

# Implementasi *Crowdsourcing* Pada Website Smarttourism Pekanbaru Sebagai Upaya Membangun Citra dan Promosi Pekanbaru Sebagai Sebuah Destinasi Wisata

Muhammad Aliffahnan Susilo Hadi  
Program Studi Informatika  
Universitas Islam Indonesia  
Sleman, Indonesia  
[18523204@students.uii.ac.id](mailto:18523204@students.uii.ac.id)

Ari Sujarwo  
Program Studi Informatika  
Universitas Islam Indonesia  
Sleman, Indonesia  
[ari.sujarwo@uui.ac.id](mailto:ari.sujarwo@uui.ac.id)

**Abstrak**—Pariwisata merupakan salah satu sektor yang cukup berpengaruh bagi perekonomian Indonesia. Oleh karenanya terdapat tendensi untuk mengembangkan destinasi wisata baru sebagai bentuk upaya pemerataan pariwisata yang selama ini terpusat di Bali. Salah satu daerah yang memiliki ketertarikan untuk mengembangkan destinasi wisata adalah kota Pekanbaru. Namun Pekanbaru sendiri belum dikenal sebagai sebuah destinasi wisata dan belum memiliki materi yang matang untuk dipromosikan. Oleh karenanya dikembangkan website Smarttourism sebagai media promosi. Website ini mengimplementasikan *Crowdsourcing* sebagai metode untuk membangun citra destinasi wisata (*Crowdsourcing Identity*) dan mengumpulkan materi promosi. Sistem *Crowdsourcing* ini diimplementasikan berdasarkan 5 kunci *Crowdsourcing* : *The Crowd* (Komunitas), *The Crowdsourcer* (Otoritas Penyelenggara), *The Platform* (Platform/Media), *The Task* (Tugas), *The Benefit* (manfaat) sebagai acuannya.

**Kata Kunci**—*crowdsourcing, promosi, pariwisata, komunitas, pemerintah, pengelola, website.*

## I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang cukup krusial bagi perekonomian negara Indonesia. Sektor ini beserta turunannya yang kemudian dikenal sebagai Ekonomi Kreatif (Ekraf) pada tahun 2020 bersumbangsih sebesar 7,32 % terhadap PDB Nasional Indonesia dengan jumlah wisatawan per September 2022 mencapai 538.315 orang pada bulan tersebut. [1] Nilai ini dapat dikatakan cukup besar untuk sumbangsih dari suatu sektor tunggal. Menyadari hal tersebut pemerintah Indonesia telah menaruh perhatian pada sektor ini. Hal tersebut dapat dilihat dari diterbitkannya aturan terkait revitalisasi dan pengembangan destinasi pariwisata. Beberapa di antara program tersebut adalah revitalisasi Bali, promosi destinasi wisata prioritas, dan pengembangan destinasi pariwisata baru. [2] Guna mendukung program-program tersebut pemerintah telah merencanakan beberapa program yang salah satunya adalah pengembangan *Tourism Information System* (TIS). Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata/Badan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) memerintah pembuatan TIS kepada seluruh wilayah administratif di Indonesia. [2]

Pemerintah Pekanbaru selaku subjek terhadap peraturan tersebut melakukan tindak lanjut terkait perintah pengembangan TIS. Berkenaan dengan perintah ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Pekanbaru selaku organisasi perangkat daerah yang menjalankan fungsi kebudayaan dan pariwisata di daerah kota Pekanbaru melihat peluang dari adanya peraturan [2] berupaya memanfaatkan keadaan ini untuk mengimplementasikan visi dan misi yang

dimiliki pemerintah kota Pekanbaru terkait pengembangan Pekanbaru sebagai destinasi wisata kota berbasis kebudayaan. [3] Dalam hal ini yang menjadi fokus utama implementasi adalah kegiatan promosi dan pembangunan citra. [3] Dalam upaya pengembangan TIS ini Disbudpar bekerja sama dengan Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian (Diskominfotiksan) Kota Pekanbaru.

Diskominfotiksan sendiri merupakan organisasi yang disertai tugas membantu pengembangan aplikasi digital dalam lingkup pemerintahan kota Pekanbaru. Berdasarkan hasil pembahasan kedua institusi diketahui Pekanbaru sendiri belum memiliki platform promosi digital pendahulu. Diidentifikasi pula bahwa Pekanbaru sendiri belum memiliki citra yang matang sebagai bahan yang akan dijadikan materi promosi. Sejauh ini berkaitan dengan program pembangunan citra pemerintah hanya baru sampai pada menerbitkan logo promosi pariwisata daerah dan melakukan kegiatan event pengenalan secara lokal. Selain itu didapati objek-objek wisata yang ada di Pekanbaru belum memiliki program promosi yang merata. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat umum belum atau kurang mengenal Pekanbaru sebagai sebuah destinasi wisata.

Maka berdasarkan hasil analisa pihak yang terlibat langsung dalam pengembangan aplikasi ini disimpulkan bahwa perlu dikembangkan platform yang dapat memaksa pengelola objek wisata untuk melakukan kegiatan promosi. Disaat yang bersamaan pemerintah perlu mengumpulkan data teraktual dari berbagai pengelola objek wisata dan pelaku usaha yang berkaitan dengan perekonomian pariwisata guna membantu dalam proses supervisi dan pengambilan kebijakan publik berkaitan pariwisata. Berdasarkan pertimbangan tersebut dirancangnya sebuah aplikasi promosi berbasis website [2] yang mengimplementasikan *Crowdsourcing* tipe *Knowledge Discovery and Management* (Penemuan dan Manajemen Informasi) [4]. *Crowdsourcing* sendiri diharapkan menjadi metode yang dapat merangsang komunitas pariwisata di Kota untuk turut serta dalam kegiatan promosi dan pembangunan citra destinasi wisata dengan mengumpulkan jenis data yang diamanatkan oleh Disbudpar selaku otoritas yang memiliki kemampuan memaksa.

