

## ANALISIS LAMAN PARIWISATA PROVINSI KALIMANTAN BARAT

**Ricky Imanuel Ndaumanu**

*Program Studi Teknik Informatika STMIK Widya Dharma, Pontianak 78117, Indonesia  
E-mail: ricky\_ndaumanu@ymail.com*

### ABSTRACT

*West Kalimantan, a province in the west of the island of Borneo (Borneo) which is precisely crossed by the equator is a province that is rich in natural and cultural potential so that it becomes a special attraction, especially in the tourism sector. With this potential, West Kalimantan is one of the representations of Indonesia as an equatorial emerald state. The Provincial Government of West Kalimantan itself has utilized information technology in the form of a web-based information system called the Tourism, Ecraf, Youth and Sports Information System (Si Kepo) to promote and present information related to several things, one of which is tourism. Si Kepo Disporapar West Kalimantan can be accessed through the address <http://sikepo.disporapar.kalbarprov.go.id/>. The purpose of this study is to find a picture of the media richness of the tourism page on the Si Kepo website so that it can explore the extent of its benefits to tourists and provide recommendations for improvement and development of the Kepo in the future by conducting analysis based on elements of Media Richness Theory (MRT).*

**Keywords :** *Borneo, page, tourism, Si Kepo, Media Richness Theory*

## 1. PENDAHULUAN

Sesuai dengan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 10 tentang Kepariwisata, pariwisata diartikan sebagai berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Definisi pariwisata dalam Undang-Undang tersebut diaplikasikan secara nyata oleh Pemerintah Provinsi Kalimantan Barat dengan menyediakan layanan berbasis situs web guna mendukung pemasaran pariwisata serta sebagai layanan informasi bagi para wisatawan yang hendak menjadikan Kalimantan Barat sebagai destinasi wisatanya.

Hal tersebut wajar karena perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi (TIK) saat ini dapat dimanfaatkan untuk berbagai bidang, salah satunya yaitu pariwisata. Dalam pariwisata, teknologi dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan objek wisata, baik wisata alam maupun budaya dilengkapi dengan informasi-informasi penunjang untuk kenyamanan para wisatawan. Dampak positif pemanfaatan TIK untuk pariwisata adalah efisiensi anggaran, dikarenakan pemerintah tidak perlu menyelenggarakan banyak festival atau event yang membutuhkan anggaran besar untuk mempromosikan potensi pariwisatanya, tetapi cukup menggunakan situs web yang lebih murah dan praktis. Wisatawan pun tidak memerlukan buku panduan wisata dan kesulitan untuk mencari berbagai informasi, tetapi cukup dengan mengakses situs web yang bisa diakses dimana saja dan kapan saja dengan memanfaatkan internet.

Hal tersebut sejalan dengan yang dipaparkan oleh Ritchie et al, bahwa pemanfaatan teknologi dan informasi merupakan salah satu upaya untuk mengeliminasi keterbatasan yang dimiliki oleh masyarakat. Informasi yang tersedia melalui media internet saat ini sangat banyak dan dapat memberikan inspirasi serta peluang untuk mengembangkan usaha. Internet tidak hanya menjadi media pemasaran yang efektif dan murah saja, tapi juga dapat memberikan informasi mengenai produk-produk yang dapat dihasilkan [1].

Lebih khusus lagi, penerapan TIK di bidang pariwisata sangat penting mengingat semakin meningkatnya jumlah konsumen produk wisata dan kebutuhan akan informasi tentang pariwisata, seperti yang dipaparkan oleh Buhalis & Law serta Wang et al yakni "a move towards realizing mobile tourism in recognition of the high mobility of tourism information and of tourism consumers". (Realisasi sebuah langkah ke arah perwujudan pariwisata yang berbasis seluler sebagai pengakuan atas mobilitas informasi pariwisata dan konsumen

pariwisata yang tinggi) [2][3]. Lopez de Avila juga menjelaskan tentang pentingnya infrastruktur teknologi guna mendukung pariwisata: "an innovative tourist destination, built on an infrastructure of state-of-the-art technology guaranteeing the sustainable development of tourist areas, accessible to everyone, which facilitates the visitor's interaction with and integration into his or her surroundings, increases the quality of the experience at the destination, and improves residents' quality of life". (Tujuan wisata yang inovatif, dibangun di atas infrastruktur teknologi canggih yang menjamin pengembangan kawasan wisata yang berkelanjutan, dapat diakses oleh semua orang, yang memfasilitasi interaksi pengunjung dengan dan integrasi ke dalam lingkungannya, meningkatkan kualitas pengalaman di tempat tujuan, dan meningkatkan kualitas hidup penduduk) [4].

