

INOVASI DIGITAL PENGEMBANGAN DESA WISATA WAE REBO SEBAGAI CERMINAN GOOD GOVERNANCE MELALUI E-GOVERNMENT

Yusta Suryono Afri Teo¹⁾, Luh Putu Mahyuni²⁾

¹⁾Program Studi Magister Administrasi Publik, Universitas Pendidikan Nasional

E-mail: yustasuryonoafriteo@gmail.com

²⁾Universitas Pendidikan Nasional

E-mail: mahyuniluhputu@undiknas.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the development strategy of Wae Rebo village tourism and government innovations in creating digital tourist destinations as a reflection of good governance through e-government. This research used qualitative methods and was conducted in Wae Rebo Traditional Tourism Village in Satar Lenda Village, West Satar Mese District, Manggarai Regency, NTT Province. The sampling used was purposive sampling, there were 12 people from the government, tourism development institutions, traditional village leaders, business actors and tourists. Data collection techniques utilize interviews, observation and documentation. Data analysis was carried out through data collection, data reduction, data presentation, and inference. The study results found that the strategy carried out for the development of rebo village tourism was by forming a village development institution and supporting the private sector and government support to create promotional promotions through a unique website containing detailed and complete information about wae rebo tourism village. It is hoped that the website can increase tourist visits and reflect good governance through e-government. Future research is expected to examine the impact of implementing Wae Rebo village tourism promotion through the website.

Keywords : *digital innovation, strategy development, tourism village, wae rebo, good governance*

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi TIK, bukan hanya membawa dampak pada pemanfaatannya yang digunakan pada sektor swasta atau privat saja, namun pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) juga digunakan dalam lingkungan pemerintahan. Pendayagunaan TIK yang ada pada sistem pemerintahan, diharapkan dapat membawa sistem pemerintah yang transparansi, efisiensi, efektifitas dan akuntabilitas, sehingga kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dianggap salah satu cara yang sangat diperlukan pemerintah dalam peningkatan pelayanan, pendayagunaan serta menciptakan pengelolaan pemerintah yang transparansi, efisiensi, efektifitas dan akuntabilitas. Penggunaan TIK di dalam lingkungan pemerintah disebut *E- Government*. Perkembangan yang terjadi saat ini menuntut Pemerintah sebagai institusi publik untuk lebih terbuka terhadap dunia usaha dan memanfaatkan kemajuan TIK secara maksimal untuk meningkatkan kemampuan baik mengolah, menyalurkan serta mendistribusikan informasi dengan baik guna terciptanya pelayanan publik yang baik. Oleh karena peran Pemerintah berkaitan dengan kepentingan publik maka segala sistem informasi yang digunakan harus memenuhi syarat efisiensi, efektif dan ekonomis. Hal inilah yang menjadi dasar diterapkannya penggunaan teknologi dalam sistem informasi pemerintahan dalam mewujudkan reformasi sektor publik guna tercapainya pemerintah yang transparan, bersih dan

bertanggung jawab dengan segera melaksanakan proses transformasi menuju *e-Government* dan *Good Governance*.

Menurut (Teguh & Ciawati, 2019) pada era postmodern saat ini, terjadi berbagai perubahan dalam kehidupan masyarakat yang mempengaruhi dunia industri. Sebagai contoh terjadi peningkatan dalam hal pelayanan di bidang ekonomi, peranan media massa yang makin menguat, ketergantungan ekonomi dunia yang semakin meningkat, dan perubahan pada pola konsumsi masyarakat, hal ini tidak luput juga berdampak pada industri pariwisata. Menteri pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia yaitu Bapak Sandiaga Uno mengatakan pelaku digital marketing memiliki peluang besar untuk membawa Indonesia bangkit dari keterpurukan ekonomi, digitalisasi menghadirkan begitu banyak kreativitas. Berbagai konten di digital marketing yang viral di media social menunjukkan bahwa media digital sangat mendukung lahirnya kreativitas baru. Tren yang ada saat ini mengkondisikan para pelaku industri pariwisata untuk dapat melakukan pemasaran melalui *digital marketing* (Ihsan, 2020).