## II. LANDASAN TEORI

### A. Platform Berbasis Website Sebagai Media Promosi Pariwisata

Website sebagai platform promosi dinilai telah umum diimplementasikan pada sektor pariwisata. Sebut saja laman website <http://www.indonesia.travel> milik pemerintah Republik Indonesia dibawah Kemenparekraf yang

dipergunakan sebagai salah satu media eksekusi program promosi pemerintah Indonesia. Contoh lain yang cukup layak dapat kita lihat pada website <https://www.visitmelbourne.com> milik pemerintah Melbourne, Australia yang dapat diandalkan wisatawan sebagai panduan mengeksplorasi wilayah tersebut. Keadaan ini didasari sifat website yang memiliki jangkauan ruang dan waktu yang tidak terbatas. [5] Tingginya penggunaan gawai cerdas juga berpengaruh pada aksesibilitas website menjadikannya sebagai media yang memiliki keunggulan interaktif. [5]

Website sebagai salah satu media *digital marketing* juga dinilai sebagai media yang efektif untuk mempromosikan pariwisata khususnya pada generasi produktif sekarang (generasi Milenial dan Z). [6] Selain itu website dapat pula diberdayakan sebagai media diplomasi digital untuk mempromosikan pariwisata suatu wilayah. [7] Pemanfaatan website sebagai media promosi pariwisata juga dinilai dapat menjangkau wisatawan potensial baik dalam maupun luar negeri. [7] Pendapat lain juga menyebutkan website sebagai media promosi dapat digunakan untuk mempromosikan pariwisata daerah wisata yang belum banyak dikenal publik atau dapat pula dimanfaatkan untuk merangsang peningkatan jumlah pengunjung di daerah tersebut. [8]

Dalam mengembangkan website sebagai media promosi pariwisata perlu diperhatikan faktor yang dapat menjadikan website tersebut atraktif bagi wisatawan. Diantaranya sebagai berikut:

- 1) Website pariwisata memiliki elemen spesial yang *user friendly* yang memiliki nilai tambah dan fungsional.
- 2) Website tersebut memiliki tema sebagai identitas website dengan tujuan promosi dan branding wisata budaya.
- 3) Website pariwisata menggunakan atribut yang memberikan kejutan dan membuat pengguna merasakan kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya mencari informasi melalui website tersebut
- 4) Website pariwisata memiliki isi atau konten website yang informatif.
- 5) Website atraktif memiliki sifat yang dinamis sehingga dapat menciptakan tren atau *style* baru yang unik bagi penggunaanya.
- 6) Website tersebut memiliki informasi yang selalu *up to date* untuk penggunaanya agar pengguna tidak kehilangan informasi terbaru. [9]

#### B. Crowdsourcing

*Crowdsourcing* merupakan suatu model bisnis yang memungkinkan pemilik bisnis agar dapat memanfaatkan kemampuan komunitas (*crowd*) dalam penyelesaian suatu pekerjaan. Peserta dapat bekerja secara independen atau kolaboratif dalam memenuhi peran mereka dan kemudian menerima insentif, baik yang dapat diukur atau tidak sebagai hadiah. [10] Menurut Brabham [4] terdapat beberapa tipe *crowdsourcing* : *Knowledge discovery and management*, *Broadcast search*, *Peer-veeted creative production*, dan *Distributed human intelligence tasking*. Diantara kesemua jenis tersebut tipe *Knowledge discovery and management* merupakan tipe yang tepat untuk projek ini. Pada tipe ini otoritas penyelenggara *crowdsourcing* akan menugaskan komunitas untuk menemukan dan mengumpulkan informasi yang dibutuhkan kedalam satu platform penyimpanan dengan

format yang sama. [4] [11] Pemanfaatan *crowdsourcing* dengan pengumpulan data kepada satu tempat ini juga dinilai dapat merangsang terbentuknya suatu entitas baru atau yang lazim dikenal sebagai *Crowdsourcing Identities*. [12] Dalam hal ini pengumpulan data digunakan untuk membangun citra Pekanbaru sebagai sebuah destinasi wisata.

Pada upaya pengimplementasian *crowdsourcing* terdapat beberapa hal yang diperlukan untuk membangun suatu sistem yang mengimplementasikan *Crowdsourcing*. Brabham [4] menyebutkannya sebagai berikut:

- Sebuah organisasi yang memiliki tugas yang perlu diselesaikan
- Sebuah komunitas (Crowd) yang bersedia melakukan tugas secara sukarela
- Sebuah lingkungan digital yang memungkinkan tepat melakukan tugas dan komunitas dapat berinteraksi dengan organisasi
- Keuntungan Bersama untuk organisasi dan komunitas.

Adapun sumber lain [10] mengidentifikasi nilai tersebut sebagai 4 Pilar *Crowdsourcing* dengan sedikit perbedaan sebagai berikut:

- Komunitas (The Crowd): Komunitas tersusun atas orang yang mengambil bagian dalam kegiatan *Crowdsourcing*
- Penyelenggara (The Crowdsourcer): Penyelenggara adalah entitas (seorang, sebuah organisasi profit, sebuah organisasi non-profit, dan lain sebagainya) yang membutuhkan kemampuan dan kebijaksanaan untuk tugas yang sedang dihadapi.
- Materi *Crowdsourcing* (The *Crowdsourcing Task*): Materi *Crowdsourcing* (selanjutnya disebut tugas) adalah aktivitas dimana komunitas mengambil bagian.
- Platform *Crowdsourcing* (The *Crowdsourcing Platform*): Platform *Crowdsourcing* adalah sistem (perangkat lunak atau non perangkat lunak) dimana tugas dilaksanakan.

### III. METODOLOGI

Sebagaimana telah dibahas pada subbab II.B dapat dipahami bahwa *Crowdsourcing* merupakan sebuah metode yang dapat mengarahkan komunitas untuk mengumpulkan informasi sesuai dengan kebutuhan otoritas penyelenggara. Dalam upaya implementasinya terdapat beberapa entitas yang perlu dipersiapkan. Dengan menganalisa jurnal [4] dan [10] dapat disimpulkan untuk mengoperasikan sistem yang mengimplementasikan *Crowdsourcing* memerlukan keberadaan entitas berikut:

- *The Crowd* (Komunitas)

*The Crowd* didefinisikan sebagai komunitas yang disusun atas individu yang berkaitan dengan tema/objek *Crowdsourcing* yang kemudian mengambil bagian dalam kegiatan tersebut. Komunitas ini secara sukarela/bersedia melakukan kegiatan pemenuhan kebutuhan/tugas. [4] [10] [13] Adapun individu yang kemudian tergabung dalam komunitas merupakan organisasi yang dalam proses operasionalnya berurusan dengan kegiatan ekonomi pariwisata. Organisasi tersebut dapat berupa organisasi masyarakat, perusahaan pengelola, ataupun pelaku usaha mikro.

