

BAB IV

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS

PARIWISATA, KEPEMUDAAN DAN OLAHRAGA KOTA

SERANG

A. Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran

Kota Serang memiliki berbagai jenis wisata. Berbagai macam jenis wisata yang ada di Kota Serang di antaranya adalah wisata religi, wisata bahari dan wisata kuliner. Dengan banyaknya jenis pariwisata ini membuat pemerintah maupun perusahaan tertarik dalam mengembangkan dan memasarkannya dengan berbagai cara agar dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah wisata tersebut.

Dalam meningkatkan jumlah wisatawan pada wisata religi Masjid Agung Banten Lama diperlukan perencanaan strategi komunikasi pemasaran yang matang agar tercapainya strategi tersebut. Perencanaan ini disusun melalui DPA (Daftar Penggunaan Anggaran) yang disusun oleh bidang masing-masing yang ada di SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah). Adapun anggarannya berasal dari APBN (Anggaran Pendapatan dan

Belanja Negara), APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah) maupun dari dana-dana lain seperti CSR (*Corporate Sosial Responsibility*).

Khusus pemasaran pariwisata dalam hal ini strategi disusun oleh bidang Pariwisata Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang. Tujuan dibuatnya strategi ini untuk dapat mewujudkan tujuan dari organisasi. Adapun target dari bidang promosi itu adalah mendatangkan jumlah wisatawan sebanyak-banyaknya ke daerah wisata khususnya Masjid Agung Banten Lama yang berada di Kompleks Kesultanan Banten.

Adapun perencanaan strategi komunikasi pemasaran yang ada di Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang yaitu sebagai berikut¹:

1. **Atraksi.** Atraksi adalah daya tarik yang berupa kegiatan atau kegiatan untuk menarik wisatawan di suatu daerah.

Dalam hal ini Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang sebelum membuat kegiatan yang akan dilaksanakan terlebih dahulu membuat buku kalender kegiatan

¹ Eka Puwanti, Kepala Bidang Ekonomi Kreatif Disparpora Kota Serang, wawancara oleh penulis di kantornya , 3 Oktober 2019

tahunan. Buku ini berisi kegiatan atau kegiatan yang akan dilaksanakan selama satu tahun kedepan, dari buku kalender kegiatan ini wisatawan dapat mengetahui rencana-rencana kegiatan yang akan dilaksanakan di Provinsi Banten khususnya Kota Serang.

Dalam hal ini Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang membuat kegiatan yang bertujuan untuk menarik wisatawan, khususnya untuk wisata religi di Masjid Agung Banten Lama.

2. **Amenitas.** Amenitas adalah sarana penunjang insfrastruktur dari suatu destinasi wisata.

Suatu destinasi tidak bisa berdiri sendiri dalam pemahaman konsep pariwisata. Dibutuhkan segala fasilitas penunjang guna melengkapi segala keperluan dari wisatawan. Seorang wisatawan harus mengetahui di mana tempat beribadah, di mana sarana kesehatan, tempat penginapan,

tempat kuliner, ataupun pusat oleh-oleh sebagai buah tangan mereka ketika berwisata.²

Menurut peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 67 tahun 2005 dijelaskan bahwa penyediaan infrastruktur adalah yang meliputi pekerjaan konstruksi untuk membangun atau meningkatkan kemampuan infrastruktur dan atau kegiatan pengelolaan infrastruktur dan atau pemeliharaan infrastruktur dalam rangka meningkatkan kemanfaatan infrastruktur. Sedangkan, menurut peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 38 tahun 2015 bahwa definisi infrastruktur adalah fasilitas teknis, fisik, sistem, perangkat keras dan lunak yang diperlukan untuk melakukan pelayanan kepada masyarakat dan mendukung jaringan struktur agar pertumbuhan ekonomi dan sosial masyarakat dapat berjalan dengan baik.³

3. **Aksesibilitas.** Aksesibilitas adalah kemudahan akses yang didapat wisatawan untuk dapat mencapai destinasi wisata.