(Ikeda & Marshall, 2016) menyatakan bahwa inovasi pada bisnis merupakan hal efektif yang menjadikan perusahaan sukses dengan pendekatan inovasi yang berbeda dalam mendorong penciptaan sebuah nilai dan daya saing. Inovasi bisnis menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk memperkuat posisi perusahaan dalam pasar. Hal ini juga berlaku pada negara kita Indonesia, di mana percepatan inovasi juga berperan penting sebagai salah satu strategi kunci untuk memperkuat posisi negara Indonesia dalam persaingan bisnis di Asia Tenggara seperti yang dapat dilihat bahwa proyeksi pertumbuhan ekonomi dengan percepatan inovasi akan meningkat dari tahun ke tahun (Teguh & Ciawati, 2019).

Digital marketing merupakan suatu kegiatan inovasi pada promosi atau pemasaran sebuah *produk atau brand* yang dimiliki melalui media online atau internet. Tujuannya adalah agar dapat menarik calon konsumen secara cepat. Saat ini, banyak perusahaan menggunakan Teknologi digital atau internet sebagai tempat untuk melakukan pemasaran, ini dikarenakan Penggunaan Teknologi dan Internet di masyarakat sangat luas. Adapun keunggulan dari pemasaran digital jika dibandingkan dengan pemasaran konvensional adalah kecepatan penyebaran, kemudahan evaluasi, jangkauan lebih luas, murah dan efektif. Adapun jenis-jenis digital marketing adalah *website, search engine marketing, social media marketing*. Hal inilah yang menjadi landasan bahwa saat ini penggunaan digital marketing sangat bermanfaat dalam meningkatkan pemasaran daerah wisata di Indonesia.

Menurut (Kurnianti, 2018) pariwisata alternatif dengan *basic* menghargai dan menghormati lingkungan dan kebudayaan masyarakat merupakan faktor pendorong berkembangnya desa wisata di seluruh Indonesia. Salah satu pariwisata alternative yang terkenal di Indonesia adalah Desa Wisata Wae Rebo. Nama Kampung Wae Rebo berhasil menyita perhatian publik setelah mendapatkan penghargaan dari UNESCO. Wae Rebo merupakan desa adat terpencil dan misterius. Kampung ini terletak di desa Satar Lenda, Kecamatan Satar Mese Barat, Kabupaten Manggarai, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Berada pada ketinggian 1200 m keberadaannya yang misterius membuatnya layak disebut sebagai surga diatas awan. Kampung Adat Wae Rebo, berada dibalik hutan jauh dari daerah perkotaan, terdapat 7 (Tujuh) rumah utama yang biasa disebut Mbaru Niang atau rumah bundar, atapnya terbuat dari “wunut” atau ijuk, dengan sistem konstruksi ikat, sehingga dinilai mampu mencegah permasalahan mengenai konservasi lingkungan melalui tradisi lokal masyarakat setempat.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan (Yunikson & Pantiyasa, 2017) menyatakan bahwa pengembangan desa wisata Wae Rebo berdasarkan dari tingkat partisipasi masyarakatnya serta menyarankan pada penelitian mendatang untuk lebih meningkatkan promosi melalui media online dan media pendukung seperti televisi, surat kabar Internasional maupun mempromosikan langsung ke Negara asal wisatawan sehingga kunjungan wisatawan mancanegara semakin

meningkat. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Rahman, 2019) telah mencoba menggali Strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Manggarai yang bertujuan untuk terus berkomitmen mengembangkan kegiatan promosi Agar dapat meningkatkan daya kunjung *tourism* ke Kampung Adat Wae Rebo dengan cara menyebarkan brosur, melalui website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (DISPUDPAR), leaflet dan videotron agar dapat meningkatkan daya kunjung wisatawan ke Wae Rebo dari tahun ketahun, dalam penyebaran informasi ini Disbudpar Mangarai dibantu oleh Generasi Pesona Indonesia (Genpi) yang dimana komunitas ini adalah Komunitas Pecinta Pariwisata Indonesia. Sampai saat ini, belum ada penelitian mengenai Inovasi Digital Untuk Pengembangan Desa Kampung Adat Wae Rebo sebagai cerminan dari *E-Government*.