- *The Crowdsourcer* (Penyelenggara)

*The Crowdsourcer* atau penyelenggara merupakan otoritas yang memiliki tugas/kebutuhan yang perlu diselesaikan. [10] Dalam hal ini pihak yang bertindak sebagai *The Crowdsourcer* adalah Disbudpar selaku tangan pemerintah Pekanbaru dalam menangani urusan yang berkaitan dengan kebudayaan dan kepariwisataan.

- *The Task* (Tugas)

*The Task* merupakan tugas/atau kebutuhan yang perlu diselesaikan/dipecahkan melalui sistem ini. [4] [10] [13] Dalam hal ini tugas yang perlu diselesaikan berupa kurasi materi promosi pariwisata dan produksi identitas sarana pariwisata serta identitas Pekanbaru sebagai sebuah destinasi wisata.

- The Platform (Platform/Media)

*The Platform* merupakan sebuah lingkungan dimana *Crowdsourcing* ini berjalan. Lingkungan ini umumnya berupa perangkat lunak yang dapat digunakan *The Crowd* untuk mengumpulkan solusi tugas [10] dan juga berfungsi sebagai media komunikasi baik kepada *The Crowdsourcer* ataupun dengan sesama *The Crowd*. [4] Oleh karenanya juga *The Platform* harus dikembangkan dengan kemampuan untuk dapat menerima serta menyimpan dokumen media (baik gambar, video, teks, dan lain sebagainya), dapat menampilkan dokumen tersebut sesuai kebutuhan (baik oleh pengelola sarana pariwisata dan Disbudpar), dan dapat menampilkan profil objek wisata berdasarkan urutan yang ditetapkan.

- The Benefit (Manfaat)

*The Benefit* merupakan manfaat yang diterima baik oleh *The Crowdsourcer* dan juga *The crowd* sebagai akibat dari penyelesaian tugas tersebut. [4] [10] Manfaat yang diterima dapat berupa manfaat yang dapat dirasakan langsung [13] ataupun berupa produk turunan dari hasil solusi tugas yang telah diolah. Salah satu manfaat umum dari pelaksanaan *Crowdsourcing* ini adalah kota Pekanbaru memiliki sebuah website promosi dengan informasi lengkap didalamnya. Produk ini kemudian dapat membantu publik untuk lebih mengenal Pekanbaru sebagai sebuah destinasi wisata beserta sarana pendukung didalamnya. Hal ini tentu saja selanjutnya diharapkan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Pekanbaru yang berimbas pada bergeraknya roda perekonomian khususnya ekonomi berbasis pariwisata.

Kemudian pelaksanaan *Crowdsourcing* akan dijelaskan berdasarkan poin di atas.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. *The Crowd*

*The Crowd* pada proyek ini merupakan pengelola/organisasi masyarakat pengelola objek pariwisata dan individu atau pelaku usaha yang kegiatan bisnisnya beririsan dengan perekonomian pariwisata. [2] [3] Berdasarkan hasil analisa terhadap peraturan [2] dan kegiatan bisnis yang berada dalam wilayah yurisdiksi kota Pekanbaru dapat disimpulkan sebagaimana ditampilkan pada TABEL 1.

TABEL 1 JENIS PELAKU USAHA

Jenis Pelaku Usaha	Sub-jenis Usaha
Pengelola Objek Wisata (Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Asosiasi Pengelola, Swasta, dan lainnya)	Wisata Alam
	Wisata Buatan
	Wisata Budaya
Akomodasi	Hotel
	Hostel
	Pondok Wisata
	Kos
Penyewaan Kendaraan	Roda 2
	Roda 4 atau lebih
	Motor Listrik dan tidak bermotor
Layanan Perjalanan	Pembelian tiket
	Pemandu Wisata
Keuangan	Perbankan
	Penukaran Mata Uang
Kesehatan	Klinik
	Puskesmas
	Rumah Sakit Pemerintah
	Rumah Sakit Swasta
	Klinik Pengobatan Alternatif
Kuliner	Rumah Makan Tradisional
	Restoran Internasional
	Restoran Cepat Saji
	Restoran Etnik
	Pub
Pasar	Bar
	Pasar Tradisional
	Pasar Swalayan/Modern
	Pasar Kuliner
Jaringan Transportasi	Pasar Seni
	Bandar Udara
	Terminal Bus
	Pelabuhan

Pelaku-pelaku usaha yang termasuk kedalam jenis pelaku usaha tersebut kemudian secara organik menjadi bagian dari ekosistem dan membentuk suatu destinasi wisata. Maka dapat pula disimpulkan bahwa pihak-pihak tersebut dapat dianggap sebagai *The Crowd* yang berhak untuk ikut serta dalam kegiatan *Crowdsourcing*. [14] Pihak tersebut juga merupakan pihak yang terpengaruh secara langsung oleh keberlangsungan kegiatan kepariwisataan dan merupakan subjek terhadap hukum dan administrasi berkaitan kepariwisataan di wilayah Pekanbaru. Oleh karenanya selain dengan keikutsertaan sukarela mereka juga diwajibkan kewajiban ikut serta oleh pemerintah bilamana diperlukan. Sebagai contoh bentuk upaya pemaksaan keikutsertaan dapat berupa mewajibkan kepemilikan akun sebagai syarat administratif seperti perizinan dan lain sebagainya.

