyarakat karena fakta dilapangan menyatakan bahwa masih banyak masyarakat yang belum mengetahui bahwa Sumedang telah dinobatkan sebagai Kabupaten Pariwisata sejak 2019 silam.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Strategi Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga berfokus pada rencana jangka panjang yang bertujuan untuk mengoptimalkan pencapaian semua tujuan yang relevan. Tujuan pertama adalah untuk mengoptimalkan implementasi Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kabupaten Sumedang Nomor 10 Tahun 2020. Strategi ini mencakup pemantauan dan evaluasi semua kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata di wilayah Kabupaten Sumedang, memastikan pembangunan infrastruktur di semua destinasi wisata, dan implementasi program yang dipimpin Disparbudpora Kabupaten Sumedang. Tujuan kedua adalah untuk melibatkan komunitas, terutama melalui media sosial dan kolaborasi dengan influencer dari organisasi Smiling West Java (SWJ). InimahSumedang sebagai platform media sosial memiliki promosi berbasis teknologi dengan slogan “Bawa Inspirasi Dunia, Optimalkan Potensi Lokal.” Dengan adanya platform media ini memiliki dampak positif pada industri pariwisata di Sumedang, yaitu membawa respons positif dari masyarakat. Disparbudpora memiliki beberapa event dalam upaya promosi, seperti melaksanakan Festival Pesona Jatigede, yang telah berhasil mempromosikan Sumedang sebagai tujuan wisata. Namun, memiliki dampak negatif meliputi kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan pariwisata.

Oleh karena itu, Disparbudpora Kabupaten Sumedang juga perlu menangani masalah sosial di komunitas, seperti kurangnya komunikasi dan kerjasama antar stakeholder serta keterlibatan masyarakat. Untuk mencapai pemahaman yang sama tentang pesan yang disampaikan, proses komunikasi terutama dalam hal penyampaian informasi, harus beralih ke komunikasi dua arah atau dialogis. Dalam hal ini, stake holder tidak hanya sebatas melakukan perencanaan saja tetapi merealisasikan tindakan dengan kolaborasi penuh antar stakeholder serta melibatkan masyarakat agar masyarakat dapat merasa memiliki program karena mereka terlibat dalam proses perancangan informasi.

DAFTAR PUSTAKA

Anugerah Paradana , Muhammadiyah, H. (2021). Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Objek Wisata Karst Rammang-Rammang Di Kabupaten Maros. *Mahasiswa Administrasi Publik*, 2(5), 1–1826. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/article/view/5409%0Ahttps://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/article/viewFile/5409/4030>

- Dan, A., Vo-thanh, T., Tuyet, T., Nguyen, M., Linh, H., & Pham, N. (2024). Heliyon Tourism social sustainability in remote communities in Vietnam : Tourists ' behaviors and their drivers. *Heliyon*, 10(1), e23619. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e23619>
- Erlingsson, C., & Brysiewicz, P. (2017). African Journal of Emergency Medicine COMMENTARY A hands-on guide to doing content analysis. *African Journal of Emergency Medicine*, 7(3), 93–99. <https://doi.org/10.1016/j.afjem.2017.08.001>
- Herdiana, D. (2019). *Pendahuluan*. July. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2019.v06.i01.p04>
- Jensen, Gerald R. & Jones, Charles P. (2016). *Investment: Analysis and Management* (13th ed.). Hoboken:Wiley.
- Jiang, Z., Jiang, X., Jin, Y., & Tan, L. (2024). Heliyon A study on participatory experiences in cultural and tourism commercial spaces. *Heliyon*, 10(2), e24632. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24632>
- Kavenuke, P. S., & Muthanna, A. (2021). Teacher educators' perceptions and challenges of using critical pedagogy: A case study of higher teacher education in tanzania. *Journal of University Teaching and Learning Practice*, 18(4). <https://doi.org/10.53761/1.18.4.10>
- Kenton, W. (2018). Financial Literacy. Retrieved January 15, 2019, from <https://www.investopedia.com/terms/f/financial-literacy.asp>
- Kusumandyoko, & C, T. (2020). Mengenalkan Wisata Religi Jombang Melalui Peta Wisata Berbasis Ilustrasi. *Jurnal Barik*, 1(3), 176–191. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Mei, J., Houge, S., & Lovelock, B. (2024). Journal of Destination Marketing & Management Regenerative tourism : Perceptions and insights from tourism destination planners in Aotearoa New Zealand. *Journal of Destination Marketing & Management*, 32(February), 100874. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100874>
- Parise, G. (2018). Threat of entry and debt maturity: Evidence from airlines. *Journal of Financial Economics*, 127(2), 226–247. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2017.11.009>
- Pebriana, F., Mulyawan, R., & Sutrisno, B. (2021). *Strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata untuk meningkatkan pendapatan asli daerah*. 1(April), 11–22.
- Rahmatia, R. (2022). *Ta: Familiarization Trip Sebagai Sarana Promosi Destinasi Wisata Lampung*. 1–22.

- Rizaldi, M. A., & Aliyyah, R. R. (2024). *Strategi Pemasaran Penerimaan Mahasiswa Baru*. 3.
- Saragih, M. Y. (2019). MEDIA MASSA DAN JURNALISME: Kajian Pemaknaan Antara Media Massa Cetak dan Jurnalistik. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 12. <https://doi.org/10.37064/jpm.v6i1.4988>
- Siman, O., Rato, Y. Y. Da, & Apelabi, G. O. (2022). Strategi Pemasaran Susu Kedelai Rempah di UD. Cakrawala Kelurahan Hewuli, Kecamatan Alok Barat, Kabupaten Sikka. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* <https://jurnal.Unibrah.Ac.Id/Index.Php/JIWP>, 8(1), 601–610. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5905603>
- Starks, H. (2007). *Choose Your Method : A Comparison of Phenomenology , Discourse Analysis , and Grounded Theory*. 000050(January 2004), 1372–1380.
- Turang, G. J. V., Sambiran, S., & Monintja, D. K. (2021). *Jurnal Governance Sadat*. *Usman* (2004:7), 1(2), 1–10. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/governance/article/viewFile/36214/33721>
- Wibowo, M. B. (2018). *Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Banyuwangi (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)*. [http://repository.ub.ac.id/165808/%0Ahttp://repository.ub.ac.id/165808/1/Mohamad Bagus Wibowo.pdf](http://repository.ub.ac.id/165808/%0Ahttp://repository.ub.ac.id/165808/1/Mohamad%20Bagus%20Wibowo.pdf)
- Yang, Y., Whitford, M., & Lockstone-binney, L. (2024). Annals of Tourism Research Reconceptualising urban space with second home tourism : The emergence of an urban second-home tourism enclave. *Annals of Tourism Research*, 105, 103708. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103708>