



e-ISSN 2798-8260



Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora Vol: 4, No 1, 2024, Page: 1-12

Strategi Cik Uniang Cik Ajo Duta Wisata Dalam Rangka Transformasi Promosi Pariwisata di Kota Pariaman

Lidiya Wahyuni^{1*}, Aldri Frinaldi²

^{1,2)} Universitas Negeri Padang

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pelaksanaan transformasi promosi pariwisata di kota Pariaman yang dilakukan oleh Cik Uniang Cik Ajo duta wisata dengan menganalisis strategi serta menetapkan strategi yang tepat. Latar belakang penelitian ini adalah belum optimalnya kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan oleh Cik Uniang Cik Ajo duta wisata serta adanya dampak dari perkembangan teknologi dan informasi kegiatan promosi wisata dan juga berdampak pada perubahan perilaku wisatawan. Kualitatif deskriptif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis SWOT digunakan sebagai teknik analisis data dan teknik *purposive sampling* sebagai teknik pemilihan informan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa dalam rangka pelaksanaan transformasi promosi pariwisata di kota Pariaman, Cik Uniang Cik Ajo telah berupaya melakukan perubahan cara promosi dengan memanfaatkan teknologi dan menyesuaikan dengan perubahan perilaku masyarakat dalam berwisata dan mencari informasi seputar objek wisata. Namun pelaksanaan kegiatan transformasi ini belum berjalan dengan optimal, hal ini dilihat dari belum intensifnya pembuatan konten promosi pariwisata oleh Cik Uniang Cik Ajo serta masih kurangnya eksistensi Cik Uniang Cik Ajo sebagai duta wisata dan promotor pariwisata di kalangan masyarakat.

Kata kunci: Strategi, Transformasi Promosi, Duta Wisata

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v4i1.1822>

*Correspondence: Lidiya Wahyuni

Email: lidiyawahyuni415@gmail.com

Received: 01-08-2024

Accepted: 08-08-2024

Published: 15-08-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to examine the implementation of tourism promotion transformation in Pariaman city carried out by Cik Uniang Cik Ajo, a tourism ambassador by analyzing strategies and determining the right strategy. The background of this study is the suboptimal tourism promotion activities carried out by Cik Uniang Cik Ajo, a tourism ambassador and the impact of technological developments and information on tourism promotion activities and also have an impact on changes in tourist behavior. This study uses a descriptive qualitative method with data analysis techniques in the form of SWOT analysis and the selection of informants using purposive sampling techniques. The results of the study indicate that in order to implement tourism promotion transformation in the city of Pariaman, Cik Uniang Cik Ajo has attempted to change the way of promotion by utilizing technology and adjusting to changes in people's behavior in traveling and seeking information about tourist attractions. However, the implementation of this transformation activity has not been optimally, this as seen from the less intensive creation of tourism promotion content by Cik Uniang Cik Ajo and the lack of existence of Cik Uniang Cik Ajo as a tourism ambassador, tourism ambassador and tourism promoter among the community.

Keywords: Strategy, Promotion Transformation, Tourism Ambassador

Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini, sektor pariwisata telah menjadi pendorong utama perekonomian dunia dan menjadi industri yang mengglobal. Kota Pariaman merupakan sebuah kota di Sumatera Barat yang mempunyai potensi wisata yang cukup beragam. Ismayanti dalam (Rosmiati, 2022) mengatakan bahwa kesadaran akan potensi wisata yang dimilikinya akan memperoleh manfaat yang besar bagi daerah tersebut. Untuk mengoptimalkan potensi wisata tersebut maka membutuhkan strategi yang efektif dalam mengoptimalkan kegiatan pengembangan dan promosi wisata yang dimilikinya. Salah satu strategi yang diterapkan adalah melalui peran duta wisata. Duta wisata menurut Andriyani dalam (Hadi Santosa, 2022) merupakan remaja/pemuda yang menjadi perwakilan suatu daerah yang bertugas untuk memperkenalkan potensi wisata daerahnya, sebagai orang-orang pilihan mereka diharapkan mampu menjadi seorang berwawasan luas, memiliki kreativitas, mampu berinovasi serta mencerminkan sosok yang terampil dan mempunyai budi baik.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman secara rutin telah menyelenggarakan kegiatan pemilihan duta wisata sebagai salah satu upaya dan strategi dalam kegiatan promosi pariwisata. Program pemilihan duta wisata ini dinamai dengan Cik Uniang Cik Ajo Duta Wisata Kota Pariaman. Cik Uniang Cik Ajo Duta wisata merupakan *representative* pemuda pemudi terpilih kota Pariaman yang bertugas sebagai perpanjangan tangan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman dalam membantu kegiatan pengembangan dan promosi pariwisata kota Pariaman. Cik Uniang Cik Ajo sebagai duta wisata memiliki peran yang sangat penting dalam mempromosikan destinasi wisata. Mereka tidak hanya sebagai representasi dari destinasi wisata tersebut, tetapi juga sebagai duta yang mampu memberikan informasi yang bermanfaat dan menimbulkan ketertarikan wisatawan potensial untuk berkunjung.