##### B. *The Crowdsourcer*

*The Crowdsourcer* merupakan organisasi yang memiliki kepentingan yang pada upaya pencarian solusinya

membutuhkan bantuan partisipasi dari *The Crowd*. Pada proyek ini pihak yang berkepentingan adalah Pemerintah Kota Pekanbaru. Dalam kasus ini Pemerintah memiliki kepentingan yang secara substansial bermaksud untuk membangun Pekanbaru sebagai sebuah destinasi pariwisata dengan tema perkotaan berbasis kebudayaan Melayu. [3] Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pemerintah dalam kasus ini memiliki nilai kuasa/otoritas yang kemudian menempatkannya sebagai otoritas penyelenggara *Crowdsourcing*. Pada upaya realisasi kepentingan ini pemerintah kota Pekanbaru mendelegasikan kekuasaan dan kewenangan ini kepada Disbudpar selaku pembantu pelaksana fungsi kebudayaan dan pariwisata.

C. *The Task*

*The Task* merupakan perwujudan kepentingan *The Crowdsourcer* yang dipublikasi dalam bentuk yang telah diorkestrasi dengan format yang dapat dipahami oleh *The Crowd*. *The Task* juga merupakan sekumpulan indikator yang dapat menjelaskan kepentingan tersebut dan membangun deskripsi permintaan atau perintah. Indikator ini kemudian mengarahkan *The Crowd* untuk memecahkan tugas sesuai dengan hasil yang diharapkan oleh *The Crowdsourcer*.

Berdasarkan analisis kegiatan rapat yang diadakan antara Disbudpar dengan Diskominfo dan terhadap [3] disimpulkan kepentingan pemerintah sebagai berikut:

- 1) Diperlukan suatu sistem yang dapat digunakan sebagai motif pengumpulan data pelaku usaha yang berkaitan dengan perekonomian pariwisata
- 2) Perlunya membangun citra atau identitas dari Pekanbaru sebagai sebuah destinasi wisata dengan memanfaatkan sistem informasi berbasis website
- 3) Pihak pemerintah juga menginginkan sistem informasi tersebut dapat dijadikan sebagai media promosi baik secara personal pelaku usaha ataupun secara kolektif melalui kebijakan yang akan dikeluarkan oleh Disbudpar
- 4) Dalam pengambilan kebijakan terkait pembangunan citra dan promosi ini Disbudpar merasa perlu mendapatkan data faktual yang berasal dari pelaku usaha dan pihak lain yang terkait dengan kegiatan kepariwisataan ini
- 5) Pemerintah menginginkan pelaku usaha mempublikasikan status teraktual berkaitan usaha mereka kepada pemerintah dan publik
- 6) Perlunya platform yang dapat merangsang identity building and self branding (pembangunan identitas dan pemasaran diri) dari objek usaha dalam lingkup ekonomi pariwisata.

Kepentingan di atas kemudian dirumuskan menjadi sekumpulan indikator yang berkorespondensi dengan nilai kebutuhan kepentingan tersebut. Adapun indikator tersebut adalah sebagai berikut:

TABEL 2 KORESPONDENSI INDIKATOR TERHADAP KEPENTINGAN

Indikator	Koresponden nilai
Terkumpulnya informasi dasar berdasarkan <i>template</i> yang disediakan	1)3) 6)
Dilakukannya personalisasi informasi detail objek pariwisata	2)3) 5) 6)
Dibuatnya program atau produk promosi personal	2)3)5)6)

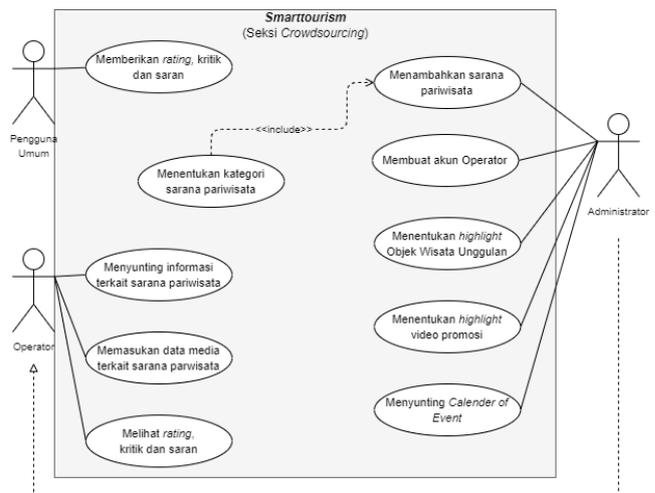
objek pariwisata dan mempublikasikan pada platform yang disediakan dan platform lain yang tersedia (format: video, gambar, dan teks)	
Terpublikasinya artikel berkala terkait perkembangan objek wisata	1) 3) 5) 6)
Terbangunnya interkoneksi antara platform yang disediakan dengan platform media sosial dan lainnya yang sekiranya dapat meningkatkan efisiensi dan jangkauan pemasaran	2)3) 5)

Kolom Koresponden Nilai pada TABEL 2 menunjukkan poin nilai kepentingan yang dipenuhi melalui indikator pada kolom di sebelah kiri.

*Template* yang dimaksud pada indikator pertama dapat dilihat lebih lanjut pada GAMBAR 2.

D. *The Platform*

*The Platform* adalah sebuah media yang dipergunakan untuk mempublikasikan *The Task* kepada *The Crowd* yang juga difungsikan sebagai media pengumpulan data yang dibutuhkan. Oleh karenanya *The Platform* dinilai vital pada operasional sistem *Crowdsourcing*. Berdasarkan pertimbangan tersebut maka pengembangan dan pengelolaan *The Platform* merupakan hak *The Crowdsourcer* selaku otoritas penyelenggara. [14] Hak ini juga memungkinkan pengembangan *The Platform* untuk menyesuaikan dengan kebutuhan *The Crowdsourcer* sehingga diharapkan dapat meningkatkan ketepatan sasaran pemenuhan kepentingan yang ada.