Sehingga jelas bahwa dunia pariwisata saat ini tidak bisa terlepas, atau bahkan sangat membutuhkan teknologi yang canggih seiring dengan perubahan gaya hidup serta meningkatnya konsumen di bidang pariwisata. Misalnya, dengan memanfaatkan internet maka saat ini muncul teknologi e-Tourism berupa situs-situs web yang tidak hanya sekedar mempromosikan dan menyajikan informasi tentang pariwisata, tetapi juga dapat mengakomodir perjalanan wisata dengan berbagai macam paket yang ditawarkan lengkap dengan fasilitas penunjang seperti transportasi, hotel dan restoran.

Menanggapi perubahan tersebut, Pemerintah Provinsi Kalimantan Barat juga tidak ketinggalan untuk mulai memanfaatkan TIK guna mempromosikan potensi wisatanya. Adalah Sistem Informasi Kepariwisata, Ekraf, Pemuda dan Olahraga atau Si Kepo, yang menjadi ujung tombak Pemerintah Provinsi Kalimantan Barat dalam usahanya untuk mempromosikan wisata di daerahnya. Walaupun masih berupa situs web yang kontennya merupakan gabungan dari beberapa bidang, tetapi dengan adanya Si Kepo diharapkan dapat menjadi dasar yang baik guna mengakomodir kebutuhan akan tingginya mobilitas informasi pariwisata.

Oleh karena itu, pada penelitian ini akan dianalisis tentang kekayaan media dari laman pariwisata pada situs web Si Kepo berdasarkan Media Richness Theory (MRT) sehingga bisa diketahui sejauh mana manfaatnya terhadap para wisatawan dan dapat memberikan rekomendasi perbaikan dan pengembangan laman pariwisata pada situs web Si Kepo ke depannya.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif untuk menganalisis kekayaan media dari situs web Si Kepo khusus untuk laman tentang pariwisata. Nasution menjelaskan bahwa penelitian kualitatif pada hakikatnya ialah mengamati sesuatu dalam lingkungannya, berinteraksi dengannya, berusaha memahaminya tentang dunia di sekitarnya [5]. Jadi dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah laman pariwisata pada situs web Si Kepo dengan alamat <http://sikepo.disporapar.kalbarprov.go.id/> dan akan dianalisis berdasarkan Media Richness Theory (MRT). Mengadopsi teori MRT, maka analisis terhadap laman pariwisata pada subjek penelitian ini meliputi unsur-unsur ketepatan waktu (kesegeraan), keragaman (penerima, isyarat, bahasa), sumber personal, memori terolah melalui komputer, perekaman eksternal dan konkurensi.

### 1. Laman

Kata laman diartikan sebagai halaman utama dari suatu situs web yang diakses oleh pengguna pada awal masuk ke situs tersebut [6]. Sebagai contoh, jika sebuah alamat internet yang dituju adalah

<http://sikepo.disporapar.kalbarprov.go.id/pariwisata/category/hotel-dan-penginapan>, maka pengunjung akan diarahkan langsung ke halaman utama dari alamat yang dimaksud.

Menurut Panduan Pembakuan Istilah Pelaksanaan Instruksi Presiden Nomor 2 Tahun 2001 tentang Penggunaan Komputer dengan Aplikasi Komputer Berbahasa Indonesia/Kiat Pembakuan Peristilahan Perkomputeran dalam Bahasa Indonesia, kata laman dipakai untuk menggantikan kata home page atau index page dalam bahasa Inggris, namun dewasa ini kata laman sering digunakan menggantikan kata halaman.

