

Pengembangan Digital Tourism: Promosi Wisata Kuta Mandalika Model Pentahelix

Lalu Dimas Indra Bangsawan¹, Ilham Zitri², Rossi Maunofa Widayat³

Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia

Corresponding Author: laludimasindrabangsawan@gmail.com

Kata Kunci:

Promosi Wisata;
Model Pentahelix;
Digital Tourism.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep pengembangan promosi wisata Kuta Mandalika melalui digital tourism dengan model pantehelix. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif merupakan payungnya berbagai metode penelitian naturalistik dalam kehidupan sosial. Dalam penelitian ini yang akan menjadi data primer adalah pemerintah (DISPAR), komunitas swasta (PT. ITDC), pelaku usaha (UMKM), media, dan akademisi. Teknik pengumpulan yang digunakan peneliti yaitu observasi, wawancara (Interview), dan dokumentasi. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diketahui bahwa pengembangan promosi wisata melalui digital tourism di wisata kuta Mandalika telah dilakukan melalui berbagai pengembangan aplikasi berbasis website dan melalui berbagai platform media sosial untuk mendukung promosi wisata kuta mandalika, selain hal itu secara bersama-sama kolaborasi melalui model pentahelix kerja sama antara pemerintah, akademisi, komunitas, pebisnis dan media telah memberikan dampak positif bagi perkembangan wisata kuta Mandalika. Penerapan digital tourism ini berfungsi sebagai media komunikasi, informasi, promosi serta pelayanan kepada masyarakat dalam pengembangan wisata kuta mandalika.

Keyword:

Tourism Promotion;
Pentahelix Model;
Digital Tourism.

Abstract: This study aims to determine the concept of developing Kuta Mandalika tourism promotion through digital tourism with the pantehelix model. The research method uses a qualitative approach, qualitative research is the umbrella for various naturalistic research methods in social life. In this study, the primary data will be the government (DISPAR), private communities (PT. ITDC), business actors (UMKM), media, and academics. The collection techniques used by researchers are observation, interviews, and documentation. From the results of research conducted by researchers, it is known that the development of tourism promotion through digital tourism in Kuta Mandalika tourism has been carried out through various website-based application developments and through various social media platforms to support the promotion of Kuta Mandalika tourism, in addition to that, jointly collaborating through the pentahelix model of cooperation between the government, academics, communities, business people and the media has had a positive impact on the development of Kuta Mandalika tourism. The application of digital tourism functions as a medium of communication, information, promotion and service to the community in the development of Kuta Mandalika tourism.

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial, mempunyai kebutuhan yang beraneka ragam, dari kebutuhan primer (makanan/pangan, pakaian/sandang), kebutuhan sekunder (kebutuhan akan tempat tinggal/papan), hingga kebutuhan tersier (kebutuhan akan berlibur/berwisata). Berkembangnya peradaban tidak hanya membuat seseorang memerlukan kebutuhan primer dan sekunder, tetapi juga kebutuhan bersantai atau berlibur menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia modern. Yang kemudian membuat pariwisata sekarang ini dapat dilihat sebagai sebuah fenomena cukup penting dari sebuah gaya hidup yang menjadi motif dalam melakukan perjalanan wisata, sehingga dalam konteks ini kepariwisataan dapat dijadikan sebagai sebuah industri yang dibutuhkan oleh manusia (Rahu, 2021).

Peraturan otonomi daerah sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 yang kemudian diubah menjadi Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 bahwa pemerintah daerah diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah. Dengan otonomi daerah setiap daerah dapat menggali potensi yang dapat dikembangkan, sehingga perkembangan masing-masing daerah meningkat dengan pesat. Terdapat berbagai sektor yang dapat dikembangkan, diantaranya adalah sektor pertanian, sektor perternakan, perikanan, sektor tekstil dan busana, sektor otomotif, sektor elektronik, sektor pariwisata dan lain-lain. Kebijakan otonomi daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah memberikan peluang daerah mengembangkan potensi daerah. Pengembangan pariwisata yang berorientasi pelestarian budaya, alam dan profit akan meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) karena pariwisata merupakan sektor yang potensial dan prospektif (Rahu, 2021).

Sektor pariwisata merupakan sektor yang paling murah dan mudah untuk dikembangkan. Pengembangan sektor pariwisata dapat memberi sumbangan yang berarti kepada PDB, cadangan devisa, dan lapangan pekerjaan. Berdasarkan Menteri Koordinator Maritim potensi sumbangan wisata maritim terhadap target perolehan 20 juta wisatawan di 2019 cukup besar, yaitu mencapai empat juta orang, jelas bahwa sumbangan untuk mencapai 20 miliar dolar AS dari pariwisata cukup besar dari sektor ini. Hal ini terbukti bahwa sektor pariwisata menjadi sektor industri yang berkelanjutan, maka perlu adanya alokasi dana yang memadai untuk pengembangan sektor pariwisata. Gubernur Bank Indonesia pada salah satu diskusi menyampaikan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia didukung oleh ekonomi di daerah, oleh karena itu perlu dilakukan reformasi di berbagai sektor dan penguatan pada sektor riil, seperti penguatan daya saing di bidang kemaritiman dan pariwisata (Githa Girindra, 2020).