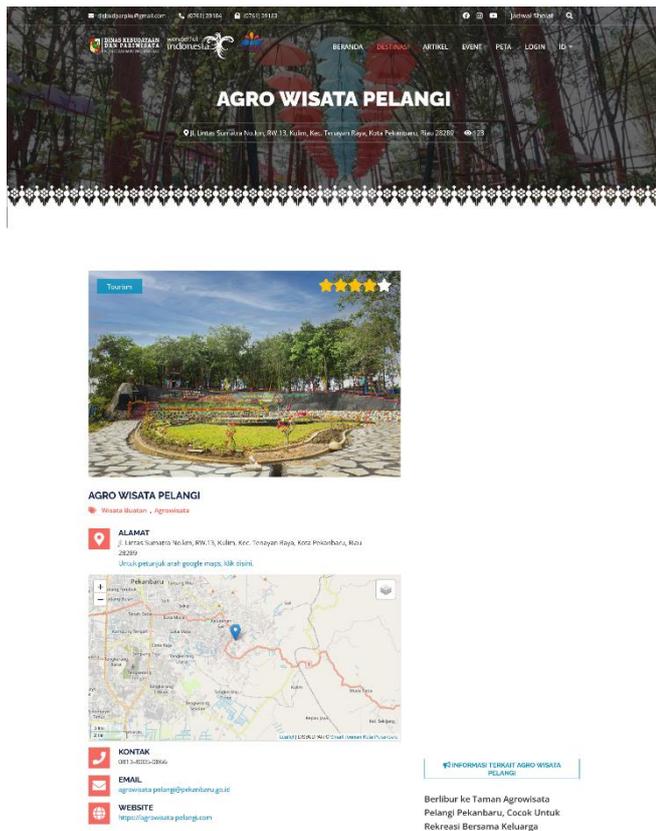
GAMBAR 1 DIAGRAM USECASE SMARTTOURISM PEKANBARU

Pengembangan *The Platform* harus dilakukan dengan memperhatikan indikator dan kepentingan sebagai landasan dan acuannya. *The Platform* juga sebaiknya dikembangkan sebagai media eksekusi kepentingan *The Crowdsourcer*. Pendekatan ini dilakukan untuk membangun kepercayaan *The Crowd* terhadap *The Platform* dan *The Crowdsourcer* dan menempatkan *The Crowd* sebagai variabel kontrol

terhadap terhadap eksekusi kepentingan itu sendiri. Kondisi ini kemudian menjadi alat persuasi untuk menjadikan *The Crowd* yang pada kasus ini merupakan subjek terhadap kepentingan *The Crowdsourcer* memiliki empati dan rasa memiliki terhadap kebijakan itu sendiri. [14] Sehingga kebijakan publik yang mungkin dikeluarkan kemudian hari berkaitan dengan kepentingan pariwisata tersebut dapat diterima atau setidaknya dipahami oleh subjek kebijakan dengan lebih baik. [14]

Indikator *The Task* dan nilai-nilai lainnya yang telah diidentifikasi di atas dianalisa untuk kemudian dirumuskan kedalam sebuah rancangan pengembangan aplikasi. Berikut deskripsi rancangan aplikasi yang untuk sementara dinamai Smarttourism Pekanbaru:

Administrator sendiri pada GAMBAR 1 merujuk pada pengelola dari sisi *The Crowdsourcer*. Operator berasal dari sisi pengelola sarana pariwisata yang berada dalam sistem.



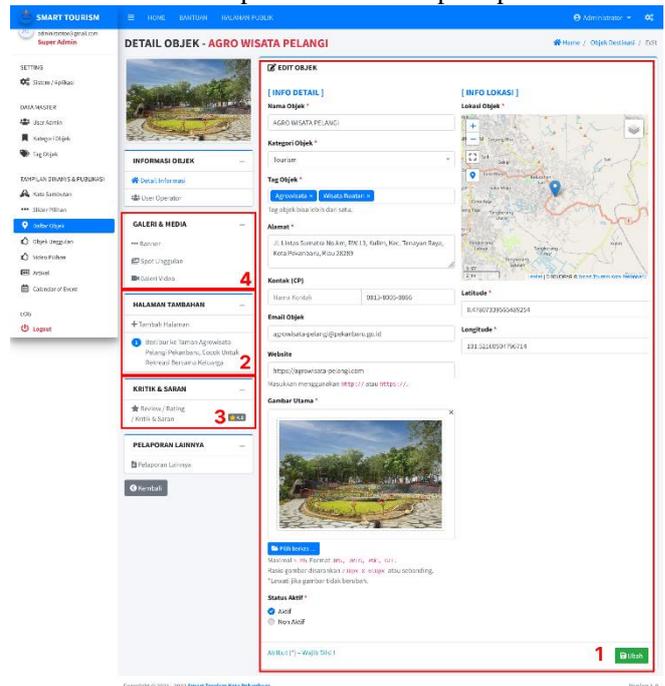
GAMBAR 3 HALAMAN PUBLIK SARANA PARIWISATA

- *Usecase* Menyunting Informasi terkait sarana pariwisata

Fungsionalitas ini memungkinkan pengguna dari sisi Administrator dan Operator dari suatu sarana pariwisata

untuk dapat melakukan penambahan atau perubahan terhadap informasi dari sarana pariwisata tersebut. Hasil penyuntingan kemudian akan ditampilkan pada halaman sarana pariwisata tersebut sebagai salah satu upaya promosi personal. Data informasi yang dimasukkan kedalam sistem terdiri atas informasi yang didasarkan *template* yang tersedia dan informasi bebas yang dikemas kedalam format artikel yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan promosi personal sarana pariwisata tersebut.

GAMBAR 2 menunjukkan halaman pengelolaan informasi sarana pariwisata. Penanda bernomor 1 pada gambar tersebut menunjukkan *template* informasi yang wajib diisi oleh pengelola sarana pariwisata. *Template* tersebut merupakan hasil pengembangan yang didasarkan pada kebutuhan informasi Disbudpar selaku *The Crowdsourcer*. Penanda bernomor 2 pada gambar yang sama menunjukkan fitur pada halaman yang dapat digunakan untuk menambahkan informasi lainnya terkait sarana pariwisata. Jenis dan bentuk informasi dapat menyesuaikan dengan bentuk dan kebutuhan sarana pariwisata. Informasi ini kemudian akan disajikan dalam bentuk artikel pada halaman tampilan publik.