Di era digitalisasi saat ini kegiatan promosi pariwisata tidak hanya lagi mengandalkan metode konvensional seperti brosur dan iklan cetak, namun juga dapat memanfaatkan media sosial dan teknologi digital. Dengan perkembangan era digitalisasi tersebut, perlu dilakukannya kegiatan transformasi promosi pariwisata di kota Pariaman. Transformasi melalui pemanfaatan media digital dapat meningkatkan pengalaman wisata dan menghasilkan nilai tambah dalam kegiatan promosi pariwisata. Kegiatan transformasi promosi pariwisata ini menjadi salah satu tugas dan peran dari Cik Uniang Cik Ajo duta wisata sebagai promotor pariwisata di Kota Pariaman. Transformasi promosi disini menekankan pada penggunaan media sosial dan media digital dalam melakukan kegiatan promosi. Hal ini merujuk pada perubahan besar dalam cara promosi dan pemasaran yang dilakukan sebagai hasil dari perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku masyarakat.

Berdasarkan laporan "Digital 2024: Indonesia" yang dirilis oleh We Are Social dan Meltwater pengguna media sosial di Indonesia pada awal 2024 berjumlah sekitar 191,4 juta pengguna pada awal 2024. Jumlah pengguna media sosial ini meningkat sekitar 1,7 juta (+0,9%) dibandingkan tahun 2023. Maraknya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat Indonesia tentunya menjadi peluang besar dalam pelaksanaan kegiatan promosi melalui media sosial. Pemanfaatan sosial media ini juga dilakukan oleh Cik Uniang

Cik Ajo sebagai salah satu strategi dalam kegiatan transformasi promosi pariwisata dan kebudayaan Kota Pariaman.

Pengaruh teknologi informasi dan komunikasi dalam berbagai aspek kehidupan juga membuat peran Cik Uniang Cik Ajo dalam promosi pariwisata semakin penting di masa sekarang ini. Penggunaan media sosial dan platform online lainnya memberikan peluang bagi Cik Uniang Cik Ajo dalam mengenalkan potensi wisata Kota Pariaman kepada banyak masyarakat. Sebagai promotor pariwisata, Cik Uniang Cik Ajo harus mampu menciptakan program-program promosi kreatif dan inovatif yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Pariaman khususnya yang berkaitan dengan transformasi promosi dan penggunaan media sosial. Salah satu faktor pentingnya transformasi promosi ini adalah perubahan perilaku masyarakat yang lebih suka memperoleh informasi melalui sosial media.

Kegiatan transformasi promosi adalah hal yang sangat krusial sekarang ini Dengan adanya strategi transformasi yang efektif tentunya akan membawa dampak yang baik bagi perkembangan pariwisata di kota Pariaman. Dengan mempertimbangkan pentingnya peran Cik Uniang Cik Ajo duta wisata dalam promosi pariwisata serta banyaknya potensi wisata yang dimiliki Kota Pariaman serta perkembangan teknologi informasi yang juga mempengaruhi kegiatan pengembangan dan promosi pariwisata, maka perlu dilakukan eksplorasi lebih lanjut mengenai strategi Cik Uniang Cik Ajo dalam kegiatan transformasi promosi pariwisata di kota Pariaman.