Pariwisata menurut Norval dalam Muljadi dan Nurhayati (2002, hal.80) adalah keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal, dan pergerakan penduduk

asing di dalam atau di luar suatu negara, kota, atau wilayah tertentu. Menurut definisi yang lebih luas yang dikemukakan oleh Kodhyat (1983, hal.4) pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Selanjutnya menurut Musanef (1995, hal.11) mengartikan pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilaksanakan untuk sementara waktu, yang dilakukan dari satu tempat ke tempat yang lain untuk menikmati perjalanan bertamasya dan berekreasi.

kreasi. Menurut Yoeti (2008:8) pariwisata harus memenuhi empat kriteria di bawah ini, yaitu: perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain, perjalanan dilakukan di luar tempat kediaman di mana orang itu biasanya tinggal; tujuan perjalanan dilakukan semata-mata untuk bersenang-senang, tanpa mencari nafkah di negara, kota atau DTW yang dikunjungi. uang yang dibelanjakan wisatawan tersebut dibawa dari negara asalnya, di mana dia bisa tinggal atau berdiam, dan bukan diperoleh karena hasil usaha selama dalam perjalanan wisata yang dilakukan; dan perjalanan dilakukan minimal 24 jam atau lebih.

Dalam pengertian kepariwisataan terdapat empat faktor yang harus ada dalam batasan suatu definisi pariwisata. Faktor-faktor tersebut adalah perjalanan itu dilakukan dari satu tempat ke tempat lain, perjalanan itu harus dikaitkan dengan orang-orang yang melakukan perjalanan wisata semata-mata sebagai pengunjung tempat wisata tersebut (Primadani et al., n.d.). Munasef (1995:1) menyatakan bahwa pengembangan pariwisata merupakan segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana prasarana, barang dan jasa, fasilitas yang diperlukan guna memenuhi kebutuhan wisatawan. Menurut Pearce (1981:12) Pengembangan pariwisata dapat diartikan sebagai “usaha untuk melengkapi atau meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan masyarakat”.

Sugiama (2014:72) mengatakan bahwa komponen penunjang wisata adalah komponen kepariwisataan yang harus ada didalam destinasi wisata. Komponen kepariwisataan tersebut adalah 4A yaitu Attraction, Amenities, Ancilliary dan Accesibility. Menurut Hadiwijoyo (2012:69) komponen pengembangan pariwisata yang harus ada adalah Attraction dan Accomodation. Attraction, seluruh aktivitas penduduk beserta lingkungan fisik desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti: kursus tari, bahasa, dan hal spesifik lainnya (Nuryati, 1993: 1-2). Accommodation, homestay yang merupakan sebagian dari rumah penduduk atau bangunan yang dibangun dengan konsep tempat tinggal penduduk. Sedangkan menurut Brown dan Stange (2015) dalam bukunya yang berjudul *Tourism Destination Management* mengemukakan bahwa komponen dalam pengembangan pariwisata terdiri dari ini adalah 3A yaitu Attraction, Activity dan Accesibility. Buhalis (2000:98) mengemukakan teori yang berbeda bahwa komponen pengembangan pariwisata terdiri dari 6A yaitu Attraction, Amenities, Ancillary, Activity, Accessibilities dan Available

Package. Pada penelitian ini penulis melakukan sintesis teori sehingga didapatkan 6 Komponen Pengembangan Pariwisata yaitu Attraction, Accomodation, Amenities, Ancillary services, Activity dan Accessibilities (chaerunissa et al., 2012). Adalah segala hal yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata. Atraksi terdiri dari apa yang pertama kali membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke sebuah kawasan. Atraksi dapat didasarkan pada sumber daya alam yang memiliki bentuk ciri-ciri fisik alam, dan keindahan kawasan itu sendiri. Selain itu, budaya juga dapat menjadi atraksi untuk menarik minat wisatawan datang, seperti halhal yang besejarah, agama, cara hidup masyarakat, tata cara pemerintahan, dan tradisi-tradisi masyarakat baik dimasa lampau maupun di masa sekarang. Hampir setiap destinasi memiliki atraksi khusus yang tidak dapat dimiliki oleh destinasi lainnya.

Pentahelix merupakan perluasan dari strategi Triple Helix dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat maupun lembaga-lembaga non profit dalam rangka mewujudkan inovasi (Sturesson et al, 2009). Unsur tersebut berupa Academics, Business Sector, dan Government. Triple Helix kemudian dikembangkan dengan menambahkan satu unsur yaitu Civil Society atau komunitas sehingga menjadi Quadruple Helix. Penambahan unsur tersebut berguna untuk mengakomodasi perspektif masyarakat (Yawson, 2009). Elemen lain ditambahkan ke model Quadruple Helix. Elemen ini adalah Media dan melengkapi elemen Pentahelix. Unsur media ditambahkan karena media (baik media konvensional maupun media sosial) memegang peranan penting dalam konteks perkembangan industri kreatif Indonesia (Oktaviarni et al., 2023).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (Sugiyono, 2017.). Penelitian kualitatif merupakan payungnya berbagai metode penelitian naturalistik dalam kehidupan sosial. Data atau informasi yang berupa teks hasil wawancara, catatan lapangan, dokumen, bahan-bahan yang bersifat visual seperti artifacts, foto-foto, video, data dari internet dokumen pengalaman hidup manusia dianalisis secara kualitatif. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk memperoleh data yang kaya, informasi yang mendalam tentang isu atau masalah yang akan dipecahkan, menggunakan focus group, interview secara mendalam, dan obsevasi berperan serta, dalam mengumpulkan data (Rahu, 2021).

Peneliti memilih penelitian ini karena penelitian kualitatif bersifat menyeluruh, dinamis, dan tidak mengeneralisasikan. Hal ini sejalan dengan tujuan penelitian dalam melihat bagaimana pengembangan digital tourism melalui promosi wisata Kuta Mandalika dengan model pentahelixnya. Studi deskriptif kualitatif merupakan suatu metode untuk menggambarkan suatu gejala-gejala sosial atau berusaha mendeskripsikan fenomena sosial tertentu secara terperinci.