² “Pentingnya Penerapan 3A Pariwisata dalam Pokdarwis”
<https://disporapar.cilacapkab.go.id/>, diakses pada 11 September 2019

³ “Infrastruktur: Jenis-jenis Infrastruktur dan Komponen-komponennya”
<https://www.artikelsiana.com/>, diakses pada 10 September 2019

Membangun suatu pariwisata juga perlu mempertimbangkan adanya konsep akses utama untuk menuju lokasi. Seorang wisatawan perlu tahu akan kondisi akses jalur untuk menuju destinasi dengan baik, keberadaan fasilitas kendaraan, serta adanya papan petunjuk arah untuk menuju sebuah destinasi. Hal ini sangat diperlukan dalam pengembangan suatu pariwisata sehingga seorang wisatawan dapat berwisata dengan mudah tanpa takut akan adanya akses yang buruk.

Kemudian adapun program kerja aksesibilitas yang sebagai bentuk perencanaan strategi komunikasi adalah dengan berupaya menyediakan transportasi dengan trayek atau rute khusus ke Banten Lama yang bekerjasama dengan Dinas PUPR (Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat) sehingga dengan demikian memudahkan wisatawan dalam menuju ke lokasi wisata, selain itu Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang juga berupaya meningkatkan kesadaran wisatawan dalam menjaga kebersihan dan menjaga fasilitas yang ada di lokasi wisata tersebut.

B. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran

Dalam perencanaan strategi komunikasi pemasaran yang telah disusun oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang secara tidak langsung merupakan kegiatan komunikasi pemasaran yang selama ini dilakukan terpisah-pisah yang mencakup:

1. **Atraksi.** Atraksi adalah daya tarik yang berupa kegiatan atau kegiatan untuk menarik wisatawan di suatu daerah.

Daya tarik yang ada di Masjid Agung Banten Lama sendiri adalah karena di dalamnya terdapat tempat untuk berziarah. Seperti yang telah dipaparkan oleh Bu Iris Herga sebagai pelaksana promosi wisata Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang⁴,

“Atraksinya ya masjid Agung itu sendiri. Tetapi di Masjid Agung itu ada tempat ziarah. Sebenarnya yang menjadi orang tertarik berkunjung kesana itu ya untuk berziarah. Selain untuk berziarah biasanya Masjid Agung ini digunakan untuk tempat beribadah”.

⁴ Iris Herga, Pelaksana Promosi Wisata Disparpora Kota Serang, wawancara oleh penulis di kantornya , 5 November 2019

Atraksi lainnya yang sudah dilaksanakan tetapi memang belum rutin adalah pertunjukan terbang gede, wiridan dan festival Surosowan. Festival Surosowan ini merupakan acara dari Bidang Promosi Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang yang biasanya dilakukan satu kali dalam setahun.

Kalau amal sembahyang di Masjid mencerminkan kesatuan dan keseragaman dunia Islam, maka amal ziarah ke Makam wali atau sultan mencerminkan keanekaragaman budaya-budaya yang tercakup di dalam dunia Islam.⁵

Kita telah diperintah untuk ziarah kubur, Rasulullah SAW dan para sahabat juga pernah ziarah kubur. Jadi tidak ada dasar sama sekali untuk melarang ziarah kubur, karena kita semua tahu bahwa Rasulullah pernah ziarah ke makam Baqi' dan mengucapkan kata-kata yang ditujukan kepada para ahli kubur di makam Baqi' tersebut.⁶

⁵ Henri Cambert-Loir dan Claude Guillot, *Ziarah dan Wali di Dunia Islam*, (Jakarta: Serambi, 2007), hlm. 15

⁶ Nahdlatul Ulama, *Amaliyyah NU dan Dalilnya: Antara Sunnah dan Bid'ah*, (Jakarta: PBNU, 2011), hlm.35-36

Dalil-dalil tentang ziarah kubur:

وسلم عليه صلى الله رسول قال :

نهيتكم : فزوروا القبور يارة عن

Artinya :

Rasulullah SAW bersabda: Dahulu aku telah melarang kalian berziarah ke kubur. Namun sekarang, berziarahlah kalian ke sana. (HR. Muslim).

عن ابي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : استأذنت ربي أن أستغفر لأمي ، فلم يأذن لي ، واستأذنته ان ازور قبرها فأذن ر.