Metodologi

Metode kualitatif deskriptif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis SWOT merupakan teknik analisis data pada penelitian ini. Analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*) berguna untuk memaksimalkan kegiatan transformasi promosi serta mengatasi masalah yang ada dengan cara menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki untuk mengetahui langkah apa yang akan dilakukan selanjutnya. Penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman serta kawasan wisata pantai gandong. *Purposive sampling* adalah teknik yang digunakan dalam pemilihan informan. Informan dalam penelitian ini terdiri dari Cik Uniang Cik Ajo duta wisata, Pembina ikatan Cik Uniang Cik Ajo, Kepala bidang Kebudayaan dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman, Koordinator tim kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman serta wisatawan kawasan wisata pantai Gandong. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Data primer dan data sekunder merupakan jenis dan sumber data dalam penelitian ini. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber serta triangulasi teknik.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Cik Uniang Cik Ajo Duta Wisata Dalam Rangka Transformasi Promosi Pariwisata Di Kota Pariaman

Pelaksanaan transformasi promosi pariwisata yang dilakukan oleh Cik Uniang Cik Ajo tidak terlepas dari adanya faktor-faktor atau aspek yang menyebabkan pelaksanaan transformasi promosi tersebut. Habraken dalam (Pakilaran, 2006) menjelaskan faktor-faktor atau unsur yang menjadi penyebab terjadinya transformasi meliputi:

1. Kebutuhan identitas diri (*identification*)

Menurut Habraken kebutuhan identitas diri (*identification*) adalah keinginan seseorang untuk dikenal serta keinginan untuk mengenalkan diri kepada lingkungannya. Hal ini merujuk kepada pengenalan identitas Cik Uniang Cik Ajo sebagai promotor pariwisata serta pengenalan identitas kota Pariaman sebagai kota yang mempunyai banyak potensi wisata dan budayanya. Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan didapatkan bahwasanya Cik Uniang Cik Ajo sebagai promotor pariwisata mempunyai peran penting dalam memperkenalkan Pariwisata dan budaya kota Pariaman kepada masyarakat luas. Perkembangan zaman dan proses digitalisasi mengakibatkan pentingnya dilakukan transformasi promosi agar kota Pariaman mampu bersaing dengan destinasi wisata lainnya serta tetap dikenal sebagai kota dengan berbagai destinasi wisata dan budayanya. Namun disisi lainnya identitas Cik Uniang Cik Ajo sebagai promotor pariwisata kota Pariaman belum banyak diketahui oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan masih kurangnya eksistensi Cik Uniang Cik Ajo ini sebagai promotor pariwisata dan kebudayaan kota Pariaman.

2. Perubahan gaya hidup (*life style*)

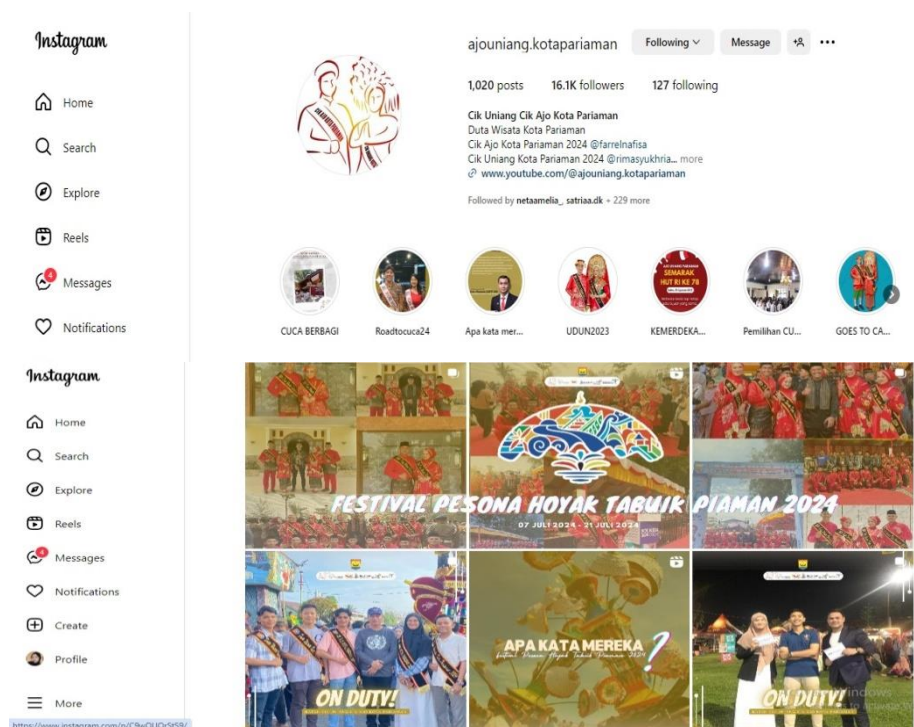
Perkembangan zaman saat ini mengakibatkan terjadinya perubahan gaya hidup masyarakat. Menurut Habraken perubahan gaya hidup ini disebabkan adanya interaksi dengan budaya lain dan berkembangnya penemuan baru di tengah-tengah masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan bahwasanya salah satu bentuk perubahan gaya hidup masyarakat adalah ketergantungan dengan smartphone dan internet dalam mencari informasi. Kemudahan dalam memperoleh informasi membuat masyarakat sekarang ini selalu menginginkan sesuatu yang instan. Hal ini berkaitan dengan bagaimana masyarakat mencari informasi informasi seputar pariwisata dengan cara yang mudah.