Dengan memahami semua perubahan yang sudah terjadi, dan memahami kecepatan perubahan yang begitu hebat, memahami zaman yang selalu berubah terutama mengenai potensi *digital marketing* dalam perencanaan pengembangan dan inovasi *digital* Desa Wisata Wae Rebo, maka Penelitian ini menarik dilakukan karena dapat memberikan kontribusi positif bagi aparat pemerintahan terkait perencanaan pengembangan dan inovasi digital Desa Wisata Wae Rebo, mempromosikan Desa Wisata Wae Rebo di *platform digital* dan dapat membangun *platform digital* seperti website Desa Wisata Wae Rebo. Yang dimana dampak yang dihasilkan adalah membuka pasar baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi, dapat mempersiapkan Desa Wisata Wae Rebo menghadapi era digital dalam hal promosi dan pemasaran untuk lebih dikenal oleh wisatawan lokal dan mancanegara juga menjadikan Desa Wisata Wae Rebo menjadi Wisata paling bergengsi dan paling diminati oleh wisatawan untuk dikunjungi, karena Desa Wisata Wae Rebo mempunyai potensi yang luar biasa selain rumah adat misteriusnya. Selain itu juga bisa mewujudkan tujuan dari reformasi birokrasi dimana dengan adanya e-government yang diterapkan diharapkan promosi tersebut lebih transparan, efektif dan efisien.

2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimaksudkan untuk menemukan dan mengerti apa yang ada dibalik fenomena yang akan diteliti. Metode kualitatif dapat memberikan rincian dan informasi yang sulit diungkapkan dalam metode kuantitatif. Sehingga hal ini menyebabkan diperlukannya terobosan metodologis yang mampu menciptakan alternatif konsep baru dari kombinasi antara perspektif yang diteliti dan perspektif peneliti itu sendiri. Pendekatan kualitatif diyakini mampu mengarahkan pencarian-pencarian konsep baru melalui intepretasi proses dan makna dari suatu fenomena yang selanjutnya dapat digunakan untuk membangun prediksi dan memberikan eksplorasi terhadap fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2018). Lokasi Penelitian mengenai Inovasi Digital Pengembangan desa wisata Wae Rebo ini dilakukan di Kampung adat Wae Rebo yang berada di Desa Satar Lenda, Kecamatan Satarmese Barat, Kabupaten Manggarai, Nusa Tenggara Timur. Kampung adat Wae Rebo adalah sebuah kampung tradisional yang berdiri berdasarkan kearifan lokalnya atau bentuk aslinya di Manggarai. Kampung adat Wae Rebo dikelola dengan baik dari sisi pariwisata karena dibimbing langsung oleh Indonesia *Ecotourism Network*. Adapun lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu destinasi wisata desa yang telah mendapatkan penghargaan dari UNESCO sebagai warisan Budaya dan belum memiliki invoasi promosi digital. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan teknik *purposive sampling* yaitu terdiri dari beberapa kelompok informan diantaranya dari Pemerintah, Pengelola dan Pelaku Wisata, Tokoh Pariwisata dan Wisatawan dan Masyarakat dengan total 12 infoman. Pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi di lapangan serta mengamati dokumen – dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis kualitatif merupakan data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah,

bagan, gambar dan foto (Moleong, 2017). Analisis data dilakukan melalui 4 tahap, yaitu data collection (pengumpulan data), *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *Conclusion Drawing / Verification* (Miles & Huberman, 1994).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

3.1.1 Diskripsi Obyek dan Subyek Penelitian

Desa Wisata Wae Rebo. Desa Wisata Wae Rebo berada di Kecamatan Satar Mese Barat, Kabupaten Manggarai, Propinsi Nusa Tenggara Timur. Kampung Adat Wae Rebo terletak pada ketinggian 1.100 meter diatas permukaan air laut. Keberadaannya yang diapiti oleh bukit yang asri dan diselimuti oleh awan membuatnya layak disebut sebagai surga diatas awan oleh wisatawan yang berkunjung ke Desa ini. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap 1 orang dari pemerintahan dan 2 orang dari kelompok tokoh Pariwisata. Untuk triangulasi, wawancara mendalam juga dilakukan terhadap 4 orang dari pelaku pariwisata dan 5 orang wisatawan. Adapun rincian detail mengenai posisi dan jabatan para informan dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1. Identifikasi Informan