Laman juga diartikan sebagai media yang dapat memfasilitasi kebutuhan untuk mengkomunikasikan program kebijakan tertentu [7].

### 2. Media Richness Theory (MRT)

Media dianggap “kaya” jika memungkinkan untuk umpan balik segera, beberapa isyarat sekaligus, mampu digunakan dalam berbagai ragam bahasa dan personalisasi. Semakin tinggi tingkatan kekayaan media, maka semakin banyak informasi yang diberikan dan semakin sedikit ketidakjelasan di dalamnya, dan pada gilirannya akan mengurangi tingkat ambiguitas dan ketidakpastian penerima informasi [8].

Dalam teori kekayaan, isi pesan atau informasi dapat menjadi jelas atau bahkan menjadi

samar atau tidak jelas tergantung pada kekayaan media. Ketidakjelasan (equivocality) merupakan salah satu kondisi dibutuhkanannya media yang kaya. Equivokalitas juga didefinisikan sebagai ambiguitas [9]. Ketidakjelasan diartikan sebagai “presumes a messy, unclear field” (kondisi yang berantakan atau sesuatu yang tidak jelas) yaitu informasi yang memiliki makna lebih dari satu atau perbedaan pemaknaan terhadap sebuah masalah [8].

Kondisi lain dibutuhkanannya media yang kaya adalah ketidakpastian (uncertainty). Ketidakpastian didefinisikan sebagai kondisi “the absence of information” (ketiadaan informasi) [8], sedangkan Moczyński merangkum arti ketidakpastian dari berbagai ahli diantaranya adalah perbedaan jumlah informasi yang diperlukan dan jumlah informasi yang dimiliki [9]. Kekayaan media menggunakan empat faktor untuk mengevaluasi kekayaannya yaitu kapasitas media untuk umpan balik segera, jumlah isyarat yang digunakan, jumlah saluran yang digunakan dan berbagai personalisasi dan bahasa [10].

Media Richness Theory (MRT) adalah teori yang paling banyak digunakan dalam pemilihan media komunikasi. MRT pertama kali diperkenalkan oleh Daft and Lengel yang menyatakan bahwa kegunaan suatu media ditentukan oleh “kekayaan”-nya (richness). MRT berkenaan dengan penentuan media komunikasi yang paling tepat untuk menghadapi ketidakpastian dan ketidakjelasan dari informasi [8]. Berdasarkan MRT, media komunikasi dapat diranking dan digambarkan secara kontinyu berdasarkan kemampuannya dalam menangani ketidakpastian dan ketidakjelasan.

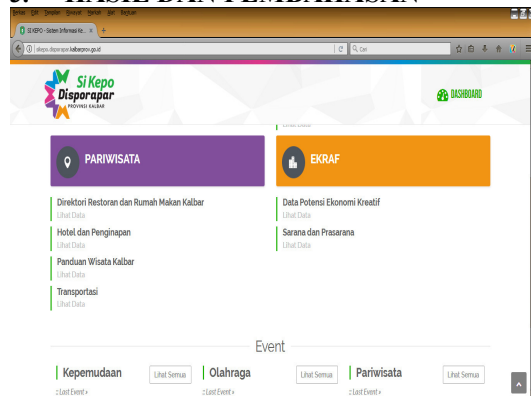
Daft dan Lengel mengusulkan empat kriteria untuk menilai media, yaitu kesegeraan (immediacy), keragaman isyarat (multiple cues), variasi bahasa (language variety) dan sumber personal (personal source) [8]. Kesegeraan merujuk pada kemampuan media untuk menyediakan informasi secara berkala dan memungkinkan umpan balik secara cepat. Kriteria ini sangat penting bagi proses komunikasi karena terjadinya penundaan dapat menyebabkan isu penting menjadi tidak tepat lagi. Keragaman isyarat mengacu pada kemampuan untuk mengomunikasikan pesan melalui pendekatan yang berbeda-beda, seperti tubuh, bahasa, suara dan intonasi. Variasi bahasa menunjukkan kemampuan penggunaan kata yang berbeda untuk meningkatkan pemahaman, yaitu pada variasi cara dalam menyampaikan ide dan konsep melalui simbol bahasa. Sementara sumber personal memfokuskan pada kemampuan untuk menunjukkan perasaan dan emosi. Sumber personal ini penting dalam rangka penyampaian pesan kepada pengguna akhir.

