

Program Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin Dalam Meningkatkan Wisatawan Pasar Terapung Muara Kuin

Muhammad Fiqrianor, Risa Dwi Ayuni, Sanusi

¹Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 18.11.0065

²Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1118088901

³Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 112212901

ABSTRAK

MUHAMMAD FIQRANOR 181100127, Program Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin dalam Meningkatkan Wisatawan Pasar Terapung Muara Kuin. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk meningkatnya wisatawan Pasar Terapung Muara Kuin, sehingga dapat meningkatkan pendapatan pelaku wisata sekitar, Meningkatnya penataan dan pengelolaan wisata pasar terapung membuat meningkatnya wisatawan lokal maupun luar daerah. Metode penelitian menggunakan jenis Penelitian Deskriptif dan pendekatan Kualitatif. Data yang dikumpulkan dengan observasi, interview, dokumentasi. Hasil penelitian mengemukakan bahwasanya Program Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin mengenai Pasar Terapung Muara Kuin sudah masuk tahap pelaksanaan dan evaluasi dengan program 10 destinasi wisata prioritas berbasis sungai. Program ini terus dilaksanakan sampai hasil yang maksimal sesuai dengan misi Wali Kota Banjarmasin. Pengembangan dimulai dari infrastruktur hingga sumber daya manusia, tujuan dari program itu agar Pasar Terapung Muara Kuin tidak akan hilang dengan harapan generasi selanjutnya dapat melihat langsung keunikan Pasar Terapung Muara Kuin. Media yang dipakai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin dalam menyampaikan informasi ada dua media sosial dan media cetak, media online seperti instagam dan web. Kendala yang dihadapi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin ialah masalah Sumber daya manusia.

Kata Kunci : : Humas, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarasin, Pasar Terapung Muara Kuin.

ABSTRACT

MUHAMMAD FIQRANOR 181100127, public relations program of the Banjarmasin City Culture and Tourism Office in Increasing Tourists of the Muara Kuin Floating Market. The purpose of this study is to increase tourists of the Muara Kuin Floating Market, so as to increase the income of surrounding tourist actors, The increase in the arrangement and management of floating market tourism has increased local and outside the area. The research method uses the type of Descriptive Research and Qualitative approach. Data collected by means of interviews, documentation, observations. The results showed that the Public

Relations Program of the Banjarmasin City Culture and Tourism Office regarding the Muara Kuin Floating Market has entered the implementation and evaluation stage with a program of 10 priority river-based tourist destinations. This program continues to be implemented until maximum results are in accordance with the mission of the Mayor of Banjarmasin. Development starts from infrastructure to human resources, the purpose of the program is so that the Muara Kuin Floating Market will not be lost with the hope that the next generation can see the uniqueness of the Muara Kuin Floating Market. The media used by the Banjarmasin City Culture and Tourism Office in conveying information are two social media and print media, online media such as instagam and the web. The obstacle faced by the Banjarmasin City Culture and Tourism Office is the problem of human resources.

Keywords: Public Relations, Culture and Tourism Office of Banjarmasin City, Muara Kuin Floating Market.

Daftar Pustaka

Sumber Jurnal :

- Pradana, H. (2020). **Pengembangan pariwisata pasar terapung Kota Banjarmasin. Jurnal Kebijakan Pembangunan**, 15(1), 63-76.
- Riana, D. R. (2020). **Wajah Pasar Terapung Sebagai Ikon Wisata Banjarmasin, Kalimantan Selatan dalam Sastra: Kajian Sastra Pariwisata. UNDAS: Jurnal Hasil Penelitian Bahasa dan Sastra**, 16(2), 231-250.
- Rifah, N. (2016). **Strategi Pedagang Pasar Terapung Lok Baintan dalam Mempertahankan Praktik Jual Beli Barter.**
- Sakdiah, H. (2016). **Peran pedagang perempuan pasar terapung dalam melestarikan tradisi dan kearifan lokal di Kalimantan Selatan (Perspektif teori perubahan sosial Talcott Parsons).**
- Santi, D. K. P. (2019). **Analisis Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pilihan Kunjungan Pariwisata Pasar Terapung Di Kota Banjarmasin. JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan**, 1(2).

Sumber Buku :

- Butterick, Keith. 2014. **Pengantar *Public Relation***. Jakarta. PTRajagrafindo Persada
- Indrawan, Rully Indrawan, dan Yaniawati, Poppy. 2017. **Metodologi Penelitian**. Bandung. PT Refika Aditama.
- Suwanto. 2018. **Pengantar *Public Relations Kontemporer***. Bandung. PT Remaja Rosdakarya