

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI**

#### **2.1 Tentang Kemenparekraf/Baparekraf**

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia merupakan lembaga sektor pariwisata yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden dalam membantu menyelenggarakan urusan pemerintahan pada bidang pariwisata dan ekonomi kreatif sebagai tujuan pembangunan nasional.

Tata kelola pemerintahan Republik Indonesia kerap berganti hingga nama lembaga bidang pariwisata kerap berganti hingga akhirnya di tahun 2019 hingga sekarang menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Kemenparekraf berfungsi sebagai penetapan kebijakan, koordinasi pelaksanaan, pembinaan, pengelolaan, dan pengawasan serta pelaksanaan tugas pada bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.

Sama halnya dengan lembaga bidang pariwisata di tingkat Pemerintahan Kota, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga memiliki tugas dan fungsi yang serupa yaitu berjuang untuk menjadikan Indonesia sebagai pariwisata kelas dunia dan mengembangkan sektor pariwisata Indonesia yang berdaya saing tinggi.

#### **2.2 Tentang Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung**

Pemerintah pusat telah mengatur kepariwisataan dengan mengeluarkan keputusan presiden No. 30 Tahun 1986 yang berisi pertimbangan pembentukan kepariwisataan nasional. Lembaga tersebut memiliki tugas utama untuk menetapkan kebijaksanaan umum pada bidang kepariwisataan nasional, dan pada keputusan tersebut juga terdapat pembentukan direktorat jenderal pariwisata dalam suatu struktur organisasi departemen perhubungan.

Pada tahun 1969 dilanjutkan dengan pembentukan Badan Pariwisata Nasional (BAPARNAS) dengan tujuan untuk pembangunan yang lebih efektif dan berlanjut serta membantu Menteri Perhubungan dan Dirjen Pariwisata. Berdasarkan surat keputusan menteri perhubungan, dibentuklah Dinas Pariwisata di Tingkat Daerah dan tercatat dari tahun 1971 sampai dengan 1987 dengan nama kantor Pariwisata Daerah (KAPARDA). Pada tahun 1985 terdapat Peraturan Daerah mengenai Dinas

Pariwisata Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung yang mengalami perubahan di tahun 1999 menjadi Dinas Pariwisata Kota Bandung dan mendapatkan wewenang tambahan yang lebih luas dalam urusan biro perjalanan dan hotel berbintang yang ada apa Kota Bandung.

Dalam upaya memenuhi kewenangan berdasarkan UU No.2/1999 struktur organisasi dan tata kerja Dinas Pariwisata Kota Bandung mengalami perubahan dan berubah menjadi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung pada tanggal 4 Desember 2007. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung merupakan badan pemerintah yang bertugas melaksanakan urusan pemerintahan pada bidang kebudayaan, destinasi pariwisata, dan pengembangan ekonomi kreatif yang ada pada wilayah Kota Bandung.



### **2.3 Visi Misi Kemenparekraf/Baparekraf**

Kemenparekraf memiliki upaya untuk mengembangkan lingkungan dan kapasitas industri pariwisata di Indonesia yang memiliki daya saing tinggi. Kemenparekraf memiliki visi untuk menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan pariwisata kelas dunia, dengan misi mengembangkan destinasi pariwisata kelas dunia dan melakukan pemasaran berorientasi kepada wisatawan.

### **2.4 Visi Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung**

Dalam upaya pengembangan Pariwisata dan ekonomi kreatif Kota Bandung, berdasarkan dari yang tertulis di situs Disbudpar. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung memiliki visi dan misi sebagai berikut:

