



Peran Pemerintah Daerah dalam Memanfaatkan Media Sosial untuk Informasi Potensi Wisata Danau Rana Mese di Desa Golo Loni

Marco Adesaputra Sanjaya Nule^{1*}, Petrus Kase², Theny I. B. Kurniati Pah³

¹⁻³ Universitas Nusa Cendana, Indonesia

Email: marconule1@gmail.com¹, petrus.kase@staf.undana.ac.id², kurniatipah@staf.undana.ac.id³

*Penulis Korespondensi: marconule1@gmail.com

Abstract This study aims to analyze the role of the local government in utilizing social media as an information medium for the tourism potential of Rana Mese lake in East Manggarai Regency. The research employs a qualitative descriptive approach with data collected through interviews, observation, and documentation. Informants were selected using purposive sampling, consisting of government officials, tourism managers, local communities, and tourists. Data analysis follows the model of Miles and Huberman, including data reduction, data display, and conclusion drawing, while data validity is ensured through triangulation techniques. The results indicate that the local government has performed strategic roles as promoter, informant, motivator, and facilitator in utilizing social media for tourism development. Social media has contributed to increasing destination visibility, tourist visits, and local economic activities. However, the implementation is not yet optimal due to several constraints, such as limited internet access (blank spot areas), low digital literacy among communities, and limited inter-institutional coordination. Additionally, tourism management involves multiple stakeholders, including BKSDA as the primary conservation authority, which emphasizes environmental protection alongside tourism promotion. The study concludes that strengthening digital infrastructure, improving community capacity, and enhancing inter-agency coordination are essential to optimize the use of social media in supporting sustainable tourism development.

Keywords: Local Government Role; Rana Mese Lake; Social Media; Sustainable Tourism; Tourism Promotion.

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pemerintah daerah dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana informasi potensi wisata Danau Rana Mese di Kabupaten Manggarai Timur. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan ditentukan menggunakan purposive sampling yang terdiri dari unsur pemerintah, pengelola wisata, masyarakat, dan wisatawan. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan, sedangkan keabsahan data diuji melalui triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah daerah telah menjalankan peran sebagai promotor, informator, motivator, dan fasilitator dalam pemanfaatan media sosial untuk pengembangan pariwisata. Pemanfaatan media sosial mampu meningkatkan visibilitas destinasi, jumlah kunjungan wisatawan, serta aktivitas ekonomi masyarakat. Namun, pelaksanaannya belum optimal karena adanya kendala berupa keterbatasan jaringan internet, rendahnya literasi digital masyarakat, serta belum optimalnya koordinasi antar lembaga. Pengelolaan destinasi juga melibatkan BKSDA sebagai pihak utama yang menekankan aspek konservasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa diperlukan penguatan infrastruktur digital, peningkatan kapasitas masyarakat, serta penguatan sinergi antar lembaga untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dalam mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Danau Rana Mese; Media Sosial; Pariwisata Berkelanjutan; Peran Pemerintah Daerah; Promosi Pariwisata.

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan sektor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi dan daya saing suatu negara. Indonesia tercatat menempati peringkat ke-32 dunia dalam *Travel & Tourism Competitiveness Report* dan menjadi tujuan wisata ke-6 di Asia, menunjukkan peningkatan daya tarik sekaligus peran penting sektor ini dalam mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif (Teknika & Hananto, 2023). Secara konseptual, pariwisata tidak hanya mencakup aktivitas perjalanan, tetapi juga melibatkan dimensi ekonomi,

sosial, lingkungan, dan keberlanjutan yang terintegrasi (UNWTO, 2019; *Encyclopedia of Law and Economics*, 2021). Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 yang menegaskan bahwa pariwisata merupakan sistem yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam menyediakan layanan dan fasilitas wisata.

Dalam konteks pembangunan daerah, pariwisata berperan sebagai instrumen peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, serta penggerak ekonomi lokal melalui efek langsung maupun tidak langsung (Encyclopedia of Tourism, 2023). Seiring perkembangan teknologi, media sosial menjadi sarana strategis dalam memperkuat daya saing destinasi melalui promosi digital, penyebaran informasi, serta interaksi antara pemerintah, masyarakat, dan wisatawan (Munar & Jacobsen, 2014). Tingginya penetrasi internet di Indonesia, dengan lebih dari 75% masyarakat aktif menggunakan media sosial (We Are Social & DataReportal, 2025), semakin menegaskan pentingnya pemanfaatan platform digital dalam sektor pariwisata.

