

## Strategi Komunikasi DISPARBUD Karawang Dalam Pengkomunikasian Gokar Siakngprabu Sebagai Media Informasi Pariwisata

### Communication Strategy of DISPARBUD Karawang in Communicating Gokar Siakngprabu as a Tourism Information Media

Dewi Yulianti<sup>1</sup>, Rastri Kusumaningrum<sup>2</sup>, Oky Oxygentri<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Singaperbangsa Karawang

Jl. HS.Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat, 41361

\*Email: [dewiyulianti7654@gmail.com](mailto:dewiyulianti7654@gmail.com)

#### ABSTRAK

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang merupakan instansi pemerintahan Kabupaten Karawang yang membuat sebuah inovasi teknologi komunikasi yaitu aplikasi Gokar Sikangprabu. Aplikasi Gokar Sikangprabu merupakan sebuah media informasi pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Karawang. Tujuan dibuatnya aplikasi ini ialah untuk meningkatkan minat dan pengetahuan masyarakat terhadap objek pariwisata dan budaya di Kabupaten Karawang. Namun sayangnya, masi sedikitnya masyarakat yang mengetahui dan menggunakan aplikasi ini. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang dalam penggunaan Gokar Sikangprabu agar dapat lebih dikenal dan digunakan oleh masyarakat luas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan menggunakan teori perencanaan Charles Berger. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang terdiri dari tiga tahapan yaitu perencanaan, implementasi, dan evaluasi.

**Kata Kunci:** Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang, Aplikasi Gokar Sikangprabu, Strategi Komunikasi.

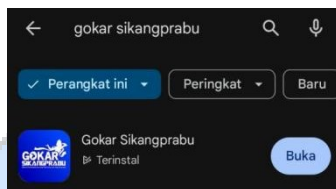
#### A.PENDAHULUAN

Informasi menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia. Beragam jenis informasi dibutuhkan, salah satunya informasi seputar pariwisata dan kebudayaan. Informasi pariwisata dan kebudayaan merupakan salah satu kebutuhan setiap manusia yang penting untuk dipenuhi karena dapat menjadi pengembangan pengetahuan dan pemahaman, peningkatan kualitas hidup, sekaligus sebagai pendorong pariwisata dan ekonomi di setiap daerah. Informasi pariwisata dan kebudayaan dijadikan sebagai salah satu cara untuk mengenalkan kekayaan yang dimiliki setiap wilayah (Rahmiani, 2021).

Kabupaten Karawang merupakan salah satu wilayah yang terletak di provinsi Jawa Barat yang memiliki banyak potensi dalam bidang pariwisata dan kebudayaan. Berdasarkan rekapitulasi data dan informasi kepariwisataan di Kabupaten Karawang tahun 2021, Karawang memiliki beragam

objek wisata yaitu wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata tirta, dan wisata keagamaan. Dari beberapa objek wisata dan budaya Kabupaten Karawang tentunya memiliki potensi untuk dikembangkan lebih jauh lagi. Tetapi juga harus ditunjang dengan informasi-informasi yang dapat di akses oleh masyarakat.

Dalam menunjang penyebaran informasi tersebut, diperlukannya media komunikasi yang dapat mempermudah dalam penyebaran informasi seputar pariwisata dan kebudayaan yang ada di Kabupaten Karawang. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang khususnya di bidang



pemasaran meluncurkan sebuah aplikasi sebagai media informasi pariwisata dan kebudayaan yaitu aplikasi Gokar Sikangprabu.

**Gambar 1. Tampilan Gokar Sikangprabu**

**Sumber:** <https://play.google.com/store/apps/details?id=id.go.karawangkab.disparbud.gokar>

Aplikasi Gokar Sikangprabu diluncurkan pada tanggal 13 Agustus 2021 oleh Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang. Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang merupakan bidang yang bertanggung jawab terhadap pemasaran seputar pariwisata dan kebudayaan. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi serta sejalan dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 132 Tahun 2020-2024 mengenai Arsitektur Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik Nasional yang mana didalamnya memuat mengenai pengaturan penyelenggaraan pemerintahan yang memanfaatkan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) untuk memberikan layanan kepada pengguna (BPK RI, 2022).