Perkembangan trend yang ada sekarang juga membuat masyarakat tidak mau ketinggalan dan terus berupaya dalam mengikuti trend tersebut. Hal ini menjadi penyebab pentingnya pelaksanaan transformasi promosi yang dilakukan Cik Uniang Cik Ajo. Dengan demikian Cik Uniang Cik Ajo harus mampu menciptakan konten promosi dan memberikan informasi seputar pariwisata kota Pariaman kepada masyarakat luas dengan cara mengikuti perkembangan zaman dan perubahan gaya hidup masyarakat yang mencari informasi melalui internet. Sehingga hal ini membuat pentingnya transformasi promosi yang dilakukan Cik Uniang Cik Ajo agar peran mereka sebagai promotor pariwisata dapat berjalan dengan maksimal

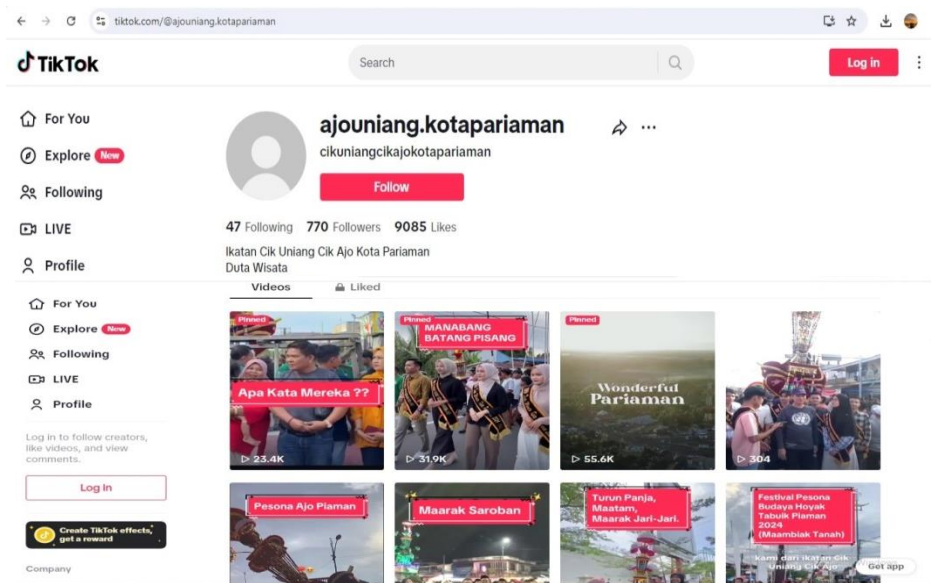
3. Pengaruh teknologi baru (*new technology*)

Pengaruh teknologi memungkinkan destinasi pariwisata untuk meningkatkan pengalaman para wisatawan, memudahkan para wisatawan untuk mendapatkan berbagai informasi secara mudah dan cepat. Salah satu pengaruh teknologi dalam kegiatan transformasi promosi yang dilakukan Cik Uniang Cik Ajo yaitu dengan pemanfaatan media digital. Menurut Neuhofer dkk. (2012) peningkatan pengalaman wisata dan penciptaan nilai tambah dalam mempromosikan destinasi pariwisata adalah manfaat dari adanya transformasi dengan pemanfaatan media digital