MRT dibangun dengan anggapan bahwa peningkatan “kekayaan” dari suatu media terkait dengan kehadiran sosial atau fisik [11]. Meskipun kemampuan media untuk mendukung beragam proses komunikasi yang terdapat dalam konteks tatap muka adalah penting, tetapi ada dimensi pada media lain yang juga patut untuk diperhitungkan. Terutama inovasi di bidang komunikasi yang difasilitasi komputer (misalnya, surat elektronik, sistem pendukung kelompok, pesan suara dan telekonferensi video) yang semakin tersedia setelah munculnya MRT.

Untuk memperhitungkan potensi teknologi komunikasi modern yang makin berkembang tersebut, Lodhia kemudian menambahkan kriteria lain untuk menilai kekayaan media, yaitu keragaman penerima (multiple addressability), perekaman eksternal (externally recordable), memori terolahkan melalui komputer (computer processable memory) dan konkurensi (concurrency) [12].

Keragaman penerima merujuk pada kemampuan untuk menyampaikan pesan secara simultan kepada banyak pengguna. Kriteria perekaman eksternal berhubungan dengan kemampuan media untuk menyediakan rekaman komunikasi, termasuk kemampuan untuk mendokumentasikan (juga memodifikasi) proses komunikasi. Memori terolahkan komputer berarti bahwa informasi dapat diorganisir dan diatur secara elektronik, misalnya dapat diperoleh melalui proses pencarian. Kriteria terakhir yakni konkurensi merujuk pada kemampuan media untuk memfasilitasi interaksi antara banyak pengguna secara simultan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Tampilan Si Kepo

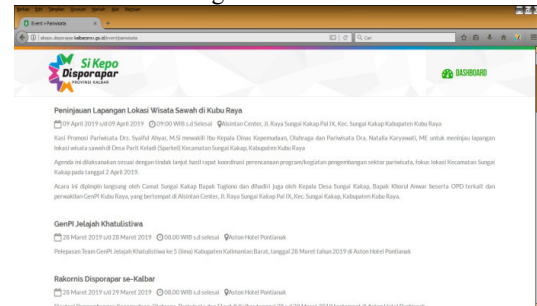
Adapun hasil pengamatan dan analisis kualitatif yang dilakukan terhadap laman pariwisata Provinsi Kalimantan Barat pada situs web Si Kepo

berdasarkan unsur-unsur pada MRT akan dibahas satu per satu sebagai berikut:

#### 1. Kesegeraan/Ketepatan Waktu (Immediacy)

Kesegeraan yang dimaksudkan di sini yaitu merujuk kepada kemampuan media (laman) dalam menyediakan informasi secara berkala dan memungkinkan umpan balik secara cepat. Jika dilihat pada situs web Si Kepo maka dapat disampaikan bahwa situs tersebut sebenarnya telah cukup memenuhi unsur kesegeraan yakni dipublikasikannya kegiatan-kegiatan aktual yang menjadi agenda dari promosi pariwisata Provinsi Kalimantan Barat. Hal ini terlihat dari publikasi berita yang berhubungan dengan pariwisata ataupun informasi tentang rentetan event kepariwisataan beserta tanggal kegiatannya seperti yang termuat pada menu “Event Pariwisata” yakni Festival Cross Border Aruk Sajingan, Workshop Weekend Market Crossborder, GenPI Jelajah Khatulistiwa, Peninjauan Lapangan Lokasi Wisata Sawah di Kubu Raya, serta kegiatan dan berita lainnya.