PPEMBAHASAN

Dalam penelitian ini akan membahas hasil temuan yang didapat oleh peneliti dari kegiatan wawancara yang peneliti lakukan dengan sejumlah informan terkait yang terdiri dari dinas pariwisata, pihak media dan promosi wisata, pihak ITDC, pelaku UMKM serta pihak akademisi yang ada di wisata kuta mandalika. Semua informasi yang didapat dari hasil wawancara merupakan pernyataan langsung yang disampaikan oleh masing-masing pihak informan yang diwawancarai. Sejumlah narasumber yang menjadi informan dalam penelitian ini merupakan sebagian kecil pihak yang berperan dan turut merasakan dampak penerapan digital tourism dengan model pentahelix dan upaya pengembangan promosi wisata pantai kuta mandalika. Para informan dipilih sesuai dengan model pentahelix yang merupakan gabungan dari 5 unsur pariwisata yang terdiri dari pemerintah atau dinas pariwisata, akademisi, komunitas, pengusaha dan media. Pengembangan pariwisata kuta mandalika tidak bisa terlepas dari peran digital tourism yang digunakan sebagai media promosi pariwisata. Penelitian ini dilakukan peneliti dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan kepada narasumber yang menjadi informan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan pengembangan promosi wisata kuta mandalika melalui digital tourism dengan model pentahelix. Dengan mewawancarai 7 narasumber yang merasakan dan berperan dalam penggunaan digital tourism dalam upaya pengembangan wisata kuta mandalika.

Berikut hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan sejumlah informan terkait dengan pengembangan promosi wisata kuta mandalika melalui digital tourism dengan model pentahelix yaitu : Dalam konsep digital tourism dengan model pentahelix dalam pengembangan promosi wisata kuta mandalika, pemerintah memiliki peran dalam mengatur dan mengkoordinasi para pemangku kepentingan yang berkontribusi dalam pengembangan wisata. Penerapan digital tourism memberikan dampak positif bagi promosi wisata yang bertujuan untuk memperkenalkan spot wisata yang menjadi daya Tarik pengunjung wisata. Digital tourism telah diterapkan oleh dinas pariwisata untuk memudahkan para pengunjung wisata dalam mengakses segala jenis informasi yang dibutuhkan terkait pariwisata. Seperti yang diungkapkan oleh ibu Annisa selaku dinas pariwisata yaitu : “Dalam pengembangan digital tourism dinas pariwisata dari tahun 2021 telah membuat digital platform go mandalika aplikasi ini berbasis website yang dimana sudah memuat informasi wisata untuk memudahkan wisatawan memperoleh dan menggali informasi tentang pariwisata”

Dari pernyataan diatas diketahui bahwa pihak dinas pariwisata telah menerapkan digital tourism yang berupa aplikasi digital platform go mandalika yang sudah memuat informasi lengkap tentang pariwisata yang dibutuhkan wisatawan sehingga akan sangat memudahkan wisatawan untuk menentukan tempat wisata yang akan dituju. Kemudian pada digital platform go mandalika bukan hanya digunakan sebagai media promosi namun pihak

dinas pariwisata memiliki peran untuk menentukan topik dan bahan yang akan di input pada digital platform go mandalika. Sesuai dengan pernyataan dari ibu annisa dimana beliau mengungkapkan bahwa :

“Go mandalika bukan hanya sebagai media promosi akan tetapi dinas pariwisata bertindak untuk mempromosikan atau menyiapkan bahan promosi pariwisata kabupaten Lombok tengah bersama dengan pelaku wisata dan pelaku ekonomi kreatif untuk berkontribusi dalam aplikasi berbasis web tersebut, selain aplikasi berbasis web dinas pariwisata juga memiliki sosial media sebagai media komunikasi misalnya diadakan event, CFN maka akan di upload di sosial media tersebut serta konten-konten yang dibuat oleh tim kreatif dengan tujuan membantu desa-desa wisata untuk mempromosikan produk wisata”.

Kemudian dari penuturan di atas disimpulkan bahwa penerapan digital tourism ini memiliki dampak positif sebagai media promosi wisata contohnya melalui digital platform go mandalika yang menyediakan informasi terkait pariwisata yang bertujuan memudahkan wisatawan. Kemudian dinas pariwisata juga menyediakan media sosial untuk menginformasikan kepada para pengunjung wisata jika ada event atau konten-konten menarik lainnya seputaran pariwisata. Selain itu, Ibu Annisa juga menuturkan bahwa :

“Aplikasi yang digunakan bukan hanya berfokus pada wisata kuta mandalika akan tetapi semua desa wisata akan di fasilitasi untuk mendukung pengembangan SDM sehingga dapat melakukan promosi secara mandiri, selain dari fasilitas yang diberikan, dinas pariwisata berupaya untuk menarik engagement melalui media sosial, dinas wisata juga melakukan kerja sama dengan pihak pentahelix contohnya dengan akademisi dimana pihak dinas pariwisata telah menandatangani MOU dengan undigma, polkekpar dll”. Dari pernyataan di atas menjelaskan bahwa penerapan platform go mandalika bukan hanya ditujukan untuk wisata kuta mandalika namun juga untuk desa wisata lainnya yang bertujuan untuk membantu desa-desa wisata tersebut dalam mempromosikan wisata yang ada. Kemudian selain dari aplikasi berbasis web tersebut pihak dinas pariwisata juga memiliki media sosial yang digunakan sebagai media promosi dengan menampilkan konten-konten yang menarik sehingga membuat para wisatawan tertarik untuk berkunjung pada tempat wisata. Kemudian dinas pariwisata juga melakukan kerjasama dengan pihak pentahelix dalam upaya pengembangan wisata.