#### **VISI**

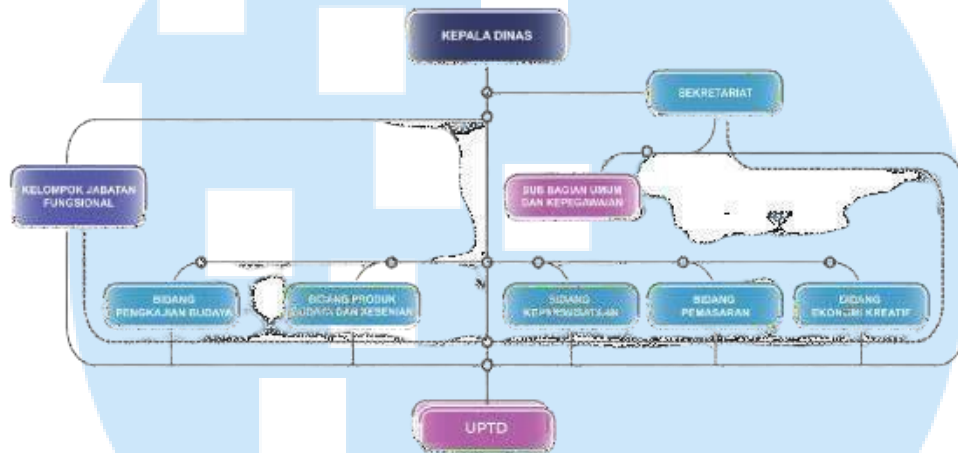
Kota Bandung sebagai Destinasi Pariwisata Perkotaan yang Kreatif, Berbudaya, dan Berakhlak Mulia.

#### **MISI**

1. Mewujudkan integrasi pembangunan kepariwisataan dengan pembangunan wilayah yang kreatif dan berlandaskan norma agama.
2. Mewujudkan lingkungan Daerah yang bersih, hijau, dan tertata rapi melalui penerapan pembangunan kepariwisataan berwawasan lingkungan.
3. Mewujudkan destinasi pariwisata perkotaan yang mampu memenuhi kebutuhan rekreasi dan pengembangan potensi masyarakat Daerah mewujudkan struktur industri pariwisata yang mampu berkontribusi dalam menggerakkan perekonomian lokal dan menciptakan lingkungan kota yang bersih dan hijau.
4. Mengembangkan pemasaran pariwisata yang terpadu dan bertanggung jawab dalam upaya menjadikan potensi kreatif masyarakat sebagai identitas pariwisata Daerah.
5. Mewujudkan sistem kelembagaan yang kuat dan sumber daya manusia yang kompeten dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian pembangunan kepariwisataan yang efektif.
6. Membangun iklim investasi yang kondusif bagi pengembangan pariwisata kreatif

yang berwawasan lingkungan.

## 2.5 Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung



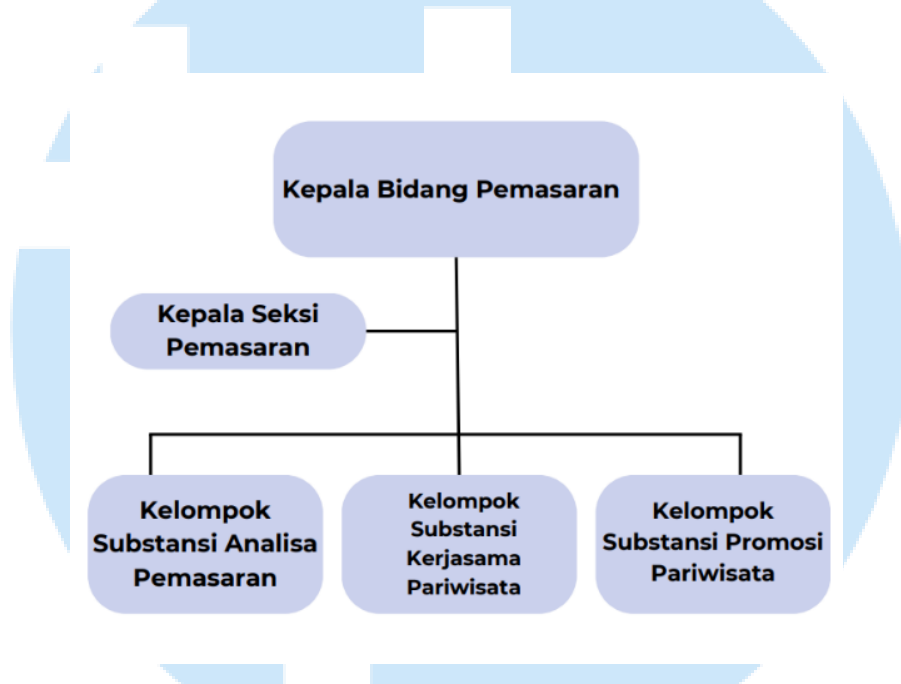
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Disbudpar Kota Bandung