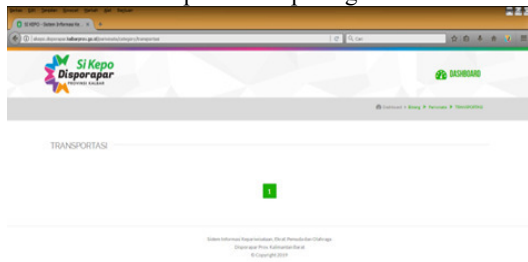
Meski demikian, pembaharuan terakhir pada laman ini dilakukan pada bulan April 2019, setelah itu belum ada informasi terbaru. Hal ini memunculkan pertanyaan apakah memang tidak ada informasi terbaru untuk diterbitkan atau memang laman tersebut sudah tidak dikelola dengan baik? Selain itu, informasi yang disajikan baik dari berita maupun event kepariwisataan diamati sangat minim. Bahkan terdapat informasi yang tidak ada deskripsi sama sekali, hanya sebatas nama kegiatan, waktu dan tanggal serta lokasi. Hal ini dapat dilihat pada gambar hasil tangkapan dari laman tersebut sebagai berikut:



Gambar 2. Tampilan laman event di Si Kepo

Bukan hanya pada laman event, pada laman transportasi pun tidak terdapat konten apapun alias kosong. Hal ini sangat disayangkan, mengingat informasi tentang alat transportasi yang bisa digunakan untuk mengkses titik-titik lokasi pariwisata maupun lokasi penunjang seperti hotel, bandara, ATM dan sebagainya sangat penting bagi

para wisatawan. Adapun hasil tangkapan dari laman tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Tampilan laman transportasi di Si Kepo

Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat direkomendasikan beberapa hal untuk memenuhi unsur kesegeraan yaitu a) pembaharuan informasi tentang event secara terus menerus, baik berupa berita maupun event kepariwisataan, b) setiap informasi harus dilengkapi dengan deskripsi yang jelas, bila perlu dilengkapi dengan gambar atau video penunjang, c) lengkapi konten dari laman transportasi, dan d) sediakan layanan webcast. Webcast sendiri adalah siaran langsung suatu peristiwa dari media internet, sehingga informasi yang ditampilkan tidak hanya sekadar up to date tetapi juga realtime.

## 2. Keragaman Penerima (Multiple Addressability)

Keragaman penerima merupakan kemampuan laman untuk berkomunikasi serta menyediakan dan menyampaikan informasi ke berbagai pihak. Dalam hal ini laman memiliki potensi sebagai sarana komunikasi massa yang dapat menjangkau pesan secara global. Untuk memastikan semua informasi pada laman bisa diakses oleh semua pihak maka salah satu indikatornya adalah tidak adanya fungsi yang dapat membatasi hak akses seperti fungsi login dengan mengisi username dan password.

Dalam subjek penelitian ini, laman pariwisata pada Si Kepo tidak mencantumkan fungsi login sehingga bisa diakses oleh siapapun yang mengakses laman tersebut.

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis yang dilakukan, untuk unsur keragaman penerima direkomendasikan perlu untuk ditambahkan fungsi email alert. Email alert merupakan sebuah layanan pemberitahuan dalam email yang akan memberitahukan tentang situs web dan juga informasi yang terkini dengan cara mendaftarkan alamat email wisatawan atau pengunjung Si Kepo terlebih dahulu. Hal ini berfungsi sebagai peringatan kepada wisatawan ataupun pengunjung Si Kepo yang mungkin jarang atau tidak mengakses laman pariwisata pada Si Kepo, jika

terdapat pembaharuan informasi tentang event kepariwisataan misalnya sehingga dapat menarik para wisatawan.

## 3. Keragaman Isyarat (Multiple Cues)

Keragaman isyarat mengacu kepada kemampuan untuk mengkomunikasi pesan melalui pendekatan berbeda-beda seperti tubuh, bahasa, suara dan intonasi. Indikator yang dimaksudkan pada unsur ini adalah penggunaan grafis, animasi, multimedia (audio dan video klip) yang dimanfaatkan untuk meningkatkan presentasi laman.