Dalam model pentahelix pihak akademisi memiliki peran dalam menentukan dan menilai potensi desa wisata dengan memanfaatkan SDM untuk meningkatkan potensi desa wisata melalui digital tourism. Dalam penerapan digital tourism tentu akan ada kendala tersendiri yang dihadapi terutama masyarakat awam yang sebagian besar belum memahami dan menerapkan digitalisasi sebagai media promosi wisata. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan ibu Ruwaida Fajriasanti, S.T., M.P.Par. selaku pihak akademisi, dimana beliau menyatakan bahwa :

“Digital tourism merupakan pemanfaatan teknologi digital untuk mengelola destinasi pariwisata, dari pengertian tersebut maka salah satu tantangan yang akan dihadapi yaitu dari segi infrastruktur, misalnya harus tersedia jaringan internet yang memadai diseluruh kawasan sehingga wisatawan bisa mengakses internet dari manapun bukan hanya saat berada di hotel atau di kafe yang ada di mandalika, misalnya di bukit marese, pantai mawun harus tersedia jaringan wifi sehingga infrastruktur sangatlah penting, kemudian di pantai kuta mandalika sendiri penerapan digital tourism pada segi penyediaan informasi masih sangat sedikit karena mungkin saja dari adanya media teknologi pengunjung dapat mengetahui kondisi cuaca dan tingginya gelombang pada wisata yang di tuju atau berupa aplikasi yang harus dikembangkan di wisata kuta Mandalika untuk memudahkan wisatawan saat berada di wisata”.

Dari pernyataan diatas diketahui bahwa dari penerapan digital tourism tentunya akan ada kendala yang dihadapi contohnya yaitu di bidang infrastruktur yang memiliki peranan peting dalam penggunaan digital tourism yang memerlukan jaringan internet untuk mengaksesnya. Banyak tempat wisata yang memiliki akses internet jelek sehingga para pengunjung wisata akan kesulitan untuk menggunakan jaringan internet. Hal ini tentu akan berpengaruh terhadap jumlah pengunjung wisata. Penerapan digital tourism di kuta mandalika memiliki peranan penting, bukan hanya sebagai media promosi akan tetapi media yang memudahkan wisatawan untuk memperoleh informasi penting yang ada di wisata kuta mandalika seperti sebuah aplikasi yang digunakan untuk mengetahui keadaan cuaca, spot menarik di wisata kuta mandalika, keadaan kelomang dan lain sebagainya sehingga akan sangat membantu para pengunjung wisata. Kemudian beliau juga menambahkan bahwa :

“Kendala terbesar dalam pengembangan digital tourism yaitu ketersediaan SDM, dalam mengembangkan sistem digital diperlukan SDM yang inovatif, SDM atau stakeholder harus memiliki pemahaman terhadap fungsi teknologi digital di sebuah destinasi, kemudian SDM harus memahami yang namanya digital tourism bukan hanya untuk mempromosikan dan memasarkan destinasi saja. karena sebagian besar pemahaman orang hanya sebatas itu akan tetapi, stakeholder juga harus memahami bahwa penerapan digital tourism dapat digunakan untuk mengelola pengalaman wisatawan sebelum, saat dan sesudah di destinasi wisata kuta Mandalika, sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi pengembangan wisata”

Di Kawasan mandalika sendiri ada yang namanya ITDC atau Injouney Tourizm Development Corporation yang bergerak dibidang pengembangan dan pengelolaan pariwisata. Pihak ITDC memiliki peran dalam proses pengembangan wisata kuta mandalika dengan menentukan Langkah dan konsep yang akan diterapkan dan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengembangkan wisata kuta mandalika salah satunya dengan menerapkan digital tourism sebagai media promosi. Seperti hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan bapak Adjad selaku pihak ITDC dimana beliau mengungkapkan bahwa :

“Dalam melakukan promosi pihak ITDC menggunakan media sosial salah satunya themandalika_lombok, kemudian pihak ITDC memiliki akun-akun yang digunakan untuk mengupload kegiatan dari event-event, selain media sosial ITDC membuat website sendiri yang bernama website injourney ITDC dan pengelolaan komplek pariwisata yang terintegrasi dalam website tersebut telah termuat visii-misi, struktur ITDC dan termasuk profile ITDC”.

Pernyataan beliau di atas disimpulkan bahwa pihak ITDC telah menerapkan digital tourism dalam proses promosi wisata melalui media sosial. Salah satu media sosial yang digunakan salah satunya melalui website resmi pihak ITDC yaitu themandalika_lombok dan injourney ITDC. Pada aplikasi atau website tersebut digunakan untuk memberikan informasi terkait profile wisata mandalika dan event-event yang ada di wisata kuta mandalika sehingga akan memudahkan para pengunjung yang mencari informasi sesuai dengan yang dibutuhkan tentang informasi wisata pantai kuta mandalika. Kemudian sebagai media promosi lainnya pihak ITDC juga memanfaatkan media aplikasi seperti IG, youtube, FB dan twitter. Kemudian bapak Abjad juga mengungkapkan tentang :