Pemerintah daerah memiliki peran penting dalam memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan potensi wisata, termasuk di Kabupaten Manggarai Timur dengan destinasi unggulan Danau Rana Mese. Danau ini memiliki nilai ekologis dan daya tarik alam yang tinggi sebagai bagian dari kawasan konservasi TWA Ruteng, serta berpotensi menjadi destinasi wisata unggulan daerah (Teknika & Hananto, 2023). Pemerintah daerah telah memanfaatkan berbagai platform digital seperti website dan media sosial sebagai sarana promosi.

Namun demikian, pemanfaatan media sosial dalam promosi wisata Danau Rana Mese belum optimal. Kendala utama berupa keterbatasan infrastruktur komunikasi, khususnya kondisi *blankspot* (tanpa sinyal internet), menghambat penyebaran informasi dan promosi digital (RRI, 2024). Kondisi ini menyebabkan potensi wisata belum dikenal luas serta membatasi keterlibatan masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis pariwisata.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan kajian mendalam mengenai peran pemerintah daerah dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana informasi dan promosi wisata, khususnya pada destinasi Danau Rana Mese. Kajian ini penting untuk mengidentifikasi kendala, peluang, serta strategi optimal dalam mendukung pengembangan pariwisata daerah yang berdaya saing dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan yang mencerminkan pola perilaku, norma, dan harapan yang melekat pada individu dalam suatu sistem sosial (Soekanto, 2002; Friedman, 1998). Peran berfungsi mengarahkan tindakan, menjaga keteraturan sosial,

serta mendukung keberlangsungan sistem masyarakat (Narwoko & Suyanto, 2010). Dalam konteks pemerintahan, peran pemerintah daerah merujuk pada kewenangan dan tanggung jawab dalam mengelola urusan pemerintahan berdasarkan prinsip otonomi daerah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 dan UUD 1945. Pemerintah daerah memiliki fungsi strategis dalam perencanaan, pelaksanaan, serta pengendalian pembangunan daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Adisasmita, 2011).

Dalam era digital, peran pemerintah daerah semakin berkembang melalui pemanfaatan media sosial sebagai instrumen komunikasi publik. Media sosial didefinisikan sebagai platform berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten serta interaksi antar pengguna (Kaplan & Haenlein, 2010; Boyd & Ellison, 2007). Media sosial berfungsi sebagai ruang publik digital yang partisipatif, interaktif, dan mendukung transparansi pemerintahan (Nasrullah, 2015). Pemanfaatannya dalam sektor publik dapat meningkatkan efektivitas komunikasi, keterlibatan masyarakat, serta citra kelembagaan (Mergel, 2013; Effing & Spil, 2016).

Pelayanan informasi merupakan bagian penting dari pelayanan publik yang bertujuan memenuhi hak masyarakat atas informasi secara transparan dan akuntabel (UU No. 14 Tahun 2008). Pelayanan ini mencakup penyediaan informasi yang akurat, mudah diakses, serta mendukung partisipasi publik dan pembangunan (Sedarmayanti, 2010; Dwivedi et al., 2015). Dalam konteks digital, pelayanan informasi semakin berkembang melalui media sosial dan platform daring yang memungkinkan interaksi dua arah antara pemerintah dan masyarakat.

Secara konseptual, peran pemerintah dalam pemanfaatan media sosial dalam pariwisata meliputi empat fungsi utama, yaitu sebagai promotor, informator, motivator, dan fasilitator. Sebagai promotor, pemerintah bertugas membangun citra dan memasarkan destinasi wisata melalui konten digital. Sebagai informator, pemerintah menyediakan informasi yang akurat dan terpercaya bagi wisatawan. Sebagai motivator, pemerintah mendorong partisipasi masyarakat dalam promosi wisata. Sementara sebagai fasilitator, pemerintah menyediakan dukungan infrastruktur, kebijakan, dan kapasitas digital untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial (Kaplan & Haenlein, 2010; Munar & Jacobsen, 2014; Buhalis & Law, 2008).

Dengan demikian, kajian teoritis ini menegaskan bahwa efektivitas pemanfaatan media sosial dalam sektor pariwisata sangat dipengaruhi oleh optimalisasi peran pemerintah daerah, kualitas pelayanan informasi, serta kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital dalam mendukung tata kelola pemerintahan yang partisipatif dan berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif untuk memahami secara mendalam peran pemerintah daerah dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana informasi pariwisata (Bogdan & Taylor, 1992). Penelitian dilaksanakan di Pemerintah Daerah Kabupaten Manggarai Timur, khususnya pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.