Informan	Nama (inisial)	Jenis Kelamin	Kelompok	Usia (tahun)	Pekerjaan
1	SPJ	L	Pemerintah	57	Kepala Dinas Pariwisata
2	FMD	L	Tokoh Pariwisata	52	Ketua Lembaga pariwisata Wae Rebo
3	AND	L	Tokoh Pariwisata	71	Ketua adat kampung Wae Rebo
4	FDL	L	Pelaku Wisata	30	Pemandu Wisata
5	YNO	L	Pelaku Wisata	23	Pemandu Wisata
6	FDA	L	Pelaku Wisata	38	Pemandu Wisata
7	VOK	L	Pelaku Wisata	35	Pemandu Wisata
8	MCA	P	Wisatawan	27	PNS
9	RBH	L	Wisatawan	25	Pegawai Swasta
10	KDM	L	Wisatawan	21	Mahasiswa
11	BMT	P	Wisatawan	19	Mahasiswa
12	MPS	L	Wisatawan	28	PNS

Sumber: Hasil wawancara dalam pengumpulan data primer (2021).

3.1.2 Strategi Pengembangan Desa Wisata Wae Rebo

Berdasarkan dokumentasi dan wawancara kepada seluruh informan dapat dinyatakan bahwa strategi dalam pengembangan desa wisata wae rebo dilakukan oleh berbagai aspek lapisan masyarakat, lembaga swasta dan pemerintah. Salah satu upaya strategi dalam pengembangan desa wisata ini adalah dengan pembentukan lembaga Pelestarian Budaya Wae Rebo (LPBW) oleh warga adat desa wae rebo yang terdiri dari Pelindung/Penasihat adalah 4 orang Tokoh Adat, Pengurus sebanyak 4 orang yang terdiri dari Ketua, Wakil Ketua, Sekretaris dan Bendahara serta Ketua seksi sebanyak 5 orang yaitu Seksi Budaya, Kebersihan Lingkungan, Pelayan Tamu, Penerangan dan air minun serta Seksi Usaha.

Adapun fungsi dan tugas masing – masing bagian dalam LPBW untuk dapat mengembangkan pelayanan wisata dari desa wae rebo itu sendiri secara internal seperti yang tertuang pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Tugas Umum Anggota Lembaga Pelestarian Budaya Wae Rebo

No	Nama (inisial)	Jabatan	Tugas Umum
1	FMD	Ketua	Merancang, Mengelola dan memonitoring
2	WHR	Wakil Ketua	seluruh program dan kegiatan LPBW
3	YKP	Sekretaris	Mengelolah agenda program dan informasi LPBW
4	MOS	Bendahara	Mengelolah keuangan LPBW
5	KFM	Seksi Budaya	Pelestarian dan pentas senibudaya
6	NDT	Seksi Kebersihan Lingkungan	Mengelola lingkungan infrastuktur penunjang
7	MEI	Seksi Pelayan Tamu	Pengelolaan Akomodasi, Konsumsi, Pemanduan Wisata
8	GHN	Seksi Penerangan dan Air Minum	Mengelola penerangan dan air minum
9	MLO	Seksi Usaha	Pengembangan unit usaha LPBW

Sumber: data skunder (2021).

Dengan adanya LPBW maka memberikan manfaat langsung kepada sektor masyarakat adat desa wae rebo baik itu dalam segi ekonomi, sosial dan Budaya, Fokus strategi pengelolaan secara internal juga di tunjang dengan faktor eksternal lainnya seperti dari sisi kerja sama dengan Pihak Swasta, Lembaga lain dan Pemerintah. Adapaun skema kerjasama dengan pihak lain diantaranya adalah pihak swasta pada bidang usaha jasa pariwisata, LSM, Universitas serta Pemerintah.

Adapun dampak dari pembentukan LPBW dan kerja sama dengan pihak eksternal yang dirasakan cukup signifikan oleh masyarakat desa wae rebo diantaranya adalah:

1. Segi Ekonomi

Manfaat langsung yaitu peningkatan pemasukan dari pengelolaan rumah inap dan paket wisata, pemasukan dari kelompok Ibu – ibu yang memasak untuk makanan dan minuman serta penjualan souvenir, sedangkan manfaat tidak langsung dirasakan oleh petani, pedagang pasar dan tukang ojek.

2. Segi Lingkungan

Adanya pengadaan listrik tenaga surya, instalasi air bersih, toilet bersih, bioseptictank, jalan aspal, dan jalan setapak.