Pada laman pariwisata di Si Kepo ditemukan keragaman isyarat sebagai bagian dari presentasi laman dalam mempromosikan pariwisata di Kalimantan Barat yakni menu "Direktori Restoran dan Rumah Makan Kalbar", "Hotel dan Penginapan", dan "Panduan Wisata Kalbar". Pada laman yang diakses melalui menu-menu tersebut ditampilkan beragam foto yang menggambarkan informasi yang ditampilkan seperti foto restoran, foto hotel maupun foto objek wisata.

Akan tetapi setelah diamati dan dianalisis, diperoleh fakta bahwa terdapat beberapa foto identik yang digunakan untuk mendeskripsikan objek yang berbeda sehingga memunculkan asumsi bahwa foto-foto tersebut fiktif (tidak sepenuhnya benar atau tidak sesuai dengan apa yang dideskripsikan). Selain itu, foto-foto yang ditampilkan juga tidak menunjukkan adanya pengunjung/wisatawan. Hal ini penting karena selain agar tidak dikatakan fiktif, adanya wisatawan di dalam foto yang menunjukkan bahasa tubuh (gesture) gembira memberi kesan yang baik terhadap pariwisata di Kalimantan Barat sehingga dapat menarik minat para wisatawan lainnya.

Kekurangan lainnya pada Si Kepo yakni tidak tersedianya info grafis tentang peta yang menunjukkan titik-titik lokasi penting dan juga tidak adanya media komunikasi lain berupa tampilan animasi dan multimedia (audio dan video klip maupun streaming) yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan presentasi laman seperti yang telah dibahas pada unsur kesegeraan sebelumnya.

## 4. Keragaman Bahasa (Language Variety)

Unsur variasi bahasa menunjukkan kemampuan penggunaan kata yang berbeda untuk meningkatkan pemahaman, yaitu pada variasi cara dalam menyampaikan ide dan konsep melalui simbol bahasa. Adapun indikator dari unsur ini adalah apakah institusi dalam hal ini Disporapar Kalimantan Barat memfasilitasi para pihak terkait pada lamannya dengan menggunakan tautan atau hyperlink, serta menu dan format yang berbeda untuk luaran. Tautan sendiri dibagi menjadi tautan

internal (dalam sebuah situs web) dan eksternal (ke situs web lain).

Jika dilihat pada situs web Si Kepo maka dapat dilihat bahwa situs terkait menyediakan fasilitas tautan, tetapi hanya tautan internal. Hal tersebut dapat dilihat dengan adanya tautan ke laman “Direktori Restoran dan Rumah Makan Kalbar”, “Hotel dan Penginapan”, dan “Panduan Wisata Kalbar” dan “Event Pariwisata”. Tidak terdapat tautan eksternal pada Si Kepo, baik tautan dengan situs web instansi terkait maupun tautan dengan kanal media sosial Disporapar. Laman pariwisata ini juga tidak difasilitasi dengan pemakaian bahasa asing selain bahasa Indonesia.

Selain adanya fasilitas tautan, unsur keragaman bahasa suatu laman juga memastikan tersedianya luaran dalam format berkas berbeda seperti Portable Document Format (PDF) atau beberapa format lain yang dapat diunduh. Setelah diamati, situs web Si Kepo belum menyediakan fasilitas luaran yang bisa diunduh dalam format PDF ataupun format lainnya.

## 5. Sumber Personal (Personal Source)

Unsur sumber personal memfokuskan pada kemampuan untuk menunjukkan perasaan dan emosi. Indikator analisisnya adalah memastikan apakah situs web menggunakan tautan ke berbagai pihak dan juga tersedia email alerts untuk memberikan pembaharuan informasi. Pada prinsipnya, unsur ini memiliki sedikit kesamaan dengan unsur keragaman penerima.

Berdasarkan hasil pengamatan, jelas terlihat bahwa situs web Si Kepo khususnya pada laman pariwisata belum memenuhi indikator pada unsur ini. Untuk indikator tautan ke berbagai pihak sudah dijelaskan sebelumnya pada unsure keragaman bahasa, yang mana pada situs web Si Kepo hanya terdapat tautan internal, tetapi belum tersedia tautan ke berbagai pihak. Sedangkan layanan email alerts pun telah dibahas pada unsur keragaman penerima, yang mana pada situs web Si Kepo belum menyediakan layanan tersebut sehingga perlu direkomendasikan untuk disediakan pada pengembangan Si Kepo pada masa yang akan datang.