Fokus penelitian mengacu pada peran pemerintah daerah dalam pemanfaatan media sosial, yang meliputi empat aspek utama, yaitu sebagai promotor, informator, motivator, dan fasilitator. Sumber data terdiri dari data primer melalui wawancara dengan informan kunci dan observasi lapangan, serta data sekunder berupa dokumen, literatur, dan arsip terkait (Moleong, 2007). Informan ditentukan menggunakan teknik purposive sampling sebanyak 7 orang, terdiri dari unsur pemerintah, pengelola kawasan, wisatawan, dan masyarakat (Sugiyono, 2017).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur, observasi langsung, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (1994) yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik untuk memastikan validitas dan konsistensi temuan (Mekarisce, 2020; Zamili, 2015). Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan gambaran yang komprehensif mengenai peran pemerintah daerah dalam pemanfaatan media sosial pada sektor pariwisata.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Pemerintah Daerah sebagai Promotor

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Manggarai Timur telah menjalankan peran sebagai promotor melalui pemanfaatan media sosial dan website resmi untuk menyebarluaskan informasi serta membangun citra Destinasi Wisata Danau Rana Mese. Upaya ini sejalan dengan pandangan bahwa pengembangan pariwisata dapat diperkuat melalui penyediaan informasi yang efektif (Rhodes, 1996). Dinas Pariwisata dan Kebudayaan berperan aktif dalam merancang strategi promosi, termasuk kerja sama dengan TikTok Jalin Nusantara dan Kementerian Pariwisata melalui pelatihan digital bagi Pokdarwis.

Namun demikian, efektivitas promosi masih belum optimal akibat keterbatasan jaringan internet (*blank spot*), rendahnya literasi digital masyarakat, serta pembatasan dokumentasi oleh pihak BKSDA. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun peran promotor telah berjalan secara konseptual, implementasinya masih terkendala faktor teknis dan kelembagaan.

Peran Pemerintah Daerah sebagai Informator

Sebagai informator, pemerintah daerah berfungsi menyediakan informasi wisata yang akurat, edukatif, dan mudah diakses melalui media sosial dan website resmi. Informasi tersebut mencakup potensi wisata, aksesibilitas, fasilitas, serta aturan kawasan yang terintegrasi dengan prinsip konservasi. Media sosial terbukti menjadi sumber utama informasi bagi wisatawan karena mampu menyajikan konten visual yang menarik.

Data kunjungan tahun 2021–2025 menunjukkan peningkatan jumlah wisatawan dan pendapatan, yang mengindikasikan bahwa penyebaran informasi digital berkontribusi terhadap peningkatan daya tarik destinasi. Namun, informasi yang tersedia masih didominasi konten visual dan belum sepenuhnya didukung oleh informasi teknis yang komprehensif, sehingga diperlukan penguatan kualitas informasi publik.

Peran Pemerintah Daerah sebagai Motivator

Peran motivator ditunjukkan melalui upaya pemerintah dalam mendorong partisipasi masyarakat, khususnya melalui pelatihan pemanfaatan media sosial kepada Pokdarwis. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan promosi, tetapi juga mendorong kreativitas masyarakat dalam mengembangkan potensi wisata. Hal ini sejalan dengan konsep bahwa media sosial dapat menjadi ruang interaksi dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata (Munar & Jacobsen, 2014).

Selain itu, pemerintah memberikan teladan melalui pengelolaan akun media sosial resmi yang konsisten menyajikan konten kreatif dan edukatif, termasuk pesan konservasi. Dampaknya terlihat pada meningkatnya kesadaran masyarakat dan wisatawan terhadap pentingnya menjaga lingkungan. Namun, partisipasi masyarakat dalam perencanaan masih terbatas, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih inklusif.

Peran Pemerintah Daerah sebagai Fasilitator

Sebagai fasilitator, pemerintah daerah berperan dalam menyediakan dukungan kelembagaan, pelatihan, serta menjalin kerja sama lintas sektor untuk mendukung promosi wisata. Pemerintah memfasilitasi peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan digital serta menjembatani kolaborasi antara masyarakat, pemerintah pusat, dan pihak konservasi. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa teknologi informasi dan media sosial perlu difasilitasi secara strategis dalam pengembangan pariwisata (Buhalis & Law, 2008).