3. Segi Sosial Budaya

Adanya kenaikan jumlah anak Waerebo yang bersekolah, kembalinya keluarga muda ke kampung, adanya kontribusi dalam revitalisasi rumah adat, keberlangsungannya upacara adat dan berkembangnya kelompok kesenian.

Dari sisi pemerintah, Dinas Pariwisata Kabupaten Manggarai sudah melakukan rencana – rencana strategis pengembangan desa wisata yang dituangkan dalam RIPPARDA, adapun focus pemerintah adalah membangun daerah wisata yang berfokus pada Destinasi, Pemasaran, Industri dan Kelembagaan wisata. Tujuan RIPPARDA sendiri adalah:

1. Menciptakan Daerah sebagai destinasi wisata secara berkelanjutan dengan menfokuskan kepada pengembangan sumber daya pariwisata;
2. Memperluas jangkauan pasar di tingkat nasional dan internasional;
3. Memberikan nilai tambah secara kreatif bagi seluruh stakeholders kepariwisataan;
4. Mengembangkan berbagai usaha pariwisata berkelas internasional dengan melibatkan seluruh stakeholders termasuk masyarakat;
5. Meningkatkan kemampuan SDM pariwisata dalam konteks kompetensi pada tatanan manajerial dan operasional; dan
6. Menciptakan pelayanan yang berkelas internasional dengan sentuhan nilai-nilai kearifan lokal (bagi wisatawan dan stakeholders terkait lainnya).

Sedangkan dalam analisa Matrik SWOT adapun strategi yang dapat dihasilkan untuk mengatasi faktor Internal dan Eksternal dalam pengembangan desa wisata wae rebo adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis Matriks SWOT

Internal Eksternal	Kekuatan (<i>Strengths/S</i>)	Kelemahan (<i>weaknesses/W</i>)
Peluang (<i>opportunities/O</i>)	Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterlibatan masyarakat secara aktif mulai perencanaan hingga pelaksanaan dan evaluasi 2. Pengembangan program desa sesuai potensi budaya lokal 3. Pembentukan media pengelolaan dalam Desa Wisata 4. Promosi program Desa Wisata berbasis masyarakat 	Strategi yang meminimalisir kelemahan untuk memanfaatkan peluang: <ol style="list-style-type: none"> 1. Intensifikasi pendampingan masyarakat dalam setiap tahapan pengembangan desa wisata 2. Penguatan kelembagaan sosial ekonomi dan budaya masyarakat 3. Pengembangan usaha ekonomi kreatif masyarakat melalui inovasi 4. Memberikan pelatihan dan pemahaman kepada masyarakat tentang arah dan manfaat desa wisata bagi kehidupan
Ancaman (<i>Threats/T</i>)	Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman: <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan desa yang potensial yang berdekatan dengan Desa Kenderan 2. Peningkatan kualitas masyarakat dalam pengelolaan wisata melalui pelatihan teknis dan manajerial 3. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap desa wisata dan lingkungan 4. Penguatan kemitraan antar stakeholder 	Strategi yang meminimalisir kelemahan untuk mengatasi ancaman: <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan aksesibilitas dan infrastruktur penunjang yang memperhatikan prinsip budaya dan lingkungan