“ITDC berupaya menarik para investor untuk pengembangan digital tourism karena kurangnya dana untuk terus mengembangkan sebuah aplikasi yang dapat digunakan bukan hanya sebagai media promosi akantetapi juga menjadi media berinteraksi dengan wisatawan kemudian dapat digunakan untuk pendataan jumlah pengunjung sehingga pengelola wisata bisa mengetahui jumlah pengunjung apakah mengalami peningkatan atau penurunan sehingga bisa menjadi acuan untuk evaluasi kedepannya”. Dari hasil wawancara diatas diketahui bahwa program yang sedang dilakukan oleh pihak ITDC salah satunya dengan menarik para investor untuk membantu mendanai pengembangan digital tourism. Sehingga dari kegiatan tersebut diharapkan dapat menjadi media komunikasi dan evaluasi dalam pengembangan wisata kedepannya. Penerapan digital tourism sendiri memiliki peran penting untuk sebuah wisata. Dimana bisa dijadikan media promosi, informasi, komunikasi dan pendataan bagi pihak-pihak yang membutuhkan sehingga menjadi media pengembangan wisata.

Dipantai kuta mandalika sendiri terdapat banyak pelaku usaha sehingga akan terjadi tingginya tingkat persaingan antar pebisnis. Dari hal tersebut sangat diperlukan media promosi untuk memperkenalkan produk yang diperjualbelikan. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan ibu Dewi selaku UMKM di pantai kuta mandalika, beliau mengungkapkan bahwa : “Hambatan yang dihadapi oleh UMKM yaitu kekurangan modal, kemudian kurangnya wisatawan yang berkunjung pada UMKM tersebut disebabkan banyaknya jalan yang dilewati oleh wisatawan baik jalan menuju pantai maupun sirkuit atau bisa dikatakan bukan jalan utama wisata, selain itu juga disebabkan banyak pengunjung yang tidak mengetahui lokasi bazar UMKM ini karena kurangnya promosi dari pihak ITDC”.

Pernyataan di atas diketahui bahwa pihak ITDC sendiri kurang melakukan promosi sehingga hanya sedikit pengunjung yang datang di sekitar pelaku UMKM tersebut. Kurangnya penerapan digital tourism juga menjadi faktor penting yang akan mempengaruhi peningkatan penjualan karena dapat dijadikan media promosi. Kemudian wawancara juga dilakukan dengan bapak Jaya sebagai pelaku UMKM dimana beliau mengatakan bahwa : “Diharapkan kedepannya pihak pemerintah meningkatkan promosi di pantai kuta mandalika sehingga dapat menarik investor dan wisatawan asing untuk berkunjung ke wisata kuta mandalika melalui internet atau program-program promosi di media sosial, kemudian promosi yang dilakukan dapat disamaratakan untuk semua pelaku usaha tanpa berpihak pada tempat-tempat tertentu yang ada di wisata kuta Mandalika”.

Hasil wawancara di atas disimpulkan bahwa di pantai kuta mandalika masih kurang kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak pemerintah dan ITDC baik melalui media sosial maupun website dimana promosi yang dilakukan hanya ditempat-tempat tertentu saja sehingga para pelaku UMKM atau pedagang asongan sering kali tidak dilakukan promosi sehingga akan sedikit pengunjung yang tau keberadaan pelaku UMKM tersebut dan diharapkan kegiatan promosi yang dilakukan dapat dimeratakan.

Media memiliki peran penting dalam mempromosikan wisata dengan membuat konten-konten menarik seputaran wisata yang dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung wisata kuta mandalika dengan mengupload di media sosial seperti IG, youtube, FB, dan media sosial lainnya. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Mas Riyat selaku penggiat media promosi wisata kuta mandalika dimana beliau mengungkapkan bahwa :

“Keterlibatan media sangat diperlukan dalam pengembangan wisata khususnya di wisata kuta mandalika karena di jaman yang serba digital tentu akan memudahkan masyarakat untuk mengeksplor kekayaan wisata yang ada di daerah setempat yang membantu mempromosikan pariwisata, dengan adanya digital tourism informasi mengenai pariwisata dapat di akses dalam bentuk konten creator, video maupun dalam media-media baca seperti koran digital”. Hasil wawancara di atas diketahui bahwa media sendiri memiliki keterlibatan terhadap pengembangan wisata kuta mandalika dengan memanfaatkan digitalisasi sebagai media promosi dan menyajikannya dalam bentuk video-video yang menarik dan konten yang memperlihatkan kekayaan serta spot-spot menarik yang ada di kuta mandalika. Mas Riyat juga memaparkan bahwa :

“Untuk menarik minat pengunjung pihak media membagi dua jenis sistem promosi yang dilakukan melalui sistem digital yaitu dalam bentuk tulisan dan dalam bentuk video pendek atau vlog yang di buat semenarik mungkin sehingga dapat menarik minat pengunjung wisata kuta Mandalika, media sosial yang digunakan oleh bagian media berupa website, Facebook, IG, Youtube dan Twiter”.