Artinya :

Dari Abu Hurairah RA. Berkata, Rasulullah SAW bersabda: Aku meminta izin kepada Allah untuk memintakan ampunan bagi ibuku, tetapi Allah ti- dak mengijinkan. Kemudian aku meminta izin ke- pada Allah untuk berziarah ke makam ibuku, lalu Allah mengijinkanku. (HR. Muslim)

Pendapat para ulama' tentang ziarah kubur. Imam Ahmad bin Hambal. Ibnu Qudamah dalam kitabnya "al-Mugh" menceritakan bahwa Imam Ahmad bin Hambal pernah ditanya

pendapatnya tentang masalah ziarah kubur, manakah yang lebih utama antara ziarah kubur ataukah meninggalkannya. Beliau Imam Ahmad kemudian menjawab, bahwa ziarah kubur itu lebih utama⁷.

2. **Amenitas.** Amenitas adalah sarana penunjang insfrastruktur dari suatu destinasi wisata.

Kemudian sarana penunjang infrastruktur yang sudah terlaksana dari Masjid Agung Banten Lama adalah terdapat toilet, tempat wudhu, homestay parkir untuk bus dan kendaraan pribadi, dan pusat oleh-oleh khas Banten. Jika sampai di lokasi Masjid Agung Banten Lama terdapat beberapa sarana penunjang infrastruktur di antara nya adalah terdapat dua toilet umum, toilet yang pertama berada di sebelah kiri dari pintu masuk bertepatan dengan jalan menuju area untuk sholat. Terdapat tujuh buah toilet, juga ada tempat wudhu di sisi depan toilet, akan tetapi kondisinya tidak bersih, bau, tergenang air, banyak sampah tissue yang berserakan di lantai toilet. Toilet yang kedua berada di dekat pintu keluar

⁷ Nahdlatul Ulama, *Amaliyyah NU dan*, hlm.35-36

ketika pengunjung selesai berziarah. Lokasinya tepat di lantai satu masjid yang saat ini masih dalam proses pembangunan.

Berbeda dengan kondisi toilet yang sebelumnya, kondisi toilet ini lebih bersih, tidak ada sampah berserakan di lantai, wangi dan juga lebih banyak jumlah toiletnya. Kedua toilet ini sama sama memiliki tarif untuk masuk yaitu sebesar Rp. 2.000 untuk satu orang. Kemudian terdapat tempat wudhu khusus untuk pria dan wanita yang berada di sebelah kiri dari pintu masuk masjid. Namun, ketika saat itu saya tidak bisa memasuki tempat wudhu dikarenakan tidak ada air sehingga ditutup sementara.

Beranjak ke pelataran Masjid Agung Banten Lama yang berada di depan sebelum memasuki masjid. Dipelataran ini dipenuhi dengan para pedagang makanan dan minuman yang seharusnya dilarang berdagang di area ini karena telah terdapat rambu larangan berdagang untuk pedagang kaki lima dan asongan, akan tetapi para pedagang tidak mematuhi. Di sekitar pelataran masjid terdapat lima buah posko berwarna hijau, posko ini berfungsi sebagai tempat beristirahat bagi

pengunjung karena di dalamnya terdapat tempat duduk. Setelah itu terdapat tempat parkir untuk kendaraan motor, mobil dan bus. Tempat parkir untuk motor berada di depan Keraton Surosowan, sedangkan tempat parkir untuk mobil dan bus berada di lapangan yang berjarak kurang lebih 40 m.

Di daerah kawasan wisata Banten Lama memang tidak ada hotel dikarenakan wilayah tersebut merupakan cagar budaya. Seperti yang dikatakan langsung oleh Pak Toto Suharto sebagai Kepala Seksi Pengembangan Destinasi dan ODTW (Objek Daya Tarik Wisata), “Untuk akomodasi disana memang tidak ada hotel. Karena daerah disitu adalah daerah cagar budaya. Tidak boleh ada bangunan tinggi, besar, massif dan sebagainya”.

Selanjutnya adalah *homestay*. *Homestay* adalah rumah penduduk yang salah satu kamarnya difungsikan untuk penginapan wisatawan. *Homestay* ini diperuntukkan bagi wisatawan atau peziarah dari luar Banten yang ini menginap dan bermalam di daerah Masjid Agung Banten. *Homestay* tersebut berlokasi di dua kelurahan yaitu Kelurahan Banten

dan Kelurahan Kasunyatan, lokasi ini dipilih karena merupakan dua kelurahan utama yang berada di Banten Lama. Di Kelurahan Kasunyatan ada *homestay* milik Pak Haji Aceng yang berlokasi tepat di depan tembok Surosowan. Dari segi harga, *homestay* ini sangat terjangkau untuk kantong wisatawan karena tidak terlalu mahal, misalnya seharga Rp. 100.000 rupiah untuk semalam. Harga yang ditawarkan pun beragam yang di sesuaikan dengan fasilitas yang ada. *Homestay* ini tidak dikenakan pajak oleh pemerintah. Seperti yang dikatakan langsung oleh Kepala Seksi Pengembangan Destinasi dan ODTW (Objek Daya Tarik Wisata), Toto Suharto⁸:

“Homestay ini tidak dikenakan pajak oleh pemerintah karena memang dimaksudkan untuk membantu perekonomian masyarakat. Jadi masyarakat sendiri yang menyelenggarakan kalau ada wisatawan yang datang.”

Adapun yang mengelola *homestay* ini adalah Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata). Di Kecamatan Kasemen memiliki dua Pokdarwis yaitu di Kelurahan Kasunyatan ada Pokdarwis

⁸ Toto Suharto, Kepala Seksi Pengembangan Destinasi dan ODTW Disparpora Kota Serang, wawancara oleh penulis di kantornya , 5 November 2019

Maulana Yusuf sedangkan di Kelurahan Banten ada Pokdarwis Ki Amuk. Terdapat dua puluh *homestay* di Kelurahan Kasunyatan. Di Kota Serang sendiri sudah ada sepuluh Pokdarwis.

Kemudian adapun program kerja amenities sebagai bentuk pelaksanaan strategi komunikasi adalah Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang telah membangun toilet di sekitar Banten Lama dengan bantuan Kementerian melalui anggaran dari DAK (Dana Alokasi Khusus). Dana ini diberikan untuk memperbaiki amenities yang ada di Banten Lama. Dari dana tersebut akhirnya dibuatkan sepuluh toilet di sekitaran Banten Lama. Selain amenities yang dibangun dan dikelola oleh dinas atau pemerintah ada juga amenities yang dibangun dan dikelola oleh masyarakat sekitar dengan membangun toilet umum.

3. **Aksesibilitas.** Aksesibilitas adalah kemudahan akses yang didapat wisatawan untuk dapat mencapai destinasi wisata.

Aksesibilitas terdiri dari berbagai infrastruktur dan sarana transportasi publik yaitu tempat parkir, terminal bus, bandara,

stasiun kereta api, pelabuhan, dermaga, bus wisata, taksi, pesawat terbang, kereta api, kendaraan pribadi, jalan raya, jalan tol dan lain.lain.⁹

Dalam hal ini Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang bekerjasama dengan Dinas PUPR, Dinas Lingkungan Hidup dan juga Dinas Kebersihan untuk bersama-sama membangun infrastruktur, menyediakan transportasi, dan menjaga kebersihan. Karena bagaimana pun Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang merupakan dinas yang harus banyak berkolaborasi dengan dinas yang lain.

Agar dapat menuju destinasi wisata Masjid Agung Banten Lama, para wisatawan dapat memilih berbagai opsi transportasi yaitu kereta. bus,dan juga angkutan kota. Jika memilih menggunakan bus, wisatawan dapat menaiki bus dari terminal pakupatan Serang kemudian melanjutkan dengan angkutan kota ke arah Pocis dan turun di Banten Lama kemudian jalan sedikit untuk sampai ke Masjid Agung Banten

⁹ “Aksesibilitas Pariwisata” <https://www.academia.edu/>, diakses pada 10 September 2019

Lama. Sedangkan jika wisatawan dari arah Merak, rutenya adalah dari Pelabuhan Merak melanjutkan perjalanan dengan kereta api ke arah Stasiun Serang kemudian turun di stasiun Serang lalu menaiki angkutan kota arah pasar royal setelah itu bisa menyewa angkutan kota sampai ke Masjid Agung Banten Lama. Alternatif transportasi lainnya adalah dengan menggunakan transportasi online dari lokasi penjemputan ke lokasi tujuan. Selain sarana transportasi, aksesibilitas lainnya yaitu terdapat plang petunjuk menuju lokasi yang terpasang 40 KM sebelum memasuki lokasi Masjid Agung Banten Lama.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Dari Strategi