Sumber : data primer 2021

3.2. Pembahasan

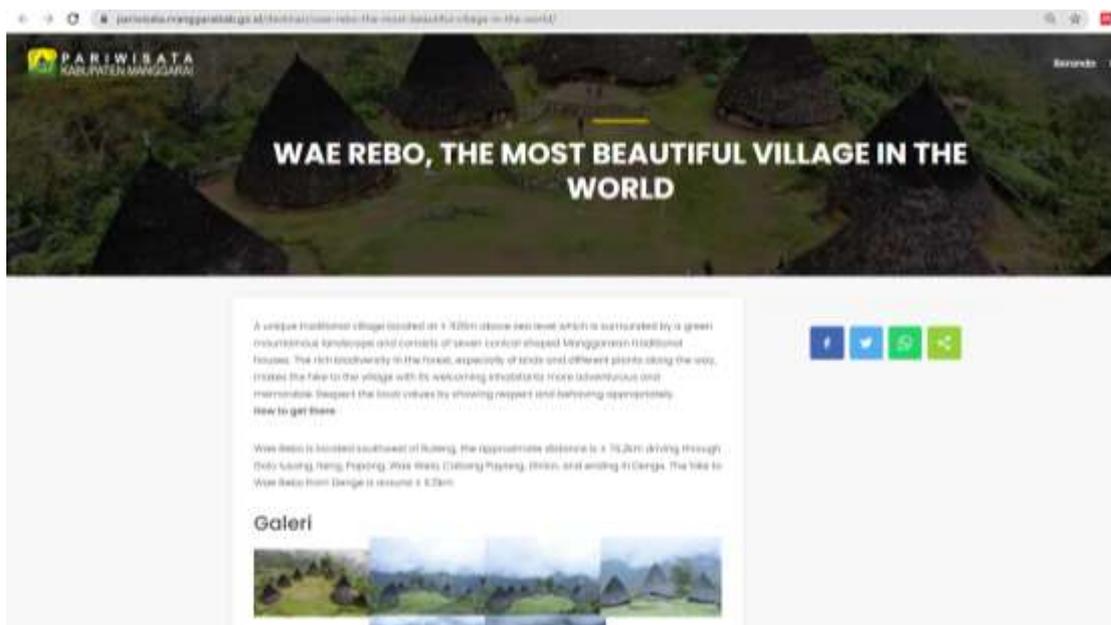
3.2.1 Transformasi dan Inovasi ke teknologi Digital pada Media Promosi Desa Wisata Wae Rebo sebagai cerminan *Good Governance* melalui *E-Government*

Upaya pemerintah dalam menjalankan reformasi birokrasi yang bertujuan untuk mewujudkan *good governance*. (Sedarmayanti, 2018) menyatakan bahwa salah satu prinsip dalam *Good Governance* adalah keterbukaan atau transparansi, untuk itu keterbukaan dalam pengembangan pariwisata sangat penting dilakukan sebagai cerminan pemerintahan yang baik. Pada implementasi kebijakan yang telah ditetapkan pada RIPPARDA Kabupaten Manggarai, dimana dalam pembangunan pemasaran pariwisata meliputi:

- a. Memantapkan skala prioritas penanganan pasar dan pemasaran pariwisata;
- b. Menetapkan citra destinasi pariwisata di Daerah yang berorientasi kepada pasar; dan
- c. Meningkatkan intensitas aktivitas komunikasi pemasaran yang kreatif dan up to date secara online serta offline.

Selama ini, pemerintah daerah maupun pusat telah melakukan beberapa terobosan dalam upaya peningkatan promosi destinasi wisata di kabupaten manggarai, khususnya pada desa wae rebo, hal ini dapat dilihat pada gencarnya kementerian pariwisata dalam memperkenalkan desa wisata wae rebo sebagai contoh diadakannya Aktivasi Gerakan BISA (Bersih, Indah, Sehat, Aman) bersama masyarakat desa wae rebo pada September 2020 lalu. Kementerian Pariwisata juga sudah menggebrak dunia dengan promosi wisata melalui instagram. Sekarang ini melalui Generasi Pesona Indonesia (Genpi) berhasil menciptakan tujuh destinasi wisata digital (*digital tourism*) serta paket wisata digital 100 tempat destinasi Indonesia yang indah dan fotogenik.

Dalam halnya pemerintah daerah, sesuai penelitian sebelumnya, promosi yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten manggarai dalam mempromosikan desa wisata wae rebo sudah banyak dilakukan, promosi tersebut menggunakan media periklanan dengan media cetak seperti flyer, leaflet, brosur yang dilakukan melalui personel selling dengan menggandeng pihak swasta yakni travel agent untuk memasarkan di pameran – pameran wisata baik itu di dalam maupun di luar negeri. Dalam kaitannya dengan inovasi digital marketing sesuai dengan tujuan RIPPARDA, saat ini pemerintah kabupaten manggarai hanya memanfaatkan website pemkab dengan url <https://pariwisata.manggaraikab.go.id/> untuk memberikan informasi mengenai wisata yang ada pada kabupaten manggarai termasuk desa wisata wae rebo seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Website Pemkab Manggarai mengenai informasi Desa Wae Rebo