## 6. Memori Terolahkan Melalui Komputer (Computer Processable Memory)

Memori terolah oleh komputer berarti bahwa informasi dapat diorganisir dan diatur secara elektronik, misalnya tersedia alat-alat untuk membantu navigasi laman seperti fungsi pencarian (search), sitemaps untuk indeksasi laman, dan juga daftar menu.

Berdasarkan indikator-indikator tersebut, sesuai hasil pengamatan pada laman pariwisata situs web Si Kepo belum sepenuhnya terpenuhi.

Pada Si Kepo, belum terdapat fungsi pencarian informasi dan juga sitemaps. Indikator yang telah terpenuhi adalah tersedianya daftar menu yang diharapkan dapat mendukung penyajian informasi yang dapat memenuhi kebutuhan berbagai pihak khususnya para wisatawan. Masalah lengkap atau tidaknya daftar menu yang disediakan pada Si Kepo perlu dilakukan penelitian lebih lanjut.

## 7. Perekaman Eksternal (Externally Recordable)

Unsur kriteria perekaman eksternal berhubungan dengan kemampuan untuk menyediakan rekaman komunikasi, termasuk kemampuan untuk mendokumentasikan serta memodifikasi proses komunikasi. Adapun beberapa indikatornya adalah tersedianya fasilitas seperti penghitung pengunjung atau hit counter, buku tamu elektronik untuk menginformasikan berapa banyak pengunjung laman, serta tersedianya luaran dari informasi yang menjadi konten dari laman yang dapat diunduh oleh berbagai pihak.

Berdasarkan hasil pengamatan, diketahui bahwa situs web Si Kepo belum sama sekali memiliki fasilitas-fasilitas tersebut, baik penghitung pengunjung, buku tamu maupun unduhan informasi. Khusus untuk fasilitas unduhan informasi, sebelumnya telah dibahas pada unsur keragaman bahasa, yang mana situs web Si Kepo belum menyediakan fasilitas luaran yang bisa diunduh oleh wisatawan dalam format PDF ataupun format lainnya.

## 8. Konkurensi (Concurrency)

Konkurensi merujuk pada kemampuan untuk memfasilitasi interaksi antara banyak pengguna secara simultan. Indikatornya adalah dalam laman harus terdapat fasilitas interaksi melalui email, forum diskusi, bulletin boards, chatroom, automatic feedback forms dan electronic surveys.

Sama seperti hasil pengamatan pada-pada unsur sebelumnya, pada unsur konkurensi ini juga semua indikatornya belum tersedia pada situs web Si Kepo.

## 9. Rekomendasi Perbaikan

Hasil analisis menunjukkan berbagai macam kelemahan pada laman pariwisata situs web Si Kepo jika dilihat dari unsur-unsur yang ada pada MRT. Oleh karena itu maka melalui penelitian ini direkomendasikan beberapa hal guna menjadi pertimbangan dalam rangka perbaikan dan pengembangan Si Kepo pada masa yang akan datang yaitu sebagai berikut:

- a) Dilakukan pembaharuan informasi tentang event maupun berita secara terus menerus.

- b) Setiap informasi harus dilengkapi dengan deskripsi yang jelas, bila perlu dilengkapi dengan gambar atau video penunjang.
- c) Gunakan foto yang real untuk mendeskripsikan objek wisata. Perhatikan aspek gimmick guna mempromosikan objek wisata.
- d) Lengkapi konten pada laman transportasi dengan informasi yang dibutuhkan.
- e) Sediakan informasi tentang Disporapar, baik berupa alamat kantor, email, nomor telepon, kanal media sosial.
- f) Mengakomodir wisatawan asing dengan menerapkan konsep bilingual (bahasa Indonesia dan Inggris) pada laman.
- g) Sediakan layanan peta, streaming, webcast, tautan dengan situs web pendukung dan kanal media sosial, hit counter, buku tamu, forum diskusi, bulletin boards, automatic feedback forms, electronic surveys dan unduhan informasi dalam berbagai format berkas.