Kesimpulan dari pernyataan beliau di atas yaitu pihak media menggunakan dua sistem promosi baik secara tertulis melalui website maupun video-video pendek yang di apload di youtube, FB, dan tiktok. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mempromosikan wisata kuta mandalika dengan menerapkan digital teorizm yang sesuai dengan masing-masing karakter individu, dimana ada orang yang lebih suka membaca disbanding menonton video begitupun sebaiknya ada yang lebeih suka promosi melalui video-video pendek dari pada membaca melalui website. Kemudian wawancara juga dilakukan dengan informan kedua yaitu bapak Rendi selaku penggiat media promosi wisata, dimana beliau menyatakan bahwa :

“bagian media juga memiliki peran dalam pengembangan pariwisata yaitu untuk mempromosikan wisata kuta mandalika dengan tujuan wisata kuta Mandalika dapat dikenal dan mendunia melalui media, terkait Kerjasama dengan pihak pemerintah pihak media sendiri belum menjalin kerjasam secara menyeluruh baik dengan dinas terkait atau pemerintah, media menjalin kerjasama dengan travel-travel yang ada di Lombok dengan tujuan pembangunan dan pengembangan wisata kuta mandalika yang juga berdampak pada peningkatan pendapatan travel-travel yang ada di Lombok, kemudian yang menjadi media promosi dalam pengembangan wisata kuta Mandalika seperti website karena sangat efektif untuk mempromosikan wisata kuta mandalika kemudian media pembuatan video pendek yang diapload di Instagram, tiktok, facebook, twiter, dan youtube yang banyak digunakan oleh generasi milenial dan gen-z sehingga akan meningkatkan sistem promosi yang dilakukan”. Dari pernyataan di atas disimpulkan bahwa kemajuan teknologi digital dapat memudahkan pihak media untuk memperkenalkan dan mempromosikan wisata kuta mandalika melalui website maupun media lainnya yang ditampilkan berupa video pendek yang dinilai cukup efektif untuk melakukan promosi yang memudahkan wisatawan untuk mengetahui lokasi atau spot-spot menarik yang ada wisata kuta mandalika. Media yang digunakan juga merupakan media yang banyak diakses dan digunakan oleh generasi milenial dan gen-z sehingga hal ini akan sangat diminati dan akan menarik minat pengunjung wisata kuta mandalika.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang dipaparkan oleh peneliti mengenai pengembangan promosi wisata kuta Mandalika melalui digital tourism dengan model pentahelix dikemukakan hasil penelitian bahwa pengembangan promosi wisata melalui digital tourism di wisata kuta Mandalika telah dilakukan melalui berbagai pengembangan aplikasi berbasis website dan melalui berbagai platform media sosial untuk mendukung promosi wisata kuta mandalika, selain hal itu secara bersama-sama kolaborasi melalui model pentahelix kerja sama antara pemerintah, akademisi, komunitas, pebisnis dan media telah memberikan dampak positif bagi perkembangan wisata kuta Mandalika. Penerapan digital tourism ini berfungsi sebagai media komunikasi, informasi, promosi serta pelayanan dalam pengembangan wisata kuta mandalika.

Pemerintah melalui dinas pariwisata telah melakukan digital tourism yang melalui pengembangan aplikasi berbasis website sejak tahun 2021 yang disebut dengan digital platform go mandalika yang memuat informasi tentang pariwisata. Selain aplikasi berbentuk web dinas pariwisata memiliki media sosial yang digunakan untuk mengupload informasi terkait event ataupun CFN. Dinas pariwisata juga menjalin kerjasama dengan pentahelix dengan menandatangani MOU sebagai upaya pengembangan digital tourism. Dalam penerapan digital tourism tersebut tentu penyediaan jaringan internet sangat diperlukan sehingga layanan ini dapat di akses kapanpun dan dimanapun. Selain itu juga penerapan digital tourism harus terintegrasi dengan memperhatikan segala aspek.

Akademisi dalam paradigma pentahelix berperan sebagai drafter dalam pengembangan promosi wisata kuta mandalika melalui digital tourism. Akademisi berperan sebagai peniali potensi dan mensertifikasi item dan kemampuan sumber daya manusia yang mendorong perluasan potensi suatu daerah. Dalam hal ini akademisi sudah banyak melakukan berbagai riset dalam menilai potensi yang ada di kuta mandalika dan memberikan ide berupa teori dan relevansi untuk mendukung pengembangan digital tourism di kuta mandalika. Seperti halnya ketersediaan SDM akademisi menyiapkan dan membantu pengembangan SDM di tempat tersebut dengan menggelar pelatihan dan pengabdian kepada masyarakat serta memberikan ide-ide model pengembangan yang baik untuk kemajuan pariwisata kuta mandalika.

Dalam pengembangan wisata kuta Mandalika diperlukan aplikasi yang dapat memuat informasi dan pengalaman pengunjung sebelum, saat dan sesudah berada di wisata kuta Mandalika sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi pengembangan wisata. Pihak ITDC selaku komunitas berfungsi sebagai katalisator yang memfasilitasi proses ekonomi dengan bertindak sebagai titik kontak atau mediator antara beberapa pihak sudah melakukan pengembangan digital tourism melalui berbagai media platform website maupun pemanfaatan media sosial yang disebut dengan themandalika-lombok selain itu terdapat media sosial dan website resmi ITDC yaitu website injourney ITDC yang memuat struktur, visi-misi dan profile ITDC. Selain itu juga komunitas ITDC juga berupaya menarik investor untuk menarik dana dalam pengembangan digital tourism di wisata kuta Mandalika.

Penerapan digital tourism sangat diperlukan salah satunya bagi pelaku bisnis yang berfungsi sebagai fasilitator tujuan profesional bisnis yakni untuk memberi nilai tambah dan mempertahankan pembangunan berkelanjutan. Pembangunan dan pengembangan digital tourism telah banyak dilakukan dengan promosi dan pemasaran produk pelaku bisni sehingga akan mempengaruhi peningkatan pendapatan masyarakat sebagai tujuan pembangunan berkelanjutan. Namun di beberapa tempat di kuta mandalika pengembangan tersebut masih kurang berdampak diantara para pebisnis atau pedagang sehingga menyebabkan penurunan pendapatan yang dikarenakan sebagian besar pengunjung yang tidak mengetahui keberadaan

bisnis tersebut. Selain itu juga faktor promosi yang belum dijalankan dengan seksama dan secara signifikan dikembangkan membuat pemanfaatan teknologi khususnya digital tourism menjadi tidak efisien dan efektif.