Komunikasi Pemasaran

1. Faktor Pendukung

Dalam pelaksanaannya strategi komunikasi pemasaran dari Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang tentu memiliki faktor yang mendukung agar dapat mewujudkan dari strategi komunikasi pemasaran tersebut. Faktor pendukungnya antara lain:

a. Kaum Milenial

Kaum milenial ini menjadi faktor pendukung, karena kaum milenial yang memiliki kegemaran berwisata ke berbagai daerah khususnya di daerah Kota Serang dan sekitarnya. Kaum milenial ini akan menjelajahi berbagai tempat yang ada di Kota Serang.

b. Pokdarwis Ki Amuk

Kelompok sadar wisata atau Pokdarwis Ki Amuk yang merupakan kelompok binaan yang dibina oleh Kepala Seksi Pengembangan Destinasi dan Daya Tarik Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang. Pokdarwis sendiri merupakan kelompok masyarakat dalam menerapkan sapta pesona di objek wisata yang ada di wilayahnya. Sampai tahun 2019 sudah terbentuk delapan Pokdarwis di Kota Serang dan yang masih dalam proses pembentukan sebanyak dua kelompok.

c. HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia) Kota Serang

Himpunan Pramuwisata Indonesia ini adalah masyarakat yang diberikan pelatihan untuk menjadi tour guide. Mereka dilatih tentang kepariwisataan mulai dari cara penerimaan tamu,

sejarah budaya Banten Lama, hospitality, keramah tamahan dalam menerima wisatawan. HPI juga telah bekerja sama dengan biro perjalanan, sehingga bagi para wisatawan yang ingin dipandu dengan tour guide dapat melalui biro perjalanan. HPI ini juga akan direncanakan memiliki kantor di Banten Lama, agar memudahkan wisatawan yang ingin dipandu dengan tour guide tanpa melalui biro perjalanan.

d. Media

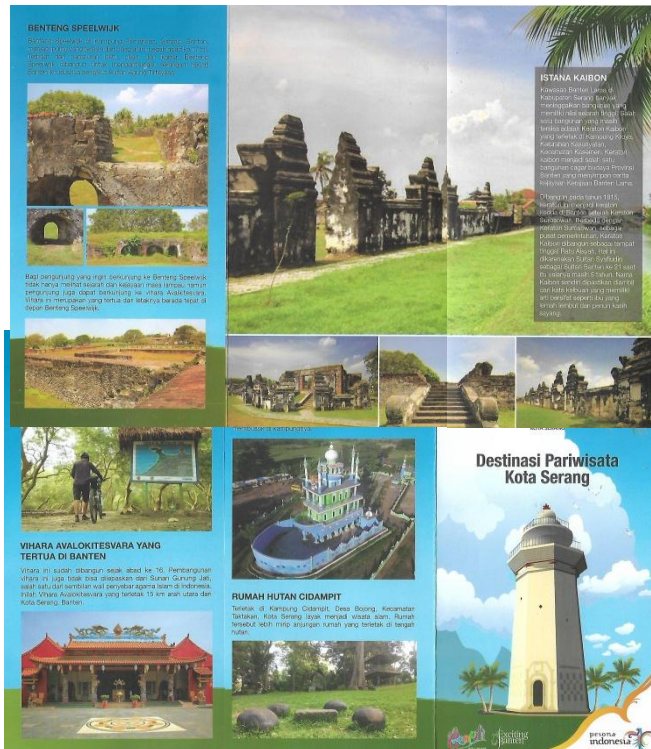
Media penyiaran yang terdiri dari televisi dan radio telah menjadi media yang sangat penting dalam periklanan dan promosi. Selain itu media cetak seperti majalah dan surat kabar pun sudah menjadi media iklan tertua.¹⁰

1. Media Cetak

Sebagai upaya promosi Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang melakukan promosi melalui media cetak seperti koran dan brosur.

¹⁰ Morissan, *Periklanan: Komunikasi...*, hlm.279

a) Brosur



Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang membuat brosur sebagai salah satu upaya untuk mempromosikan kepada masyarakat luas mengenai destinasi pariwisata Kota Serang. Selain itu, brosur lainnya yang dibuat adalah brosur tentang kegiatan yang akan juga sedang berlangsung.