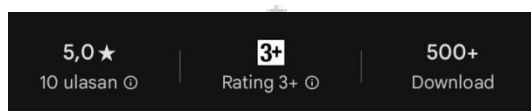
Berdasarkan hasil observasi pra-penelitian dengan Ibu Milda Rahmatillah, S.H. bahwa nama Gokar Sikangprabu sendiri diambil dari identitas Kabupaten Karawang yaitu Gokar atau Goyang Karawang. Sedangkan Sikang berarti seseorang laki-laki yang berasal dari suku Sunda dan untuk Siliwangi sendiri diambil dari Prabu Siliwangi. Di dalam aplikasi Gokar Sikangprabu ini terdapat berbagai fitur menarik yang dapat dijelajahi oleh masyarakat sebagai pengguna. Seperti fitur wisata alam, wisata buatan, wisata belanja, wisata kebudayaan, wisata kuliner, wisata religi, wisata sejarah, dan wisata industri. Selain itu juga terdapat fitur ekonomi kreatif, kalender *event*, dan berita-berita mengenai pariwisata dan kebudayaan.

Tidak hanya itu, Muhammad Hakim Kaimatullah, S.Kom yang merupakan salah satu staf divisi pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang menyatakan bahwa aplikasi ini bertujuan untuk memberikan informasi seputar wisata dan budaya yang ada di Kabupaten Karawang baik itu untuk masyarakat dalam maupun luar sehingga dapat menarik minat berwisata.

Namun, sayangnya sebagai media informasi pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Karawang dapat dikatakan belum memenuhi tujuan tersebut karena berdasarkan data yang diambil dari Google Play Store 2021, memperlihatkan sejak aplikasi ini dirilis tahun 2021 sampai dengan sekarang hanya 500 pengguna yang mengunduh aplikasi ini dan hanya 10 diantara 500 pengguna yang memberikan ulasan.

### Gambar 2 Data Download dan Ulasan Aplikasi Gokar Sikangprabu

Sumber: <https://play.google.com/store/apps/details?id=id.go.karawangkab.disparbud.gokar>



Data penggunaan aplikasi Gokar Sikangprabu tersebut dapat memperlihatkan masih sangat sedikitnya pengguna aplikasi Gokar Sikangprabu jika dibandingkan dengan jumlah masyarakat Kabupaten Karawang yang menunjukkan sebanyak 2.519.882 Jiwa berdasarkan data penduduk dari disdukcapil Kabupaten Karawang semester I tahun 2023 (Pemerintahan Kab.Karawang, 2023). Dengan perbandingan ini, menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Gokar Sikangprabu hanya sekitar 0,0198% dari masyarakat Kabupaten Karawang sendiri.

Berdasarkan hasil observasi pra-penelitian, ditemukannya fakta lain bahwa pada fitur *feedback* yang ada didalam aplikasi Gokar Sikangprabu hanya sedikit yang memberikan respon berupa *emoticon love* terhadap informasi wisata dan budaya yang ada di dalam aplikasi Gokar Sikangprabu. Rata-rata *feedback* yang diberikan hanya sekitar 8 *like* bahkan terdapat destinasi yang tidak mendapatkan *feedback* sama sekali.

Masalah-masalah ini akhirnya dapat diidentifikasi bahwa terdapat sebuah faktor yang menyebabkan ini bisa terjadi, yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai aplikasi Gokar Sikangprabu itu sendiri. Dari hasil survei *voling* yang telah dilakukan melalui akun instagram @karawanghitzz menunjukkan bahwa sebanyak 76% *followers* sebagai masyarakat memberikan jawaban tidak mengetahui adanya aplikasi Gokar Sikangprabu dan hanya 24% *followers* yang mengetahui aplikasi Gokar Sikangprabu.



**Gambar 3. Hasil Voling Pengetahuan Masyarakat Mengenai Aplikasi Gokar Sikangprabu di akun Instagram @karawanghitzz**

**Sumber:** @karawanghitzz

Hal ini perlu menjadi perhatian, karena menunjukkan masih rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai aplikasi Gokar Sikangprabu. Maka dari itu, diperlukannya strategi komunikasi yang lebih baik agar menghasilkan komunikasi yang efektif sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Charles Berger dalam teori perencanaan agar dapat mencapai tujuan komunikasi yang efektif menekankan dalam penyusunan pesan melibatkan komunikator sebagai pelaku komunikasi dan pesan melibatkan proses yang lebih kompleks. Dimana secara cermat pelaku komunikasi merancang pesan sesuai dengan tujuan dan situasi yang dihadapinya (Littlejohn & Foss, 2009).