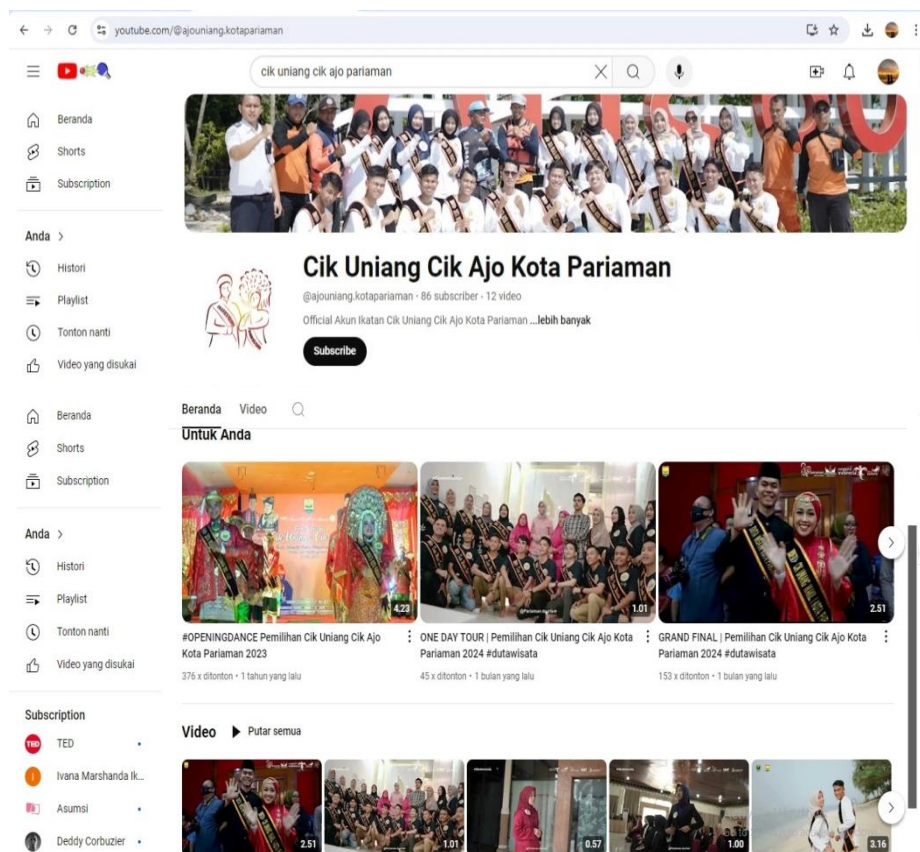
Berdasarkan temuan peneliti di lapangan bahwasanya peningkatan minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata merupakan salah satu dampak dari penggunaan media sosial. Promosi yang dilakukan melalui media sosial akan menumbuhkan ketertarikan masyarakat dan membuat masyarakat yakin untuk berkunjung. Oleh karena itu Cik Uniang Cik Ajo juga memaksimalkan penggunaan media sosial berupa instagram, tiktok, serta youtube. Berikut ini beberapa media sosial Cik Uniang Cik Ajo duta wisata :



Gambar 1. Instagram Cik Uniang Cik Ajo duta wisata kota Pariaman



Gambar 2. Tiktok Cik Uniang Cik Ajo duta wisata kota Pariaman



Gambar 3. Youtube Cik Uniang Cik Ajo duta wisata kota Pariaman

Penggunaan tiktok merupakan salah satu inovasi yang dilakukan dalam kegiatan transformasi promosi. Inovasi lainnya yaitu dengan memaksimalkan pembuatan konten video yang nantinya akan di upload di semua media sosial. Untuk beberapa konten video promosi yang dibuat sebelumnya telah ditonton oleh puluhan ribu orang. Hal ini

menunjukkan adanya dampak positif dari pemanfaatan media sosial ini dalam kegiatan transformasi promosi. Namun pembuatan konten promosi yang diupload oleh Cik Uniang Cik Ajo masih terbilang sedikit dan belum sesuai dengan rancangan awal untuk mengupload 1 video dalam 1 minggu. Oleh karena itu perlu dilakukan konsistensi dalam pembuatan konten ini agar bisa memaksimalkan kegiatan transformasi promosi pariwisata yang dilakukan oleh Cik Uniang Cik Ajo

Analisis Matriks SWOT

Untuk merumuskan strategi Cik Uniang Cik Ajo dalam pelaksanaan transformasi promosi pariwisata di kota Pariaman maka digunakanlah analisis SWOT . Penggunaan analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi beberapa faktor dalam perumusan strategi Cik Uniang Cik Ajo dengan memaksimalkan kekuatan (Strenghts) dan peluang (Opportunities), serta meminilmalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats).