#### 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis kekayaan media berdasarkan 8 (delapan) unsur Media Richness Theory (MRT) terhadap laman pariwisata pada situs web Si Kepo Disporapar Kalimantan Barat, dapat ditarik kesimpulan bahwa situs web tersebut belum memenuhi mayoritas indikator-indikator pada setiap unsur MRT, atau bisa dikatakan bahwa situs web Si Kepo belum menjadi media yang “kaya” sehingga tidak cukup representatif untuk mempromosikan pariwisata di Kalimantan Barat.

Dari kedelapan unsur tersebut, unsur sumber personal, perekaman eksternal dan konkurensi sama sekali belum terpenuhi pada situs web Si Kepo, sedangkan unsur yang lainnya belum terpenuhi secara maksimal dan perlu dilakukan perbaikan.

Adapun hal-hal yang menjadi rekomendasi untuk perbaikan dan pengembangan Si Kepo ke depannya perlu diperhatikan dan direalisasikan agar Si Kepo dapat menjadi media yang lebih “kaya” dan representatif sebagai media promosi pariwisata sehingga dapat menarik minat para wisatawan yang pada akhirnya berdampak pada tingkat kunjungan wisatawan di Kalimantan Barat.

#### REFERENSI

- [1] H. Ritchi, R.M. Zulkarnaen, Z. Dewantara dan Y. Prayogi, “Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Upaya Peningkatan Aksesibilitas UKM (Desa Wisata) Kepada Pasar Di Lokasi Wisata Pangandaran Dan Sekitarnya”, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 36–40, Feb. 2018.
- [2] D. Buhalis and R. Law, “Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years On and 10 Years After the Internet - The State Of eTourism Research”, *Tourism Management*, vol. 29, no. 4, pp. 609–623, 2008.
- [3] D. Wang, S. Park, and D. Fesenmaier, “The Role of Smartphones In Mediating the Tourism Experience”, *Journal of Travel Research*, vol. 51, no. 4, pp. 371–387, 2012.
- [4] A. Lopez de Avila, “Smart Destinations: XXI Century Tourism”. Presented at the ENTER2015 Conference on Information and Communication Technologies in Tourism, Lugano, Switzerland, February 4-6, 2015.
- [5] S. Nasution, “Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif”, Bandung: Tarsito. 2003.
- [6] Departemen Pendidikan Indonesia, “Kamus Besar Bahasa Indonesia”, Jakarta: Balai Pustaka. 2009.
- [7] D.K.S. Putra dan N.D. Saputri, “Komunikasi Cyber CSR: Analisis Isi pada Official Laman PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten”, *Jurnal Channel*, vol. 3, no. 2, pp 17-39, Okt. 2015.
- [8] L.R. Daft and R.H. Lengel, “Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design”, *Management Science*, vol. 32, no. 5, pp. 554-571, 1986.
- [9] M.S. Moczynski, "A Study of Media Richness Theory, and the Impact of Message Valence on Media Choice of Managers of the Commander, Fleet & Industrial Supply Centers, U.S. Navy". Thesis. Minnesota: Capella University. 2010.
- [10] G. Rui, H. Kunihiko and R.M. Douglas, “A Study on Communication Media Selection: Comparing the Effectiveness of the Media Richness, Social Influence, and Media Fitness”, *Journal of Service Science and Management*, vol. 4, no. 3, pp. 291-299, 2011.
- [11] R. Zmud, M. Lind and F. Young, “An Attribute Space for Organizational Communication Channels”, *Information Systems Research*, vol. 1, no. 4, pp. 440-457, 1990.
- [12] S.K. Lodhia, “The World Wide Web and It’s Potential for Corporate Environmental Communication: A Study Into Present Practices In The Australian Minerals Industry”, *The International Journal of Digital Accounting Research*, vol. 6, no. 11, pp. 65-94, 2006.