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dipimpin oleh Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yang dibantu oleh Sub Bagian Umum dan Kepegawaian. Terdapat lima sub bidang, diantaranya Bidang Pengkajian Budaya, Bidang Produk Budaya dan Kesenian, Bidang Kepariwisata, Bidang Pemasaran, dan Bidang Ekonomi Kreatif. Secara garis besar semua bidang memiliki tugas membantu di lingkup produk budaya dan kesenian yang ada pada Kota Bandung.

Penulis melakukan kerja magang pada bidang pemasaran, bidang tersebut memiliki tiga kelompok substansi. Penulis berada di bagian Kelompok Substansi Promosi Pariwisata khususnya pada bagian Content Planning untuk promosi pariwisata Kota Bandung melalui media sosial. Pekerjaan difokuskan kepada bagian media sosial dan pelayanan *Tourist Information Center* (TIC). Selain membuat konten pada akun media sosial Instagram @tic.bandung, penulis juga turut serta melakukan survey untuk pembuatan konten, membuat proyek kolaborasi UMKM, melakukan kunjungan acara di Kota Bandung, serta menjadi *talent* untuk beberapa konten media sosial tersebut.

## Struktur Organisasi Bidang Pemasaran



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Disbudpar Kota Bandung

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Bidang Pemasaran memiliki peran mengembangkan pasar pariwisata dengan cara melakukan analisis terhadap pemasaran pada lingkup pariwisata, melakukan kerjasama pariwisata dan melakukan promosi pariwisata yang ada pada Kota Bandung. Pada kelompok substansi promosi pariwisata berfokus pada kegiatan-kegiatan yang dapat mempromosikan destinasi pariwisata atau UMKM yang ada pada Kota Bandung dengan cara melakukan pemasaran di media sosial terutama pada akun Instagram @tic.bandung. Konten yang dibuat berupa konten rekomendasi tempat-tempat yang sedang ramai didatangi oleh masyarakat lokal, acara di Kota Bandung, dan informasi seputar Kota Bandung yang menyangkut hal secara umum dan budaya. Berikut masing-masing *job description* yang ada pada Bidang Pemasaran berdasarkan data yang didapatkan dari situs Disbudpar Kota Bandung.

i. Kelompok Substansi Analisa Pemasaran

Kelompok Substansi ini melakukan analisa terhadap pasar pariwisata yang sedang diminati oleh turis dan warga lokal dan jumlah kunjungan yang datang sehingga dengan begitu dapat menentukan penyusunan teknis dan rencana program lingkup promosi pariwisata dan kerjasama wisata, dan melakukan pembinaan, monitoring, evaluasi, dan pelaporan lingkup promosi pariwisata dan kerjasama wisata.

ii. Kelompok Substansi Kerjasama

Kelompok substansi ini melakukan kerjasama secara internal dengan universitas yang berada di Kota Bandung, melakukan kerjasama dengan kota lain dan juga luar negeri seperti sister city yang memiliki kemiripan dengan Kota Bandung. Selain itu, melakukan pengumpulan dan pengalisan data lingkup wisata yang bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung serta melakukan pelaksanaan terhadap wisata yang bekerjasama dengan cara memfasilitasi dan melakukan kemitraan dalam melaksanakan pengembangan dan promosi pariwisata. Setelah itu membuat evaluasi dan pelaporan mengenai pelaksanaan kerjasama tersebut.

iii. Kelompok Substansi Promosi Pariwisata

Kelompok Substansi ini melakukan pengumpulan dan penganalisaan data yang ada untuk lingkup promosi pariwisata agar pelaksanaan promosi pariwisata dapat dilakukan berdasarkan data yang ada. Promosi Pariwisata juga memfasilitasi penyelenggaraan pameran atau event, pemasaran wisata, dan penyediaan informasi pariwisata untuk turis yang berkunjung atau warga lokal.