Dalam konteks komunikasi, kegiatan ini tidak hanya dilakukan sebagai suatu proses semata, tetapi juga memiliki tujuan tertentu. Proses penyusunan dan penyebaran pesan adalah bagian dari suatu rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Lesmana, 2023). Menurut Charles, teori perencanaan muncul sebagai tanggapan terhadap konsep bahwa komunikasi adalah upaya mencapai tujuan tertentu. Individu berkomunikasi dengan tujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Littlejohn, Foss, 2009).

Seperti pada penelitian sebelumnya yaitu dari Nurik Romadani Prabowo, yang meneliti mengenai manajemen komunikasi matapanah *communication* Ngawi dalam penyelenggaraan *special event* yang juga menggunakan teori perencanaan Charles Berger. Dimana dalam penelitiannya tersebut mendeskripsikan bagaimana proses menejemen komunikasi matapanah *communication* Ngawi dalam penyelenggaraan *special event* di Ngawi. Penelitian ini juga menggunakan teori Charles Berger untuk mendeskripsikan strategi komunikasi Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang dalam penggunaan aplikasi Gokar Sikangprabu sebagai media informasi pariwisata dan kebudayaan. Namun, terdapat perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu

subjek, objek, dan fokus permasalahan karena sejauh ini penulis juga belum menemukan penelitian yang membahas mengenai aplikasi Gokar Sikangprabu, terlebih ketika dilihat dari permasalahan penelitian sehingga perlu dikaji lebih dalam sebagai media komunikasi informasi seputar Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang yang memiliki tujuan untuk meningkatkan informasi Pariwisata dan Kebudayaan.

Maka dari itu, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang dalam penggunaan aplikasi Gokar Sikangprabu sebagai media informasi pariwisata dan kebudayaan.

## **B. LANDASAN TEORI**

Teori perencanaan yang dikenalkan oleh Charles Berger adalah suatu kerangka konseptual yang menekankan bahwa dalam komunikasi, penyusunan pesan melibatkan pelaku komunikasi dalam perencanaan strategis untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif. Penyusunan pesan melibatkan proses yang lebih kompleks, di mana pelaku komunikasi secara cermat merancang pesan sesuai dengan tujuan dan situasi yang dihadapinya (Littlejohn, Foss, 2009). Dalam konteks komunikasi, kegiatan ini tidak hanya dilakukan sebagai suatu proses semata, tetapi juga memiliki tujuan tertentu. Proses penyusunan dan penyebaran pesan adalah bagian dari suatu rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Lesmana, 2023). Menurut Charles, teori perencanaan muncul sebagai tanggapan terhadap konsep bahwa komunikasi adalah upaya mencapai tujuan tertentu. Individu berkomunikasi dengan tujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Littlejohn, Foss, 2009).

## **C. METODE**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Frankel & Wallen menjelaskan bahwa karakteristik penelitian kualitatif mencakup latar belakang yang alamiah, peneliti sebagai instrumen kunci, sifat deskriptif, penekanan lebih pada proses daripada hasil, analisis data bersifat induktif, dan lebih menitik beratkan pada makna (Fadli, 2021). Alasan peneliti memilih desain penelitian deskriptif kualitatif karena peneliti ingin mendeskripsikan keadaan yang akan diamati di lapangan dengan lebih spesifik, transparan, dan mendalam. Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan situasi atau kejadian sehingga data yang akan terkumpul bersifat deskriptif untuk mengidentifikasi strategi komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam penggunaan Aplikasi Gokar Sikangprabu sebagai media informasi Pariwisata dan Kebudayaan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui wawancara mendalam. Dimana wawancara mendalam bertujuan untuk memperoleh keterangan langsung dari informan terkait dengan permasalahan penelitian (Kusumatuti & Khoiron, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara bertatap muka secara langsung di kantor Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata

dan Kebudayaan Kabupaten Karawang pada tanggal 31 Mei 2024 dengan informan-informan dalam penelitian yang telah ditetapkan.

Selain itu, peneliti juga melakukan observasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi partisipasi pasif, dimana peneliti tidak ikut serta melibatkan diri atau berpartisipasi tetapi hanya mengobservasi kegiatan yang dilakukan oleh kelompok yang diteliti (Abubakar, 2021).

Peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi. studi dokumentasi ialah dengan mengkaji dokumen-dokumen yang menjadi topik penelitian. Dokumen tersebut seperti surat, notulensi rapat, arsip foto, notulensi jurnal, buku harian, dan lain-lain (Wasil, 2022). Dalam penelitian ini penulis mengambil dokumen berupa gambar yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

Tidak hanya itu, juga menggunakan studi kepustakaan. Menurut Nazir dalam Sari (2020), studi kepustakaan adalah suatu teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku-buku ilmiah, literatur, catatan, serta berbagai laporan, buku tahunan, dan beragam sumber tertulis lainnya yang relevan dengan permasalahan dalam penelitian (Wasil, 2022). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan buku-buku ilmiah, artikel ilmiah, buku tahunan yang sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti.

Informan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan dalam penelitian ini yaitu Staf atau yang menjadi tim dalam perumusan strategi komunikasi aplikasi Gokar Sikangprabu dari Bidang Pemasaran. Sehingga didapatkan empat informan dalam penelitian ini yaitu Milda Rahmatillah, S.H., Muhammad Hakim Kaimatullah, S.Kom., Handy Agus Widagdo, S.H., dan Abdul Yusuf.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan model mengalis dari Miles dan Huberman yang mencakup tiga aspek yaitu data *reduction* atau reduksi data, data *display* atau penyajian data dan *verification* atau penarikan Kesimpulan (Murdiyanto, 2020).

## **D.HASIL DAN PEMBAHASAN**

Selaras dengan teori perencanaan yang dikembangkan oleh Charles Berger, bahwa pelaku komunikasi dihadapkan untuk merencanakan strategi agar dapat mencapai tujuan komunikasi yang efektif (Littlejohn & Foss, 2009). Maka, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapatkan bahwa tim Gokar Sikangprabu Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang merumuskan strategi komunikasi dalam penggunaan aplikasi Gokar Sikangprabu yang meliputi tiga tahapan yaitu tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi.

### **1. Perencanaan Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang Dalam Penggunaan Aplikasi Gokar Sikangprabu Sebagai Media Informasi Pariwisata dan Kebudayaan**

Dalam konsep teori perencanaan Charles Berger bahwa rencana-rencana menjadi gambaran dari rangkaian tindakan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Kusmayadi, Utamidewi, Kusumaningrum, 2022). Agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dalam tahap perencanaan yang dibuat oleh tim Gokar Sikangprabu Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang dalam penggunaan Gokar Sikangprabu sebagai media informasi pariwisata dan kebudayaan meliputi penentuan komunikator, mengenal khalayak atau target sasaran, menetapkan isi pesan atau bentuk konten dan narasi yang akan dibuat, bagaimana bentuk pengkomunikasian yang akan dilakukan, media apa yang akan digunakan, dan menjalin hubungan kerjasama untuk pengkomunikasian Gokar Sikangprabu agar bisa lebih meluas.

**a. Menentukan Komunikator**

Menentukan komunikator merupakan hal yang penting untuk dilakukan, karena komunikator memiliki peranan yang penting dalam sebuah pengkomunikasian. Selain itu, komunikator juga sebagai sumber serta kendali dari semua aktifitas komunikasi yang dilakukan (Rahman, 2018). Sama seperti yang dilakukan oleh tim Gokar Sikangprabu yang mana menentukan komunikator untuk pengkomunikasian Gokar Sikangprabu. Informan Ibu Milda Rahmatillah, S.H., beliau mengatakan bahwa pada pengkomunikasian Gokar Sikangprabu, tim Gokar Sikangprabu Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang membagi menjadi tiga kategori yaitu admin akun Instagram Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang @disparbudkarawangkab oleh Muhammad Hakim Kaimatullah, S.Kom., pengkomunikasian langsung oleh Muhammad Hakim Kaimatullah, S.Kom., dan Handy Agus Widagdo, S.H., serta admin akun YouTube Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang @disparbudkabkarawang sekaligus membuat *desain* pamflet untuk papan televisi dan x-banner oleh Abdul Yusuf.