Di sisi lain, BKSDA dan KSDA TWA Ruteng berperan dalam menjaga keseimbangan antara promosi dan konservasi melalui penyediaan fasilitas dasar dan pengaturan akses kawasan. Meskipun demikian, keterbatasan infrastruktur digital, anggaran, serta rendahnya

keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan masih menjadi kendala utama dalam optimalisasi peran fasilitator.

Implikasi dan Kesenjangan Implementasi

Secara keseluruhan, pemanfaatan media sosial dalam promosi Danau Rana Mese telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas destinasi, jumlah kunjungan, dan aktivitas ekonomi lokal. Namun, masih terdapat kesenjangan antara konsep ideal dan praktik di lapangan.

Kesenjangan tersebut ditunjukkan oleh keterbatasan jaringan internet, kapasitas sumber daya manusia, serta belum optimalnya koordinasi antaraktor. Selain itu, peningkatan promosi digital juga berpotensi menimbulkan risiko *overtourism* apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan berbasis keberlanjutan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan infrastruktur digital, peningkatan literasi masyarakat, serta sinergi antar lembaga agar pengembangan pariwisata dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengelolaan Destinasi Wisata Danau Rana Mese melibatkan berbagai pihak seperti BKSDA, Pemerintah Daerah, dan Pemerintah Desa yang telah menjalankan perannya sesuai kewenangan masing-masing tanpa tumpang tindih, namun saling melengkapi. Meskipun demikian, pelaksanaannya belum optimal karena masih terdapat kendala seperti keterbatasan akses dokumentasi, dominasi peran pemerintah pada aspek promosi, serta belum kuatnya koordinasi dan pemberdayaan masyarakat. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan sinergi antar lembaga agar pengelolaan wisata dapat berjalan lebih efektif, terintegrasi, dan berkelanjutan tanpa mengabaikan fungsi konservasi.

Saran

Pemerintah daerah disarankan untuk meningkatkan kualitas dan konsistensi pengelolaan media sosial melalui strategi promosi digital yang terencana, informatif, dan mudah diakses, sekaligus memperkuat perannya sebagai sarana pelayanan informasi publik. Selain itu, pemanfaatan media sosial perlu diarahkan tidak hanya untuk promosi, tetapi juga sebagai media edukasi terkait pelestarian lingkungan, serta diintegrasikan dengan prinsip pariwisata berkelanjutan agar pengembangan destinasi tetap memperhatikan aspek lingkungan dan sosial budaya masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Adisasmita, R. (2011). Manajemen pemerintahan daerah. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bogdan, R., & Taylor, S. J. (1992). Introduction to qualitative research methods. New York: Wiley.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management. *Tourism Management*, 29(4), 609-623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Dwivedi, Y. K., et al. (2015). Government adoption of social media: A systematic literature review. *Government Information Quarterly*, 32(3), 343-357.
- Effing, R., & Spil, T. (2016). The social strategy cone: Towards a framework for evaluating social media strategies. *International Journal of Information Management*, 36(1), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.07.009>
- Encyclopedia of Law and Economics. (2021). Tourism. Springer.
- Encyclopedia of Tourism. (2023). Economic development and tourism. Springer.
- Friedman, M. M. (1998). Family nursing: Theory and practice. Connecticut: Appleton & Lange.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145-151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Mergel, I. (2013). Social media adoption and resulting tactics in the U.S. federal government. *Government Information Quarterly*, 30(2), 123-130. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2012.12.004>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). Qualitative data analysis. California: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2007). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munar, A. M., & Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for sharing tourism experiences through social media. *Tourism Management*, 43, 46-54. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.01.012>

- Narwoko, J. D., & Suyanto, B. (2010). *Sosiologi: Teks pengantar dan terapan*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rhodes, R. A. W. (1996). The new governance: Governing without government. *Political Studies*, 44(4), 652-667. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1996.tb01747.x>
- RRI. (2024). Kondisi blankspot di kawasan wisata Danau Rana Mese. Radio Republik Indonesia.
- Sedarmayanti. (2010). *Manajemen sumber daya manusia dan produktivitas kerja*. Bandung: Mandar Maju.
- Soekanto, S. (2002). *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Teknika, M., & Hananto, A. (2023). Analisis daya saing pariwisata Indonesia. *Jurnal Pariwisata Nasional*, 5(2), 45-58. <https://doi.org/10.26905/jt.v2i1.7592>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.
- UNWTO. (2019). *UNWTO tourism definitions*. Madrid: World Tourism Organization.
- We Are Social & DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*.
- Zamili, M. (2015). Menghindari bias dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmu Sosial*, 12(1), 45-52.