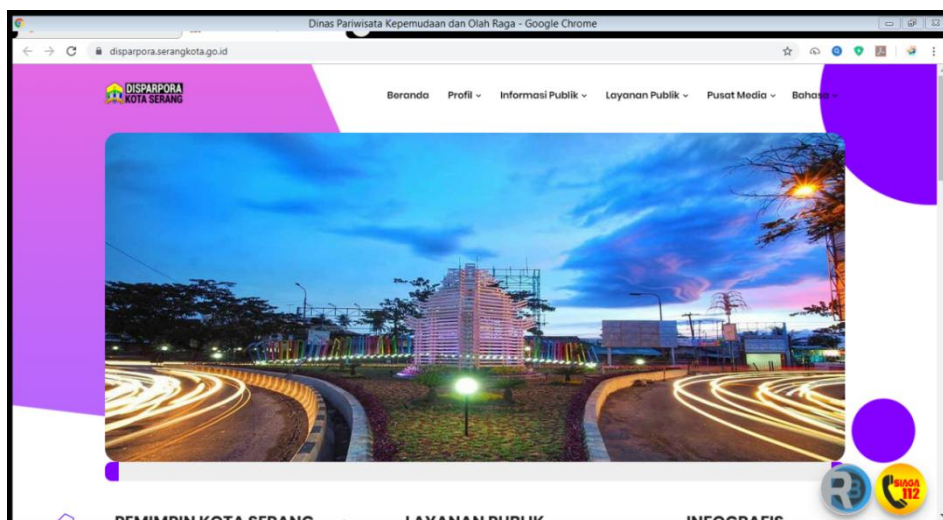
Brosur diatas adalah brosur mengenai destinasi pariwisata Kota Serang. Yang mana di dalamnya dijelaskan beberapa wisata

di Kota Serang. Seperti masjid kapal bosok, rumah hutan Cidampit, wisata pulau burung, vihara avalokitesvara, istana Kaibon, benteng speelwijk dan masih banyak lainnya yang tidak dicantumkan dalam brosur ini.

2. Media Online

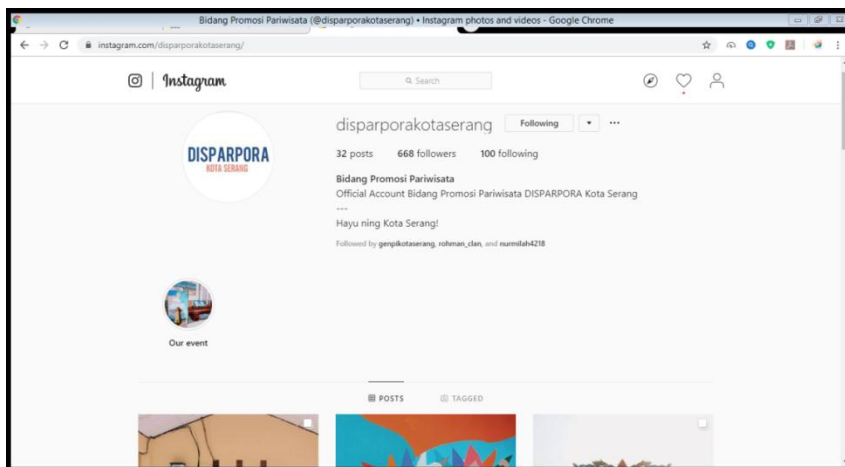
Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang juga giat dalam melakukan promosi di media online tak hanya di media cetak atau brosur. Pemilihan media online dinilai lebih efektif karena dapat menjangkau para wisatawan dari berbagai daerah maupun dari berbagai usia. Media tersebut antara lain:

- a) Website Resmi Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang



Website resmi Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang ini dapat diakses melalui laman disparpora.serangkota.go.id. Melalui website ini para wisatawan dapat mengetahui tempat-tempat wisata yang ada di Kota Serang. Tak hanya itu, di dalam website ini juga terdapat info mengenai sejarah, profil dinas beserta struktur organisasinya, informasi publik, layanan publik, pusat media yang berisi foto serta video kegiatan, dan berita-berita seputar Kota Serang.