Sayangnya informasi yang di dapatkan pada website tersebut sangat minim sekali, ada beberapa menu yang tidak berfungsi atau tidak ada kontennya seperti menu wisata alam, budaya, buatan, hotel, restoran, berita, event dan pengumuman. Informasi yang di dapatkan hanya wisata desa wae rebo dan tidak ada wisata lainnya. Pada website pun berisikan sekedar informasi mengenai desa wisata wae rebo yang sangat singkat dan informasi menuju kesana dari kota Ruteng, tidak ada penjelasan secara detail mengenai desa wisata tersebut serta pedoman untuk menuju kesana. Dengan demikian dapat dipastikan bahwa usaha pemerintah daerah dalam mendukung pemerintah pusat untuk menciptakan destinasi digital serta dalam menjalankan reformasi birokrasi melalui *e-government* belum berjalan dengan baik dan maksimal.



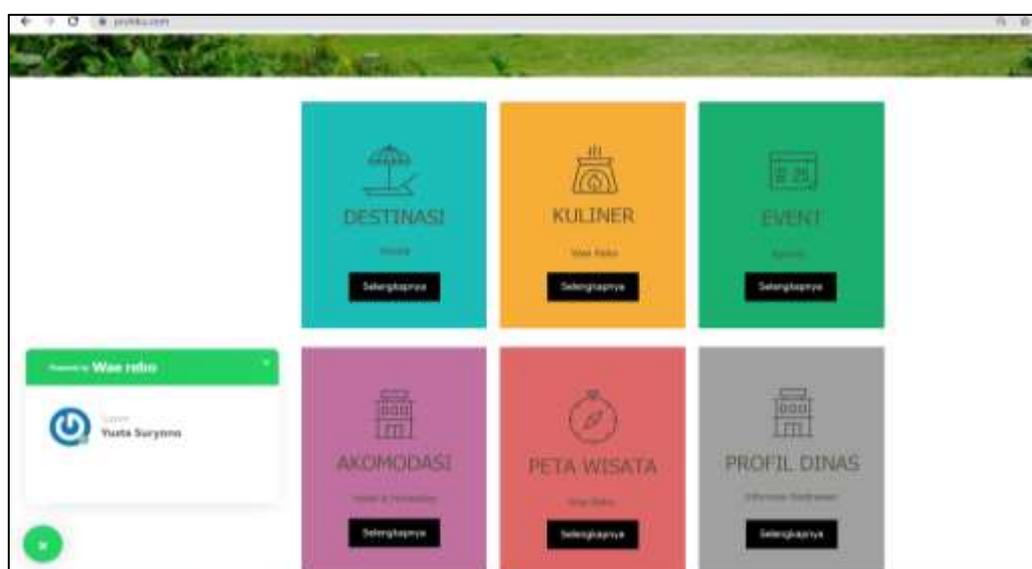
Gambar 2. Website khusus mengenai transparansi informasi wisata Desa Wae Rebo

Berdasarkan data yang diperoleh diatas, maka peneliti tertarik untuk memberikan sebuah media informasi online mengenai desa wisata wae rebo secara lengkap melalui website khusus dengan url <https://protiku.com/>. Website tersebut merupakan cerminan dari prinsip *good governance* yaitu keterbukaan yang berisikan secara lengkap baik informasi secara statis sampai interaksi khusus yang dinamis yang bisa di lakukan pada website tersebut. Informasi data yang ada pada website tersebut nantinya akan dikelola oleh pemerintah daerah, dengan demikian keterbukaan informasi yang dilakukan oleh pemerintah daerah secara online dinamakan *e-government*, khususnya dalam bidang pariwisata dalam mewujudkan destinasi digital.

Informasi yang terdapat dalam website tersebut sangat lengkap yang terdiri dari:

1. Informasi Tentang gambaran secara umum dan profil desa wisata wae rebo yang dilengkapi dengan layanan wisata apa saja serta informasi seluruh biaya yang harus dikeluarkan dari tiket masuk, pemandu wisata, menginap dan sebagainya.
2. Informasi secara lengkap mengenai pedoman penggunaan transportasi menuju lokasi wisata baik itu dari pelabuhan maupun dari bandara beserta jenis transportasi dan biayanya.
3. Serta sarana prasarana secara lengkap yang terdapat dari menu website tersebut seperti Informasi Destinasi lainnya, Akomodasi, Tempat Kuliner yang lengkap dengan kisaran harga akomodasi dan kuliner, serta menu Peta Wisata, Event yang akan diadakan dan profil dari Dinas Pariwisata itu sendiri.
4. Profil Dinas Pariwisata dan seluruh aspek dari pemerintahan yang berhubungan dengan desa wisata wae rebo serta nomor kontak penting yang bisa di hubungi.
5. Dalam website juga disediakan fitur chat online secara live melalui whats app untuk membangun komunikasi terhadap visitor atau calon wisatawan agar mendapatkan informasi lainnya yang tidak ditemukan dalam website.