**b. Mengenal Khalayak**

Seorang komunikator perlu memperhatikan jenis dan latar belakang sebuah pembicaraan, mengingat tingkat pengetahuan dan pengalaman yang kompleks, serta mempertimbangkan keadaan tempat komunikasi berlangsung (Lesmana, 2023). Dalam mengenal khalayak tim Gokar Sikangprabu memperhatikan beberapa aspek yaitu cakupan yang akan dihadapi. Dalam pengkomunikasian agar dapat mencakup jangkauan yang luas tim memilih menggunakan media sosial seperti Instagram @disparbudkarawangkab dan YouTube @disparbudkabkarawang. Sementara ketika cakupannya lebih kecil menggunakan komunikasi secara langsung. Selanjutnya, tim juga memperhatikan usia khalayak dan siapa yang akan dihadapi agar pesan dapat tersampaikan dengan baik serta dapat dipahami oleh khalayak atau penerima pesan.

**c. Menyusun Pesan**

Penyusunan pesan dalam sebuah strategi komunikasi bertujuan agar dapat menarik perhatian publik melalui unsur pesan yang ditampilkan atau dikomunikasikan (Lesmana, 2023). Agar pesan dapat tersampaikan dengan baik mengenai penggunaan Gokar Sikangprabu, baik itu pesan didalam konten, komunikasi secara langsung, papan televisi, dan x-banner sama-sama menampilkan atau menjelaskan seperti apa itu Gokar Sikangprabu, bagaimana cara mengunduh dan *log in* aplikasi, sampai dengan apa saja yang ada di dalam aplikasi tersebut.

**d. Menerapkan Metode**

Dalam pengkomunikasian Gokar Sikangprabu oleh tim Gokar Sikangprabu Bidang Pemasaran, menerapkan metode *canalizing*. Dimana dalam metode ini komunikator memulai dengan memahami audiensnya dan menyampaikan ide-ide berdasarkan pada kepribadian, sikap, dan motivasi individu yang mana didalamnya termasuk kedalam metode informatif, persuasif, dan juga edukatif.

**e. Seleksi Penggunaan Media**

Seleksi penggunaan media dilakukan agar menghindari terjadinya kesalah pahaman (*noise*) dengan disesuaikan situasi dan kondisi khalayak (Lesmana, 2023). Terdapat empat seleksi media yang digunakan untuk pengkomunikasian Gokar Sikangprabu yaitu menggunakan media sosial Instagram dan juga YouTube Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang, komunikasi secara langsung, papan televisi, dan x-banner.

**f. Stakeholder Pengkomunikasian Gokar Sikangprabu**

Hubungan kerjasama ini dilakukan untuk memperluas pengkomunikasian mengenai Gokar Sikangprabu, yang mana bekerjasama dengan Diskominfo dan PPID Kabupaten Karawang. Pengkomunikasian tersebut dilakukan melalui akun Instagram Dikominfo dan PPID Kabupaten Karawang.

**2. Implementasi Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang Dalam Penggunaan Aplikasi Gokar Sikangprabu Sebagai Media Informasi Pariwisata dan Kebudayaan**

Setelah berdiskusi dan memilih strategi-strategi yang telah diputuskan, langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan strategi tersebut. Pada fase implementasi diperlukan kerjasama tim antar seluruh unit, kelompok, dan anggota organisasi. Implementasi strategi didasarkan pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya, yang ditentukan oleh tahapan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan sesuai dengan nilai-nilai perusahaan dan organisasi (Lesmana, 2023).



**a. Implementasi Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang Dalam Penggunaan Gokar Sikangprabu Informan Muhammad Hakim Kaimatullah, S.Kom.**

**Pengkomunikasian melalui akun Instagram** Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang@disparbudkarawangkab dilakukan dengan membuat postingan berupa pamflet yang mana didalam pamflet tersebut tentunya berhubungan dengan Gokar Sikangprabu, seperti menampilkan logo Gokar Sikangprabu, tampilan atau menu yang ada didalam aplikasi Gokar Sikangprabu, dan terdapat narasi yang menjelaskan tentang Gokar Sikangprabu sekaligus ajakan untuk mengunduh aplikasi Gokar Sikangprabu. Ketika materi-materi tersebut sudah siap selanjutnya masuk ke tahap pengeditan lalu pamflet tersebut bisa langsung di unggah di akun Instagram Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang @disparbudkarawangkab.