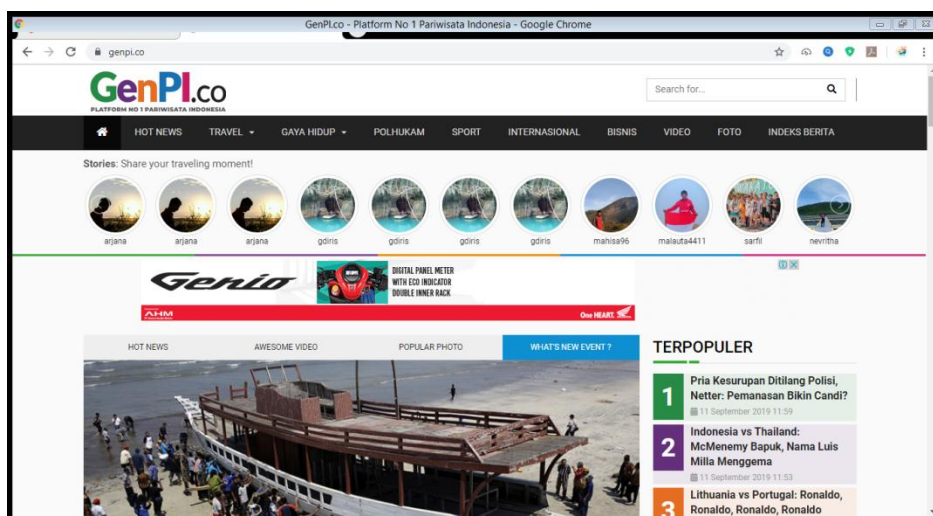
b). Instagram resmi Bidang Promosi Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang



Instagram resmi bidang promosi Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang ini sudah ada sejak

tahun 2017. Dengan jumlah pengikut sebanyak 668 orang. Melalui instagram ini bidang promosi giat memposting tentang kegiatan-kegiatan di Kota Serang.

c). GENPI (Generasi Pesona Indonesia)



Generasi Pesona Indonesia (GENPI) adalah salah satu binaan dari Kementerian Pariwisata. Tujuan diadakannya GENPI ini adalah untuk mempromosikan berbagai kegiatan tidak hanya di Kota Serang tetapi juga di seluruh nusantara. Yang mana ketika kegiatan tersebut dilaksanakan, mereka akan mempromosikannya melalui media sosial pribadinya yang juga disisipkan hastag di setiap postingan kegiatan yang

sedang berlangsung. Diharapkan dengan penggunaan hastag ini dapat menjadi *trending topic* di media sosial.¹¹

Selain mempromosikan melalui akun media sosial pribadi dari anggota GENPI. GENPI sendiri mempunyai platform media online berupa website yaitu www.genpi.co yang menyajikan berita dan informasi seputar pariwisata Indonesia maupun internasional yang diterbitkan oleh PT. Pesona Digital. GenPI.co menyajikan variasi konten mulai dari penulisan artikel, foto, dan video. GenPI.co berada dibawah PT. Pesona Digital Com sebagai perusahaan berbadan hukum (Nomor AHU-0041904.AH.01. 01 Tahun 2016). GenPI.co tidak terikat dengan partai politik, non partisan menghargai perbedaan dan keragaman, dan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan. GenPI.co juga bertujuan memberikan referensi dan layanan informasi lengkap bagi masyarakat secara umum. Dengan tagline “Platform Nomor Satu Pariwisata Indonesia”, GenPI.co ingin memosisikan diri sebagai media yang selalu menyajikan informasi tercepat, terlengkap, terkurat dan

¹¹ Eka Purwanti, Kepala Seksi Pengembangan Ekonomi Kreatif, diwawancara di Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang, pada 14 Agustus 2019

paling menarik di dunia pariwisata Indonesia sebagai bagian dari promosi wisata Indonesia. Karen itu, GenPI.co tidak hanya menyajikan informasi terkini dalam bentuk artikel tertulis namun juga dalam bentuk kreatif berupa foto, video, poster dan infografis yang update dan menarik. Selain itu, tim media sosial melakukan interaksi dengan netizen dengan berbagai cara seperti membuat lomba, giveaway dan kuis. Seluruh konten dalam GenPI.co juga dilarang mengandung unsur hoaks, ujaran kebencian dan SARA (suku, ras, agama dan antar golongan).¹²

2. Faktor Penghambat

Dalam pelaksanaannya strategi komunikasi pemasaran dari Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang tentu memiliki faktor yang menghambat dalam mewujudkan dari strategi komunikasi pemasaran tersebut. Faktor penghambat nya antara lain:

a. Anggaran

Dalam mengenai anggaran, Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang masih bergantung

¹² “Tentang Kami” www.genpi.co/, diakses pada 9 September 2019

kepada APBD (Anggaran Pendapatan Belanja Daerah). Sedangkan APBD yang diberikan Kota Serang belum banyak. Tapi, hal ini masih dapat diatasi dengan dana dari CSR (*Corporate Sosial Responsibility*) maupun dana dari kementerian.