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT

Internal	<i>Strength (S) / Kekuatan</i>	<i>Weakness (W) / Kelemahan</i>
	1. Program yang dinaungi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman 2. SDM yang masih muda dan berpotensi 3. Face dan look duta wisata yang menarik 4. Sosial media yang sudah memiliki cukup banyak pengikut 5. Merupakan event tahunan yang sudah lama berlangsung	1. Belum adanya MoU antara Cik Uniang Cik Ajo dengan pihak Dinas Pariwisata 2. Kegiatan promosi yang belum intens dan rutin 3. Belum adanya pelatihan yang diberikan oleh dinas kepada Cik Uniang Cik Ajo 4. Masih kurangnya kesadaran anggota akan tanggung jawabnya
Eksternal		

<i>Oppoturnities (O) / Peluang</i>	Strategi SO:	Strategi WO:
1. Perkembangan teknologi dan informasi	1. Mengembangkan jangkauan promosi kepada masyarakat luas dengan pemanfaatan media sosial	1. Membuat perencanaan promosi yang lebih intens pada sosial media
2. Adanya influencer dari internal ikatan	2. Memaksimalkan penggunaan teknologi dan potensi SDM yang ada	2. Mengadakan pertemuan rutin dengan para anggota Ikatan untuk memaksimalkan upaya promosi
3. Kerja sama dalam bidang promosi dengan lembaga pariwisata terkait	3. Memaksimalkan kerjasama dengan industri pariwisata kota Pariaman dengan memanfaatkan kemudahan birokrasi melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman.	3. Membentuk kerjasama yang dapat memberikan feedback bagi Cik Uniang Cik Ajo dan stakeholder di bidang pariwisata
4. Kerjasama dengan pengusaha di bidang pariwisata		
<i>Threat (T) / Ancaman</i>	Strategi ST:	Strategi WT:
1. Anggapan masyarakat bahwa Cik Uniang Cik Ajo hanya sebagai penyambut tamu	1. Berupaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peran Cik Uniang Cik Ajo melalui kegiatan yang terjun langsung ke masyarakat	1. Mengikuti webinar kepariwisataan dan webinar transformasi promosi di era digital.
2. Anggaran yang terbatas dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman	2. Melakukan kolaborasi dengan konten kreator yang ada di Kota Pariaman untuk meningkatkan jangkauan promosi dan inovasi konten promosi	2. Memanfaatkan sarana prasarana yang ada untuk melakukan kegiatan promosi
3. Sarana prasarana pembuatan konten promosi yang belum memadai		3. Melakukan kegiatan sharing session bersama duta wisata daerah lain untuk menaikkan eksistensi Cik Uniang Cik Ajo dikalangan masyarakat luas.

Setelah dilakukan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada dalam kegiatan transformasi promosi yang dilakukan oleh Cik Uniang Cik Ajo, selanjutnya yaitu menentukan alternatif strategi yang bisa digunakan untuk transformasi promosi pariwisata kota Pariaman oleh Cik Uniang Cik Ajo, diantaranya adalah :

1. Mengintensifkan upaya promosi destinasi wisata dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi dalam pembuatan konten promosi yang menarik dan berkelanjutan di setiap sosial media yang dimiliki.
2. Mengadakan kerja sama dengan stakeholder dan konten keator di Kota Pariaman untuk meningkatkan eksistensi dan inovasi konten promosi Cik Uniang Cik Ajo

3. Mengadakan kolaborasi bersama duta wisata daerah lain untuk meningkatkan jangkauan promosi Cik Uniang Cik Ajo
4. Mengadakan pertemuan rutin bagi anggota Cik Uniang Cik Ajo dalam membahas upaya promosi yang dapat dilakukan serta membahas peluang-peluang dan kendala yang dimiliki agar dapat dituntaskan bersama.
5. Mengoptimalkan potensi sumber daya yang dimiliki untuk memaksimalkan konten promosi

Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Cik Uniang Cik Ajo Duta Wisata Dalam Pelaksanaan Transformasi Promosi Pariwisata Di Kota Pariaman

Pelaksanaan transformasi promosi pariwisata yang dilakukan oleh Cik Uniang Cik Ajo duta wisata juga bisa dilepaskan dari adanya berbagai faktor pendukung dan faktor penghambat. Dibawah ini adalah faktor pendukung dan faktor penghambat Cik Uniang Cik Ajo dalam pelaksanaan transformasi promosi pariwisata di Kota Pariaman.

1. Faktor pendukung

Pengertian faktor pendukung menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu keadaan, hal atau kondisi yang dapat mendorong atau membantu kegiatan organisasi, lembaga atau unit produksi. Adapun hal-hal yang menjadi faktor pendukung Cik Uniang Cik Ajo dalam pelaksanaan transformasi promosi pariwisata di Kota Pariaman yaitu :

a. Sumber daya yang dimiliki

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa sumber daya yang dimiliki oleh Cik Uniang Cik Ajo adalah orang-orang yang berkompetensi dan memiliki pemahaman dalam penggunaan dan pemanfaatan sosial media. Kemudian dengan adanya influencer ataupun konten kreator dari Internal Ikatan Cik Uniang Cik Ajo membuat konten-konten promosi yang dibuat dalam rangka transformasi promosi bisa dijangkau oleh lebih banyak orang

b. Dukungan dari pemerintah

Adanya dukungan dan support yang diperoleh dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman adalah salah satu faktor pendukung pelaksanaan kegiatan transformasi promosi pariwisata. Dimana support tersebut berupa saran dan masukan serta ide terkait dengan konten promosi yang akan dibuat, serta adanya kolaborasi Cik Uniang Cik Ajo dengan tim kreatifi Disparbud dalam pembuatan konten promosi

c. Perkembangan teknologi

Dengan adanya perkembangan teknologi mempermudah Cik Uniang Cik Ajo dalam merancang dan membuat konten promosi yang lebih menarik dan sesuai dengan trend serta perkembangan zaman. Proses perancangan dan pembuatan konten saat ini tidak dilakukan dengan cara manual lagi tetapi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi.

2. Faktor penghambat

Pengertian kata penghambat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah hal, keadaan atau penyebab lain yang menghambat (merintang, menahan, menghalangi).

adapun faktor penghambat pelaksanaan transformasi promosi pariwisata yang dilakukan oleh Cik Uniang Cik Ajo adalah sebagai berikut:

a. Keterbatasan anggaran

Cik Uniang Cik Ajo memiliki keterbatasan anggaran dalam pelaksanaan kegiatan transformasi promosi. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman belum mampu memberikan dukungan lebih dalam bentuk anggaran karena memang dan atau anggaran yang ada pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman juga terbatas. Sehingga ketika ada beberapa program kerja atau kegiatan promosi Cik Uniang Cik Ajo yang membutuhkan biaya mnyebabkan belum bisa dilaksanakannya kegiatan tersebut.

b. Kesibukan anggota dan kurangnya *time management*

Banyaknya anggota Cik Uniang Cik Ajo yang sudah bekerja ataupun sedang berkuliah, sehingga dengan kesibukan tersebut membuat mereka tidak bisa merealisasikan rancangan program kerja yang sudah mereka susun. Hal ini juga berkaitan dengan *time management* anggota Cik Uniang Cik Ajo ini. Mereka belum bisa menyusun skala prioritas sehingga tugas mereka sebagai promotor pariwisata belum bisa berjalan dengan maksimal.

c. Sarana prasarana yang belum memadai

Cik Uniang Cik Ajo belum mempunyai sarana prasarana yang memadai dalam pelaksanaan transformasi promosi pariwisata. Sarana prasarana tersebut berupa belum adanya kamera yang dimiliki oleh Ikatan Cik Uniang Cik Ajo. Kendala kamera tersebut tentunya juga menghambat proses perekaman konten promosi Cik Uniang Cik Ajo. Pihak Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Pariaman belum mampu untuk memberikan dukungan berupa fasilitas kamera untuk Cik Uniang Cik Ajo sehingga untuk proses perekaman konten promosi harus meminta bantuan dan berkoordinasi dengan kameramen dari tim kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman.

Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilaksanakan diperoleh kesimpulan bahwa dalam rangka pelaksanaan transformasi promosi pariwisata di kota Pariaman, Cik Uniang Cik Ajo telah berupaya melakukan perubahan cara promosi dengan memanfaatkan teknologi dan dan perubahan perilaku masyarakat. Transformasi promosi diperlukan untuk memperkenalkan identitas Cik Uniang Cik Ajo sebagai promotor pariwisata serta memperkenalkan identitas kota Pariaman sebagai kota yang kaya akan wisata dan budayanya. Namun berkaitan dengan identitas diri ini ternyata keberadaan Cik Uniang Cik Ajo sebagai promotor pariwisata belum terlalu dirasakan oleh masyarakat. Kemudian dengan berubahnya gaya hidup masyarakat yang terikat dengan smartphone serta kecendrungan untuk mengikuti perkembangan zaman dan trend yang sedang berkembang membuat pentingnya pelaksanaan proses transformasi promosi yang sesuai dengan kebuuhan masyarakat. Selanjutnya berkaitan dengan pengaruh teknologi yaitu bagaimana pemanfaatan media sosial mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung. Penggunaan media sosial ini sudah dimanfaatkan oleh Cik Uniang Cik Ajo namun masih

dibutuhkan konsistensi Cik Uniang Cik Ajo dalam melakukan promosi dengan pemanfaatan media sosial ini.

Dalam pelaksanaan transformasi promosi ini juga tidak lepas dari adanya faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor yang mendukung Cik Uniang Cik Ajo dalam pelaksanaan transformasi promosi pariwisata yaitu adanya sumber daya yang dimiliki, dukungan dari pemerintah serta perkembangan teknologi. Adapun faktor penghambatnya yaitu keterbatasan anggaran, kesibukan anggota dan kurangnya *time management* serta sarana dan prasarana yang belum memadai.

Daftar Pustaka

- Asshafa, R. (2014). *Peran Duta Wisata Mas dan Mbak Klaten Dalam Memajukan Pariwisata di Kabupaten Klaten* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Buhalis, D., Lin, M. S., & Leung, D. (2022). Metaverse as a driver for customer experience and value co-creation: Implications for hospitality and tourism management and marketing. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(2), 701–716. <https://doi.org/10.1108/ijchm-05-2022-0631>
- KBBI. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Mandalia, S., & Santosa, H. (2022). Analisis peran duta wisata dalam mempromosikan pariwisata Kabupaten Dharmasraya. *Journal of Tourism Sciences, Technology and Industry*, 1(2), 12-19.
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2012). Conceptualising technology-enhanced destination experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1–2), 36–46. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2012.08.001>
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2013). A typology of technology-enhanced tourism experiences. *Tourism*, 505(January), 487–505.
- Pakilaran, A. U. (2006). *Transformasi Bentuk dan Ruang pada Rumah Toko di Kawasan Pecinan Makassar (1970-2005)* (Master's thesis, Institut Teknologi Bandung).
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (16th ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rosmiati, R., Soumena, M. Y., & Said, Z. (2022). Strategi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata dalam Pengembangan Pariwisata Syariah Kota Parepare. *Shi'ar: Sharia Tourism Research*, 1(01), 43-60.
- Satriawan. (2013). *Hakikat Pemilihan Duta Wisata*. Surakarta: Cendana Offset.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Surya, B., Menne, F., Sabhan, H., Suriani, S., Abubakar, H., & Idris, M. (2021). Economic growth, increasing productivity of SMEs, and open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 20. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010020>
- Syafrudin, M. F., Sigandaru, A. B., & Putra, T. H. (2023). Strategi promosi destinasi wisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Pariwisata*, 1(1), 8-14.

-
- Vandora, V. B. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Online di Kabupaten Sintang Kalimantan Barat* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD").
- Wati, E. A. (2021). *Analisis Transformasi Digital Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Di Era Teknologi Dalam Perspektif Ekonomi Digital* (Studi Kasus Pada PT. Pos Indonesia Cabang Utama Kediri) (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).