Kemudian pihak media memiliki peran penting selaku expander, media berperan dalam membantu surat kabar dengan promosi merek dan penciptaan citra dalam mempromosikan wisata kuta mandalika melalui pembuatan video pendek di media sosial seperti Facebook, IG, YouTube dan Twitter yang banyak digunakan oleh orang-orang termasuk generasi milenial dan gen-z. Pembuatan video-video pendek merupakan bentuk promosi pihak media dengan menampilkan sisi keindahan alam kuta mandalika dan memberikan informasi terkait produk usaha yang ada di kuta mandalika

Penerapan digital tourism dalam pengembangan promosi dilakukan melalui media sosial, website dan form yang dipegang oleh pihak pengelola wisata. Penggunaan media sosial ditujukan untuk memberikan informasi penting seputaran wisata baik dalam bentuk tulisan maupun video pendek. Kemudian video yang dibuat oleh tim media akan di upload pada Facebook, IG, YouTube dan Twitter yang banyak digunakan oleh orang-orang termasuk generasi milenial dan gen-z. Melalui promosi tersebut dapat memperkenalkan dan menarik wisatawan untuk berkunjung di wisata kuta Mandalika. Jadi kesimpulannya melalui pengembangan digital tourism dengan model pentahelix ini dapat dijadikan sebagai suatu acuan media promosi dan komunikasi dalam mengembangkan wisata kuta Mandalika dengan melibatkan beberapa aktor penting yang ikut berperan dalam penerapan promosi melalui digital tourism.

DAFTAR PUSTAKA

- A., Basit (2021), Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Di Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah (Halal Tourism Development Strategy In Kuta Mandalika, Central Lombok Regency. *Tourism scientific journal*, 7(1), 130-154. DOI: 10.32659/tsj.v7i1.143
- A., Nujum, Marten R.P., & Theresia N.K., (2024), Penerapan Model Penta-Helix Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Di Kota Kupang. *Jurnal manajemen pariwisata dan perhotelan*, 2(2), 268-279. DOI : <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v2i2.3064>
- A., Rochaeni, Yamardi, & Noer A., Fujilestari, (2022). *Meorepublica: Jurnal ilmu pemerintahan*, 4(1), 124-134. DOI : <https://doi.org/10.52423/neores.v4i1.38>
- Astuti, P., Ashari, W. K., Ouktafia, F., Wahyudi, D., Jailani, M. A., & Zitri, I. (2023). Strategi Peningkatan Daya Tarik Di Destinasi Tanjung Bias Desa Senteluk Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Paradigma (Jp)*, 12(2).
- Andayani, S., Zitri, I., & Darmansyah, D. (2024). Pengaruh akuntabilitas dan transparansi dana desa terhadap tingkat kepercayaan masyarakat di kelurahan Punia Mataram. *Journal Law and Government*, 2(1), 8-19.

- Akademi, J., & Medan, P. (2019). <https://doi.org/10.36983/japm.v7i2.45>. 7(2), 11–24.
- Basit, A. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah. *Tourism Scientific Journal*, 7(1), 130–154. <https://doi.org/10.32659/tsj.v7i1.143>
- Branding, S., Pariwisata, B., Ayu, I. G., Nadya, A., Intan, A. A. S., Citra, A. A. I., Axel, E., Laure, F., Luh, N., & Dewi, Y. (2022). DIGITAL TOURISM DI KABUPATEN GIANYAR. 6(1), 53–66.
- Peran Pentahelix Dalam Pembangunan Pariwisata yang Berkelanjutan. (2023, 20 November). DISPAR Ciamis. <https://dispar.ciamiskab.go.id/2023/11/20/peran-pentahelix-dalam-pembangunan-pariwisata-yang-berkelanjutan/>
- Githa Girindra, I. A. (2020). Sendang Biru Tourism Penciptaan Value Creation Sebagai Optimalisasi Pengembangan Potensi Wisata Bahari Berbasis Penta Helix Model. *Jurnal Widya Publika*, 8(2), 142–162. <https://doi.org/10.47329/widyapublika.v8i2.646>
- H., Ernawati & K., Hananto, Pariwisata Digital: Perspektif dan Agenda Riset Masa Depan, *Kepariwisataan : Jurnal Ilmiah*, 17(2), 144-156.
- Hardani, M. I. D. (2021). Dampak Konsep Penta Helix Terhadap Perkembangan Objek Wisata Embung Tanjung Anom Di Lampung Tengah. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/5172/>
- Primadany, S. R., Mardiyono, & Riyanto, Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk), *Jurnal administrasi publik*. 1(4), 135–143.
- Kediri, K. (2023). *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP) Analisis Pengembangan Desa Wisata Berbasis Penta Helix di Desa Jambu*. 9(1), 21–30.
- Ibrahim, I., & Zitri, I. (2023). Peran Badan Usaha Milik Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pada Kawasan Pertambangan Emas Di Sumbawa Barat. *Jurnal Humanitas: Katalisator Perubahan Dan Inovator Pendidikan*, 10(1), 87-96.
- Iskandar, S., Zitri, I., & Pratama, I. N. (2024). Socioeconomic-Based Management Strategies for Industrial Areas in West Sumbawa Regency. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 19(9).
- Kurniansah, R., & Purnama, J. J. (2020). Komponen-Komponen Pendukung Pariwisata Kuta Lombok Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 6(1), 1–6. <https://doi.org/10.30813/jhp.v6i1.2029>
- M., A, Hakim (2022), Strategi Pentahelix Pada Perencanaan Pariwisata di Desa Hegarmukti, Cikarang, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, 4(1), 33-41.
- Muhammad I., Dwi H., (2021), Dampak Konsep Penta Helix Terhadap Perkembangan Objek Wisata Embung Tanjung Anom Di Lampung Tengah Skripsi IAIN Metro, Metro.