Dengan informasi diatas diharapkan para visitor atau calon wisatawan mendapatkan informasi secara lengkap dan akurat serta kemudahan yang sangat berdampak untuk meningkatkan ketertarikannya mengunjungi obyek wisata tersebut.



Gambar 3. Menu informasi pada website wisata Desa Wae Rebo

Lengkapya informasi secara statis dan dinamis dari website tersebut menampilkan keterbukaan data terhadap masyarakat baik itu terhadap masyarakat Indonesia maupun dunia yang ingin berkunjung ke desa wisata tersebut. Calon wisatawan tersebut sudah memiliki pengetahuan dan kepercayaan terhadap keterbukaan data yang diberikan oleh pemerintah daerah, dengan demikian pemerintah kabupaten manggarai telah menjalankan *good governence* melalui *e-government* sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang akan datang untuk menikmati wisata di desa wae rebo.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan Berdasrakan keseluruhan analisis SWOT dalam strategi pengembangan wisata desa wae rebo, maka telah dilakukan upaya – upaya pengembangan dengan membentuk lembaga Pelestarian Budaya Wae Rebo (LPBW) secara internal, dan secara eksternal dengan menggandeng pihak swasta dan pemerintah bersama – sama ikut berperan aktif dalam mempromosikan wisata desa wae rebo. Dalam meningkatkan jumlah wisatawan maka dilakukan inovasi promosi melalui media digital yaitu website khusus informasi mengenai wisata wae rebo, dimana website tersebut memberikan secara jelas, detail dan transparan mengenai informasi desa wisata wae rebo secara utuh. Hal ini juga merupakan wujud dari cerminan *good governance* melalui *e-government*. Penelitian ini adalah pembaharuan dari penelitian sebelumnya dimana pemerintah Kabupaten Manggarai belum memaksimalkan promosi wisata secara online menggunakan media website. Diharapkan website promosi ini dapat di manfaatkan dengan maksimal oleh Pemkab Manggarai untuk meningkatkan jumlah wisatawan ke desa wisata wae rebo. Untuk Penelitian mendatang diharapkan meneliti mengenai dampak diterapkannya promosi wisata desa wae rebo melalui website tersebut.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kamu ucapkan terima kasih kepada pemerintah kabupaten Manggarai dan seluruh perangkat desa Wae Rebo serta masyarakat Wae rebo yang sudah memberikan data dan fasilitas selama penelitian. Saya juga berterima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memeberikan masukan serta koreksinya sehingga penelitian ini selesai dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ihsan, D. (2020, October 22). *Sandiaga Ajak Mahasiswa Jadi Pelaku Digital Marketing Pulihkan Ekonomi*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/edu/read/2020/11/16/180152571/sandiaga-ajak-mahasiswa-jadi-pelaku-digital-marketing-pulihkan-ekonomi>
- Ikeda, K., & Marshall, A. (2016). How successful organizations drive innovation. *Strategy & Leadership*, 44(3), 9–19. <https://doi.org/10.1108/SL-04-2016-0029>
- Kurnianti, A. W. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai Penggerak Desa Wisata Kabupaten Wonosobo Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 180–190.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. SAGE Publications.

- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Rahman, W. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kampung Waerebo oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai NTT*. Skripsi, Universitas Islam Indonesia.
- Sedarmayanti, H. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia; Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Teguh, M., & Ciawati, S. T. (2019). Perancangan Strategi Digital Marketing Communication Bagi Industri Perhotelan Dalam Menjawab Tantangan Era Posmoderen. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(1), 51–134.
- Yunikson, Y., & Pantiyasa, I. W. (2017). Peran Serta Masyarakat Dalam Pengembangan Wae Rebo Sebagai Sebuah Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Nusa Tenggara Timur. *Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional*, 7(2), 159–172.