Besaran jumlah anggaran yang didapat dari APBD pada tahun 2018 untuk bidang promosi Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang sebanyak Rp. 900.000.000 selama satu tahun, sedangkan untuk jumlah anggaran yang di berikan kepada bidang EKRAF (ekonomi kreatif) adalah sebesar Rp. 300.000.000 selama satu tahun.

b. Pengunjung/ Wisatawan

Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang bekerja sama dengan Dinas PUPR dalam membangun fasilitas yang ada di Banten Lama khususnya di Masjid Agung Banten Lama. Namun, kesadaran pengunjung atau wisatawan dalam menjaga fasilitas yang sudah diberikan masih sangat kurang yang akhirnya menjadi salah satu faktor penghambat. Dibuktikan dengan masih banyak nya sampah yang berserakan di toilet dan di sekitaran pelataran masjid. Selain masalah kesadaran

pengunjung atau wisatawan tentang kebersihan, masalah kesadaran akan ketertiban wisatawan juga masih sangat kurang, dikarenakan masih ada beberapa wisatawan yang masih menggunakan sandal di area masjid yang sebenarnya sudah ada larangan untuk tidak menggunakan sandal di area masjid.

c. Sarana yang belum memadai

Untuk menuju ke Masjid Agung Banten Lama yang berada di daerah Kesultanan Banten Lama memang belum ada sarana transportasi yang memadai seperti angkutan umum dengan rute Banten Lama. Dengan kondisi tersebut menghambat wisatawan yang akan berkunjung. Mengingat kondisi tersebut Banten Lama sekarang sedang diupayakan agar mudah diakses. Dengan dilakukannya revitalisasi melalui pelebaran ruas jalan dan juga pembetonan jalan. Namun, akses tersebut belum semuanya memadai. Karena masih ada yang belum terjangkau revitalisasi di daerah pelosok Banten Lama.

d. Belum ada Badan Pengelolaan

Masjid Agung Banten Lama ini masih dibawah kepemilikan Kenadiran Kesultanan Banten Lama. Yang dimana

terdapat dua kelompok yang mengaku dirinya adalah keturunan daripada Kesultanan Banten. Dan setelah ditemui oleh Pak Toto Suharto kedua kelompok tersebut memang merupakan keturunan dari Kesultanan Banten tetapi dari keluarga yang berbeda. Kedua saling mengklaim wilayah miliknya.

Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang beberapa kali mengajak kedua kelompok tersebut untuk membicarakan permasalahan pengelolaan Banten Lama ini yang mana pengelolaannya akan di ambil alih oleh Pemerintah Kota tetapi asset daripada Masjid Agung Banten Lama sendiri tetap milik keluarga Kenadiran Kesultanan Banten Lama. Pada saat rapat dan diskusi mereka menyetujuinya, namun pada kenyataannya di lapangan masih saling terjadi klaim wilayah masing-masing. Dua kelompok yang tidak akur ini lah bukan masalah yang besar tapi cukup menghambat kinerja dari Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang karena masih ketidakjelasan badan pengelolaannya.

e. Belum ada kerjasama antara Pemerintah dengan Keluarga Kesultanan

Sejauh ini belum ada kerjasama antara Pemerintah Kota Serang dengan Pemerintah Kabupaten Serang dalam hal penanganan infrastruktur jalan, penanganan situsnya. Situs ini sendiri berada di bawah BPCB (Balai Pelestarian Cagar Budaya). Semua cagar budaya yang ada di kawasan Kesultanan Banten Lama dibawah kewenangan BPCB termasuk makam. Dalam hal ini ada empat pihak, diantaranya Pemerintah Provinsi, Pemerintah Kota Serang, Pemerintah Kabupaten Serang dan BPCB. Dalam hal ini juga terdapat rencana kerjasama antara Pemerintah Provinsi, Pemerintah Kota, Pemerintah Kabupaten, BPCB dan juga keluarga Kesultanan Banten yang diharapkan akan segera terbentuk pada tahun 2021.