- P., Ishak & N., Lazimatul H., Sholehah (2021), Implementasi Model Pentahelix Dalam Pengembangan UMKM Dimasa Pandemi Covid-19, *Gorontalo Accounting Journal* 4(2), 207-224.
- Rahman, A. F. B., & Zitri, I. (2023). Collaborative Governance Dalam Perkembangan Pariwisata Di Kawasan Senggigi Kabupaten Lombok Barat. *Nusantara Hasana Journal*, 3(2), 144-159.
- Publik, D. A., Diponegoro, U., Publik, D. A., & Diponegoro, U. (2012). Mahasiswa Prodi S1 Administrasi Publik, Departemen Administrasi Publik, Universitas Diponegoro Dosen Prodi S1 Administrasi Publik, Departemen Administrasi Publik, Universitas Diponegoro.
- Pemerintah Provinsi NTB. (2019, 15 Agustus). KEK Mandalika Akan Didukung Teknologi Canggih. <https://ntbprov.go.id/post/program-unggulan/kek-mandalika-akan-didukung-teknologi-canggih-ramah-lingkungan>.
- Pemerintah Provinsi NTB. (2021, 3 Agustus). Pemprov NTB Launching Digital Pariwisata. <https://ntbprov.go.id/post/pemprov-ntb-launching-digital-pariwisata>.
- Rahu, P. D. (2021). Kolaborasi Model Pentahelix dalam Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya. *Ilmu Sosial, Politik Dan Pemerintahan*, 10(1), 13–24.
- Septadiani, W. P., Pribadi, O. S. I. ., & Rosnarti, D. (2022). Peran Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. *Universitas Trisakti. WIDYA PUTRI SEPTADIANI*, 22–31.
- Suroija, N., Asrori, M., & Nugroho, B. S. (2021). Strategi Pengembangan Ekowisata Dengan Model Pentahelix Pada Karang Jahe Beach Kabupaten Rembang. *Jurnal Perikanan* , 4(2), 849–858.
- W. P., Septiadiani et al (2022). Peran Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika, *Prosiding Seminar Intelektual Muda*, 22-31.
- Yanti, D., Politeknik, D., & Medan, P. (2019). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN DIGITAL TOURISM. *XXVII(April)*, 814–821.
- Rahmawati, S., Widayat, R. M., & Zitri, I. (2024, June). COLLECTIVE ACTION DINAS PARAWISATA DALAM PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI GUNA MENINGKATKAN INDUSTRI PARAWISATA DI KABUPATEN BIMA. In *SEMINAR NASIONAL LPPM UMMAT (Vol. 3, pp. 1094-1107)*.
- Wulandari, S., Hadi, A., Zitri, I., & Subandi, A. (2024, June). STRATEGI KELOMPOK SADAR WISATA DALAM PENGEMBANGAN OBYEK WISATA DENGAN MODEL PENTAHHELIX (STUDI KASUS PANTAI WANE KABUPATEN BIMA). In *SEMINAR NASIONAL LPPM UMMAT (Vol. 3, pp. 1085-1093)*.
- Suheldi, R., Zitri, I., Ali, M., & Jaelani, M. A. (2024). ENHANCING SENGGIGI AS A LOMBOK TOURISM DESTINATION: A DEVELOPMENT STRATEGY. *KOMUNITAS*, 15(1), 51-78.

- Naqiah, A., & Zitri, I. (2023). Collective Action Kelompok Sadar Wisata Desa Malaka Dalam Percepatan Pariwisata Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ranah Publik Indonesia Kontemporer (Rapik)*, 3(1), 1-14.
- Zitri, I., Rosiastawa, A., & Hadi, A. (2023). Mencapai Target Sustainable Development Goals (Sdg's) Di Desa Sermong Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat Tahun 2021. *Journal Of Social And Policy Issues*, 41-45.
- Zitri, I., Gushadi, A., & Subandi, A. (2023). Pariwisata Halal Di Nusa Tenggara Barat: Implementasi Dalam Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. *Journal Of Social And Policy Issues*, 113-120.
- Zitri, I., Lestanata, Y., & Pratama, I. N. (2020). Strategi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Obyek Wisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) (Studi Kasus Pulau Kenawa Di Desa Poto Tano Kecamatan Poto Tano Kabupaten Sumbawa Barat). *Indonesian Governance Journal: Kajian Politik-Pemerintahan*, 3(2).
- Zitri, I., Lestanata, Y., Darmansyah, D., Amil, A., & Umami, R. Inovasi Kebijakan Pengelolaan Sampah Sistem Zero Waste Di Nusa Tenggara Barat Model Pentahelix. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 21(1), 107-119.
- Zitri, I., Amil, A., & Lestanata, Y. (2024). Policy Communication on Twitter Social Media: Development of Sustainable Tourism Destinations in West Nusa Tenggara. *Jurnal Public Policy*, 10(1), 34-43.
- Zitri, I., Rifaid, R., Lestanata, Y., & Kurniawan, C. (2024). Navigating digital tourism governance: a case study of branding strategies in the Mandalika special economic zones. *Otoritas: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 14(1), 148-159.