Dalam pengkomunikasian Gokar Sikangprabu, Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan juga bekerjasama dengan Diskominfo dan PPID Kabupaten Karawang untuk mengkomunikasikan Gokar Sikangprabu dengan cara *tag* akun Instagram PPID atau mengirimkan pamflet kepada staf PPID yang bertugas.

**Pengkomunikasian secara langsung** oleh Muhammad Hakim, S.Kom. dilakun kepada masyarakat, tamu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang, dan Mahasiswa/i yang melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Bidang Pemasaran. Dalam pengkomunikasian tersebut, Muhammad Hakim, S.Kom. menjelaskan sekaligus memberikan arahan mengenai penggunaan Gokar Sikangprabu.

**b. Implementasi Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang Dalam Penggunaan Aplikasi Gokar Sikangprabu Sebagai Media Informasi Pariwisata dan Kebudayaan Informan Handy Agus Widagdo, S.H.**

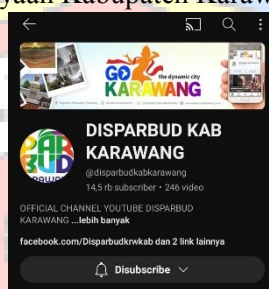
Bapak Handy Agus Hidagdo, S.H., bertanggung jawab untuk melakukan pengkomunikasian secara langsung kepada masyarakat atau tamu yang datang ke Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang. Pengkomunikasian ini dilakukan dengan cara menjelaskan untuk memberikan informasi kepada masyarakat atau tamu yang datang ke Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang.

Pengkomunikasian ini dilakukan dengan diawali menjelaskan apa itu Gokar Sikangprabu, cara untuk mengunduh, cara untuk *log in*, dan juga menjelaskan bahwa sanya didalam aplikasi tersebut terdapat beragam menu atau fitur yang bisa digunakan dan membantu pengguna untuk mencari informasi pariwisata dan kebudayaan yang ada di Kabupaten Karawang.

Selain pariwisata dan kebudayaan, Bapak Handy Agus Widagdo, S.H., juga menjelaskan bahwa terdapat informasi seputar ekonomi kreatif, berita seputar Kabupaten Karawang, dan lain sebagainya. Penjelasan tersebut dilakukan agar pesan dapat tersampaikan dengan baik, sehingga masyarakat atau tamu yang datang dapat mengetahui dan bisa menggunakan Gokar Sikangprabu sebagai media informasi pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Karawang.

**c. Implementasi Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang Dalam Penggunaan Aplikasi Gokar Sikangprabu Sebagai Media Informasi Pariwisata dan Kebudayaan Informan Abdul Yusuf**

Pengkomunikasian yang dilakukan oleh Abdul Yusuf yaitu melalui akun YouTube Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang @disparbudkabkarawang.



**Gambar 4** Tampilan Akun YouTube Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang @disparbudkabkarawang

**Sumber:** <https://youtube.com/@disparbudkabkarawang?si=K8ttNURdKya9h5mD>

Sebagai bentuk pengkomunikasian melalui akun Youtube Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang terdapat video mengenai tutorial penggunaan Gokar Sikangprabu yang berdurasi 9.03 menit. Video yang ditampilkan merupakan tutorial cara penggunaan aplikasi Gokar Sikangprabu.

Didalam video tersebut terdapat beberapa tutorial penggunaan Gokar Sikangprabu, diantaranya;

**1) Tampilan penjelasan mengenai apa itu Gokar Sikangprabu**



**Gambar 5.** Tampilan Penjelasan Mengenai Gokar Sikangprabu

**Sumber:** <https://youtu.be/oPeGPiyGxgo?si=FTDaikMLeatTD52J>

## 2) Cara mengunduh aplikasi Gokar Sikangprabu

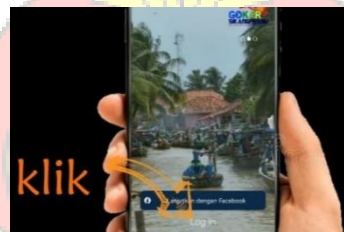


Gambar 6. Cara Mengunduh Aplikasi Gokar Sikangprabu

Sumber: <https://youtu.be/oPeGPlyGxgo?si=FTDaikMLeatTD52J>

Dalam tampilan cara mengunduh ini lengkap ditampilkan gambar dan dijelaskan dengan *voice over* mulai dari membuka Play store, ketik Gokar Sikangprabu di kontak *search* dan panduan untuk langsung mengunduh aplikasi Gokar Sikangprabu.