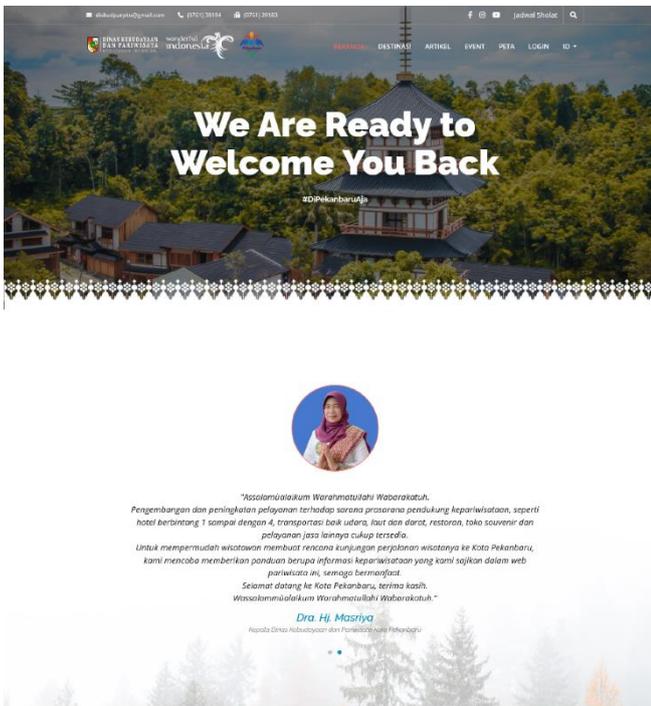
GAMBAR 2 HALAMAN PENGELOLAAN INFORMASI SARANA PARIWISATA

- *Usecase* Memasukan Data Media Terkait Sarana Pariwisata

Fungsionalitas ini memungkinkan pengguna dari sisi Administrator dan Operator untuk memasukkan data media terkait identitas sebuah sarana pariwisata dan bentuk promosi yang diinginkan. Penanda bernomor 4 pada GAMBAR 2 menunjukkan seksi pengelolaan data media tersebut. Selanjutnya data media akan ditampilkan pada halaman publik sarana pariwisata sebagaimana ditampilkan pada GAMBAR 3 dalam bentuk *banner* dan galeri gambar serta video.

- *Usecase* Melihat *rating*, kritik, dan saran

Fungsionalitas ini memungkinkan Administrator dan Operator untuk dapat melihat *rating*, kritik, dan saran yang diberikan oleh pengunjung publik. Informasi ini dapat



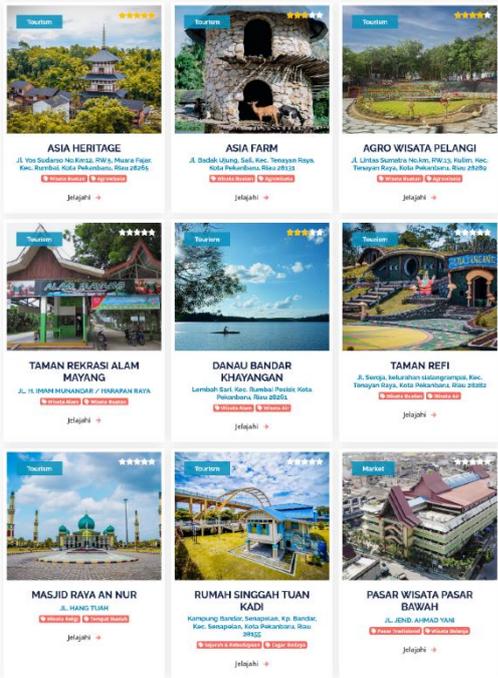
**VIDEO PILIHAN**

Tonton beberapa video pilihan dari kami untuk memulainya eksplorasi destinasi wisata anda.



**OBJEK UNGGULAN**

Berikut rekomendasi objek pilihan dari kami yang telah anda kunjungi di Kota Pekanbaru. Menanti perjalanan anda!



Lihat Semua Objek

GAMBAR 5 HALAMAN PUBLIK

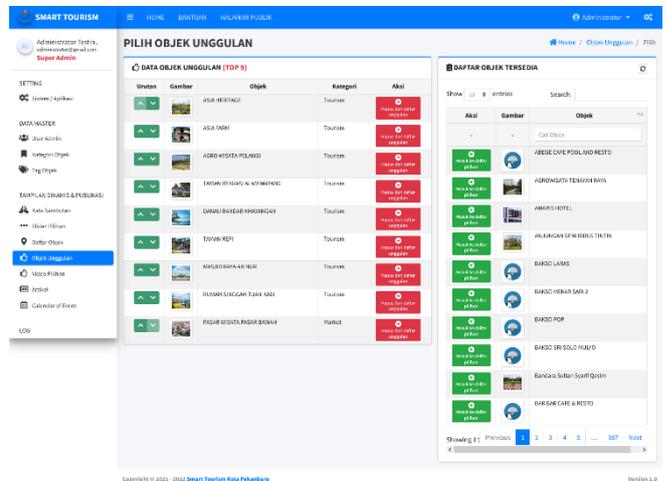
dipergunakan oleh pengelola sarana pariwisata dan Disbudpar untuk sebagai tinjauan dan bahan pertimbangan terhadap operasional atau kebijakan yang akan dikeluarkan. Penanda bernomor 3 pada GAMBAR 2 menunjukkan seksi tersebut.

- Usecase Memberikan *rating*, kritik, dan saran

Fungsionalitas ini memungkinkan pengguna umum untuk dapat memberikan *rating*, kritik, dan saran kepada suatu sarana pariwisata. Seksi ini terletak pada bagian paling bawah pada setiap halaman publik tiap sarana pariwisata.