## 3) Cara masuk dan *log in* aplikasi Gokar Sikangprabu



Gambar 7. Cara Masuk dan *Log in* Aplikasi Gokar Sikangprabu

Sumber: <https://youtu.be/oPeGPlyGxgo?si=FTDaikMLeatTD52J>

Cara masuk dan *log in* aplikasi Gokar Sikangprabu dilengkapi dengan tutorial dari mulai masuk aplikasi, klik *log in*, masukkan nomor telepon, dan tunggu kode verifikasi melalui SMS agar dapat *log in* ke dalam aplikasi.

## 4) Masuk ke tampilan menu utama di dalam aplikasi Gokar Sikangprabu



Gambar 8. Tampilan Menu Utama di dalam Aplikasi Gokar Sikangprabu

Sumber: <https://youtu.be/oPeGPlyGxgo?si=FTDaikMLeatTD52J>

Tampilan menu utama di dalam video menampilkan seperti menu profil yang bisa di isi dan dilengkapi, tampilan menu beranda, menu destinasi yang dilengkapi dengan deskripsi destinasi wisata dan terhubung ke *google maps* agar dapat memudahkan masyarakat yang ingin berkunjung ke objek wisata tersebut.

### 5) Tampilan menu untuk membagikan



Gambar 9. Tampilan Menu Membagikan

Sumber: <https://youtu.be/oPeGPlyGxgo?si=FTDaikMLeatTD52J>

Tampilan menu membagikan ini berfungsi untuk membagikan foto-foto tempat destinasi wisata dan budaya yang ada di dalam aplikasi Gokar Sikangrabu.

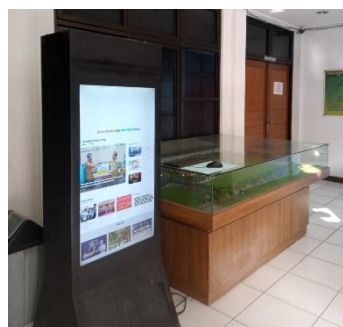
### 6) Tampilan destinasi berdasarkan kategori



Gambar 10. Tampilan Destinasi Berdasarkan Kategori

Sumber: <https://youtu.be/oPeGPlyGxgo?si=FTDaikMLeatTD52J>

Dalam tampilan destinasi berdasarkan kategori terdapat beberapa kategori diantaranya destinasi wisata alam, wisata belanja, wisata buatan, wisata kebudayaan, wisata kuliner, wisata religi, wisata sejarah, dan wisata industri.



**Gambar 11.** Tampilan Papan Televisi

**Sumber:** Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Pengkomunikasian Gokar Sikangprabu selanjutnya yaitu melalui papan televisi. Pengkomunikasian ini dilakukan dengan membuat pamflet yang didalamnya terdapat logo beserta dengan tampilan menu atau fitur yang ada di dalam aplikasi Gokar Sikangprabu.

Pengkomunikasian ini dilakukan sebagai upaya agar setiap masyarakat atau tamu yang berkunjung ke Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang dapat melihat secara langsung mengenai Gokar Sikangprabu.

Terdapat pula pengkomunikasian Gokar Sikangprabu melalui x-banner, namun belum terealisasikan sepenuhnya dan sudah memasuki tahap *desain* dimana menurut keterangan dari Abdul Yusuf bahwa didalam x-banner tersebut terdapat logo dan tampilan serta ajakan untuk mengunduh aplikasi Gokar Sikangprabu. Selain itu juga terdapat tampilan perkategori destinasi wisata yang ada di dalam aplikasi Gokar Sikangprabu. X-banner ini nantinya akan disimpan di lobi-lobi hotel beserta dengan tempat wisata yang ada di Kabupaten Karawang.

**3. Evaluasi Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang Dalam Penggunaan Aplikasi Gokar Sikangprabu Sebagai Media Informasi Pariwisata dan Kebudayaan**

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui kekurangan dan hal apa yang perlu diperbaiki atau bahkan diperbaharui (Lesmana, 2023). Tahap evaluasi yang dilakukan oleh tim Gokar Sikangprabu Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang yaitu dengan melakukan rapat ketika mendekati hari spesial seperti Ulang Tahun Kabupaten Karawang, rapat ketika akan ada pembaharuan atau rapat bersama pengelola usaha kepariwisataan dan masyarakat untuk mengevaluasi tahap implementasi pengkomunikasian Gokar Sikangprabu. Didalam rapat tersebut tidak hanya mengenai program pengkomunikasian, tetapi juga melakukan evaluasi terhadap staf yang bertanggung jawab dalam pengkomunikasian agar dalam pengkomunikasian Gokar Sikangprabu bisa lebih maksimal dan tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

Hal yang menjadi evaluasi dalam pengkomunikasian Gokar Sikangprabu yaitu dengan membuat x-banner sebagai bentuk untuk memperluas hubungan kerjasama diantara hotel-hotel dan juga tempat wisata yang ada di Kabupaten Karawang dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang.

## E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa didalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan memiliki tiga tahapan yaitu perencanaan, implementasi, dan evaluasi.

Tahap perencanaan strategi komunikasi Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang dalam penggunaan Gokar Sikangprabu yaitu dengan diadakannya rapat internal. Dalam rapat tersebut ditentukannya seperti komunikator, target sasaran, menetapkan isi pesan atau bentuk konten dan narasi seperti apa yang akan dibuat, bagaimana bentuk pengkomunikasian yang akan dilakukan, media apa yang akan digunakan, dan juga menjalin hubungan kerjasama untuk mengkomunikasikan Gokar Sikangprabu.

Tahap implementasi yang dilakukan oleh tim Gokar Sikangprabu Bidang Pemasaran dalam pengkomunikasian Gokar Sikangprabu yaitu Muhammad Hakim Kaimatullah, S. Kom. yang mengkomunikasikan melalui akun Instagram Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang @disparbudkarawangkab. Tidak hanya itu, juga dilakukannya komunikasi secara langsung bersama dengan Handy Agus Widagdo, S.H. Sedangkan Abdul Yusuf melakukan pengkomunikasian melalui akun YouTube Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang @disparbudkabkarawang. Abdul Yusuf juga membuat *desain* untuk papan televisi dan x-banner.

Tahap evaluasi yang dilakukan oleh tim Gokar Sikangprabu Bidang Pemasaran yaitu dengan mengadakan rapat evaluasi yang membahas mengenai implementasi strategi komunikasi yang sudah dilakukan agar kedepannya bisa lebih baik dan maksimal. Sebagai bahan evaluasi dari kegiatan pengkomunikasian Gokar Sikangprabu telah digarapnya x-banner agar dapat memperluas kerjasama dengan hotel-hotel dan tempat wisata budaya.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. Jl. Marsida Adisucipto Yogyakarta: Suka-Press Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- BPK RI. (2022). Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 132 Tahun 2022 tentang Arsitektur Pemerintah Berbasis Elektronik Nasional. Jakarta: Database Peraturan.
- Fadli, M, R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum. 21(1), 36.
- Kusmayadi, A, M ; Utami, D & Kusumaningrum, R. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Karawang Dalam Melayani Pengaduan Masyarakat Melalui *Website* Lapor. Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial. 9(4), 1187.
- Kusumatuti, A. & Khoiron, A. M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. Kota Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo Kota Semarang.

- Lesmana, F. (2023). Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Sumatera Utara Dalam Melakukan Sosialisasi Program Pencegahan Covid-19. Medan: Universitas Medan Area Medan.
- Littlejohn, W, S. & Foss, A, K. (2009). Teori Komunikasi (Edisi 9). Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Murdiyanto, E. (2020). Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal). Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta Press.
- Pemerintah Kabupaten Karawang. Jumlah Data Kependudukan Masyarakat Kabupaten Karawang 2023 Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. Satu Data Indonesia.
- Rahmiani. (2021). Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pandemi Covid-19 Melalui Media Penyiaran dan Media Digital Pada Masyarakat Leru. Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Rahman, A, H. (2018). Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Informatika Dan Statistik Dalam Mensosialisasikan Aplikasi E-Office Di Lingkungan OPD Pemerintah Provinsi Riau. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Sari, M & Asmendri. (2020). Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) dalam Penelitian Pendidikan IPA. Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA. 6(1), 43.
- Wasil, M. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. Padang Sumatera Barat: Pt. Global Eksekutif Teknologi.