- Usecase Menentukan *Highlight* Destinasi/ Objek Wisata Unggulan

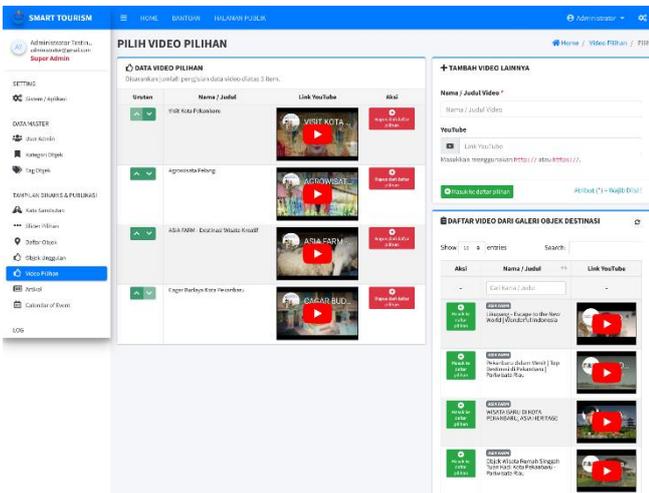
Fungsionalitas ini memungkinkan Administrator untuk memilih objek wisata tertentu agar ditampilkan pada halaman publik seperti ditampilkan pada GAMBAR 5. Disbudpar dapat memilih beberapa objek wisata untuk dijadikan sebagai wajah dari destinasi wisata Pekanbaru. Pemilihan dapat didasarkan kepada kesiapan tiap objek wisata ataupun kebijakan lain yang dikeluarkan oleh pemerintah Pekanbaru. Oleh karenanya fungsionalitas ini dikategorikan sebagai salah satu bentuk pemanfaatan informasi yang telah disampaikan *The Crowd* dalam pengambilan kebijakan publik berkaitan promosi wisata daerah.



GAMBAR 4 HALAMAN KELOLA OBJEK WISATA UNGGULAN DESTINASI

- Usecase Menentukan *Highlight* Video Promosi

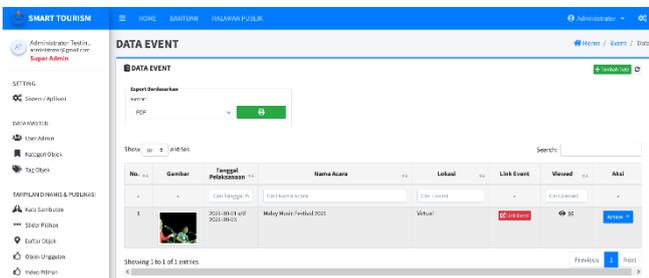
Fungsionalitas ini memungkinkan Administrator untuk dapat menentukan video tertentu sebagai model promosi. Video yang dipergunakan dapat berasal dari produksi Disbudpar atau dengan memilih video milik objek wisata yang dinilai layak untuk dipergunakan sebagai wajah promosi daerah. Fungsionalitas ini juga merupakan salah satu bentuk pemanfaatan produk hasil *Crowdsourcing* dengan memanfaatkan produk terbaik sebagai bagian dari program promosi destinasi wisata Pekanbaru.



GAMBAR 6 HALAMAN KELOLA HIGHLIGHT VIDEO PROMOSI

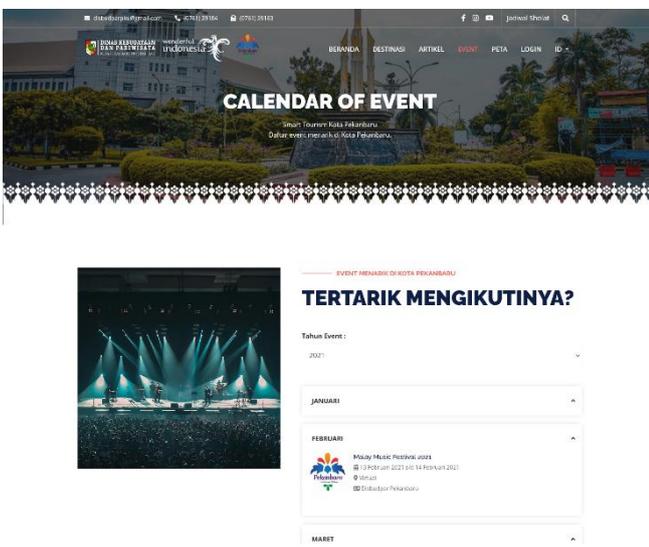
Video tersebut kemudian akan ditampilkan pada halaman beranda publik sebagai seksi video pilihan seperti yang ditampilkan pada GAMBAR 5.

- *Usecase Menyunting Calendar of Event*



GAMBAR 7 HALAMAN KELOLA CALENDAR OF EVENT

Fungsionalitas ini memungkinkan Administrator untuk mengelola *Calendar of Event* untuk kemudian ditampilkan pada halaman *Calendar of Event* sebagaimana diperlihatkan pada GAMBAR 8. Pengelolaan halaman ini didasarkan pada kebijakan kegiatan kepariwisataan yang dibuat oleh pemerintah Pekanbaru ataupun *Event* dengan kapasitas



GAMBAR 8 HALAMAN PUBLIK CALENDAR OF EVENT

tertentu yang dinilai oleh Disbudpar pantas untuk ditampilkan. Dapat diperhatikan pada fungsionalitas ini memungkinkan kegiatan pariwisata daerah dapat berasal dari inisiasi Pemerintah ataupun kegiatan yang diinisiasi oleh pihak lainnya.

*E. The Benefit*

*The Benefit* merupakan jenis manfaat yang diterima baik oleh *The Crowd* maupun *The Crowdsourcer* sebagai akibat dari pelaksanaan sistem *Crowdsourcing* ini. Dalam kasus ini keuntungan yang diterima pihak *The Crowd* adalah sebagai berikut:

- 1) *Media promosi gratis yang dikelola oleh Pemerintah*
- 2) *Model promosi yang terstruktur*
- 3) *Memungkinkan kebijakan berkaitan ekonomi kepariwisataan kedepannya dibuat lebih relevan terhadap kebutuhan pengelola sarana pariwisata*
- 4) *Memiliki kontrol pasif terhadap kebijakan publik kepariwisataan*

Adapun keuntungan yang diterima oleh *The Crowdsourcer* sebagai berikut:

- 1) *Mendapatkan data teraktual terkait sarana wisata*
- 2) *Memaksa pengelola sarana pariwisata untuk memiliki model promosi*
- 3) *Berhasil mengoperasikan website promosi destinasi pariwisata daerah dan menciptakan suatu ekosistem destinasi wisata dengan mengidentifikasi dan menunjukkan keberadaan sarana pariwisata dalam wilayah yurisdiksi.*
- 4) *Memiliki bekal yang cukup dalam upaya pengelolaan kebijakan publik kepariwisataan.*
- 5) *Memiliki kemampuan supervisi terhadap kegiatan ekonomi kepariwisataan.*

Dengan beroperasinya sistem ini objek wisata dan sarana pariwisata lainnya akan memiliki profil dan model promosi yang ditampilkan melalui website Smarttourism Pekanbaru. Kejenuhan yang ditimbulkan oleh terkumpul dan terpublikasinya informasi kepariwisataan ini akan berakibat pada peningkatan kesadaran publik terkait keberadaan objek wisata di Pekanbaru dan keadaan Pekanbaru sebagai sebuah destinasi wisata. Selain itu data media dan informasi yang telah terkumpul melalui sistem dapat diberdayakan oleh Disbudpar sebagai materi promosi kedepannya. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan data media secara langsung tanpa diolah seperti pengelolaan video promosi sebagaimana ditunjukkan pada *Usecase Menentukan Highlight Video Promosi* atau dengan menjadikan data dan informasi tersebut sebagai bahan untuk meramu program promosi kepariwisataan Pekanbaru kedepannya yang dapat ditampilkan melalui website. Sinergi diantara hal-hal diatas juga akan berakibat pada terbentuknya pemahaman dan kepercayaan publik terhadap kepariwisataan di Pekanbaru yang selanjutnya meningkatkan citra Pekanbaru kedepannya sebagai sebuah destinasi wisata.

Sebagai alat bantu untuk menilai apakah sistem ini dapat dikatakan berhasil atau tidak dalam mencapai tujuannya bila telah beroperasi dapat dipergunakan rasio publisitas promosi, jumlah kunjungan wisatawan, dan jumlah kunjungan laman website sebagai tolak ukur keberhasilan implementasi sistem.

## V. KESIMPULAN

Pengimplementasian *Crowdsourcing* terhadap operasional suatu website pariwisata merupakan hal yang memungkinkan. Sistem ini memungkinkan daerah yang memiliki materi kepariwisataan yang kurang signifikan untuk melakukan kegiatan promosi dengan mengidentifikasi atau memanfaatkan materi promosi personal milik tiap sarana pariwisata. Kemampuan pemerintah yang memaksa dapat memungkinkan informasi menjadi sesak dan membangun citra Pekanbaru sebagai sebuah destinasi wisata yang matang melalui *Crowdsourcing Identity*.

Namun nilai manfaat sistem belum dapat divalidasi secara aktif dikarenakan website belum secara resmi beroperasi. Guna mengoperasikannya pemerintah Pekanbaru perlu mengeluarkan regulasi daerah yang memiliki kekuatan memaksa.

## REFERENSI

- [1] S. A. Hidayah, I. D. G. R. A. Amori, Faisya, J. Hardyan, A. R. Dumarsema, Y. N. Putri and A. Yogi, *Statistik Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif 2020*, Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020.
- [2] K. P. d. E. K. P. d. E. Kreatif, *Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 3 Tahun 2021 tentang Petunjuk Teknis Penggunaan Dana Alokasi Khusus Nonfisik Dana Pelayanan Kepariwisataaan*, Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia, 2021.
- [3] P. K. Pekanbaru, *Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 1 Tahun 2021 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah Kota Pekanbaru*, Pekanbaru: Pemerintah Kota Pekanbaru, 2021.
- [4] D. C. Brabham, *Crowdsourcing*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2013.
- [5] Y. Z. Surentu, D. M. D. Warouw and M. Rembang, "Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa," *Acta Diurna Komunikasi*, vol. 2, no. 4, pp. 1-17, 2020.
- [6] I. G. A. K. Warmayana, "Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata," *JURNAL PARIWISATA BUDAYA*, vol. 3, no. 2, pp. 81-92, 2018.
- [7] F. A. Sudirman, W. O. D. Sarma and F. T. Susilawaty, "Promosi Pariwisata Melalui Digital Diplomacy: Upaya Internasionalisasi Pariwisata Daerah," *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi.*, vol. 5, no. 3, pp. 174-185, 2020.
- [8] M. Sandra J Kuryanti and M. Novita Indriani, "Pembuatan Website Sebagai Sarana Promosi Pariwisata (Studi Kasus: Pantai Jatimalang, Purworejo)," *Publikasi Jurnal & Penelitian Teknik Informatika*, vol. 2, no. 2, pp. 37-46, 2018.
- [9] G. A. Kalbuadi, Y. Y. Sunarya and W. Murwonugroho, "Kajian Attractiveness Promosi Budaya Dalam Unsur Visual Atraktif Website Pariwisata Bandung," *Jurnal Seni & Reka Rancang*, vol. 1, no. 1, pp. 19-36, 2018.
- [10] M. Hosseini, K. Phalp, J. Taylor and R. Ali, "The four pillars of crowdsourcing: A reference model," in *2014 IEEE Eighth International Conference on Research Challenges in Information Science (RCIS)*, Marrakech, 2014.
- [11] I. Blohm, S. Zogaj, U. Bretschneider and J. M. Leimeister, "How to Manage Crowdsourcing Platforms Effectively?," *California Management Review*, vol. 60, no. 2, pp. 122-149, 2018.
- [12] C. Hällgren, "Crowdsourcing Identities: One Way To Think About Young People's Making Of Identity In Conditions Proposed By Contemporary, Digital Technologies?," in *11th annual International Conference of Education, Research and Innovation*, Seville, 2018.
- [13] E. Estellés-Arolas and F. González-Ladrón-de-Guevara, "Towards an Integrated Crowdsourcing Definition," *Journal of Information Science*, pp. 1-14, 2012.
- [14] H. K. Liu, "Crowdsourcing: Citizens as coproducers of public services," *Policy & Internet*, vol. 13, no. 2, pp. 315-331, 2020.