



**ANALISIS MANAJEMEN KOMUNIKASI KAPAL PESUT ETAM UNTUK PROMOSI
WISATA KOTA SAMARINDA**

Oleh

Iis Handayani¹, Hairunnisa²

^{1,2}Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Mulawarman

Email: iishandayaani26@gmail.com

Abstrak

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana manajemen komunikasi yang dilakukan oleh kapal pesut etam @pesutetam_kapalwisata dalam melakukan promosi wisata. Teori yang digunakan di dalam penelitian ini, yakni manajemen komunikasi oleh Pringle. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif dengan teknik pengumpulan data dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk fokus penelitian digunakan fungsi manajemen berupa POAC (Planning, Organizing, Actuating, and Controlling). Sebagai tolok ukur dalam menganalisis penggunaan media sosial Instagram. Sumber penelitian ini, yakni key informant. Adapun teknik analisis data menggunakan analisis model interaktif oleh Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam tahap perencanaan dilakukan perencanaan dalam mengatur tujuan awal didirikannya kapal pesut etam dan tujuan yang ingin dicapai dalam beberapa tahun ke depan. Kemudian, dalam tahap pengorganisasian dilakukan dengan pembagian tugas oleh kru kapal dan kualifikasi perekrutan pemandu objek wisata kapal wisata pesut etam. Dari tahap pengaktualan pemilik kapal melakukan reward dan punishment sebagai cara memotivasi kru kapal dan adanya rapat rutin setiap bulan sebagai proses komunikasi. Terakhir, dalam tahap pengawasan dilakukan dengan cara pengawasan dan evaluasi yang dipimpin langsung oleh pemilik kapal.

Kata Kunci: @Pesutetam_Kapalwisata, Instagram, Kapal Wisata Pesut Etam, Manajemen Komunikasi

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak sekali potensi dan sumber daya alam yang sangat melimpah. Potensi di setiap wilayah berbeda sesuai dengan letak geografisnya. Salah satu potensi yang dimiliki Indonesia ialah potensi pariwisata yang memiliki daya tarik sendiri yang sangat menakjubkan. Kekayaan alam yang melimpah, sejarah dan budaya yang beranekaragam merupakan hal yang penting yang dimiliki Indonesia sendiri. Indonesia (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Salah satu provinsi di Indonesia yang menyimpan cukup banyak potensi dalam bidang pariwisatanya, yakni Kalimantan Timur. Kalimantan Timur yang

cukup terkenal dalam hal wisatanya adalah Kota Samarinda yang merupakan Ibu Kota Kalimantan Timur itu sendiri. Kota Samarinda dibelah oleh aliran sungai Mahakam yang panjangnya mencapai 920 kilometer (Fatawi, 2018:1). Dari atas jembatan, terhampar pemandangan sungai Mahakam yang sangat luas dan panjang sehingga memudahkan masyarakat untuk dapat melihat pemandangan indah tepian sungai Mahakam. Selain menikmati keindahan Samarinda dan sungai Mahakam dari atas jembatan, ada pula objek wisata yang digunakan sebagai sarana transportasi untuk menyusuri sungai Mahakam, yakni pariwisata Kapal Pesut Etam.



Kapal Pesut Etam ini adalah wisata air yang menawarkan jasa untuk menyusuri sungai Mahakam menggunakan kapal. Penggunaan nama pesut sebagai nama kapal diambil dari mamalia akuatik sejenis lumba-lumba yang hidup di perairan air tawar (Mutofik, 2022). Kapal Pesut Etam merupakan kapal wisata yang beroperasi di Sungai Mahakam, Kalimantan Timur. Kapal ini menawarkan paket wisata yang menyajikan berbagai keindahan alam dan budaya setempat, seperti melihat penangkapan ikan di sungai, mengunjungi desa adat, dan menikmati tarian khas Kalimantan. Kapal Pesut Etam juga menawarkan fasilitas kabin yang nyaman serta makanan khas daerah. Kapal Pesut Etam merupakan kapal berukuran besar yang dapat menampung wisatawan lebih dari 50 sampai 100 orang (Desmawangga, 2017). Sebagai salah satu destinasi yang membutuhkan eksistensi besar, kapal wisata Pesut Etam juga membutuhkan manajemen komunikasi yang baik dalam hal produksi dan organisasi di dalamnya sehingga berdampak terhadap masyarakat luas untuk menarik pengunjung. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan manajemen komunikasi yang baik dari segi perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan evaluasi dalam promosi Kapal Pesut Etam merupakan strategi yang tepat untuk memperluas jangkauan promosi, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan meningkatkan daya tarik dan minat masyarakat untuk mencoba wisata dengan Kapal Pesut Etam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan manajemen komunikasi kapal wisata pesut etam dalam promosi wisata.

LANDASAN TEORI

Penelitian terdahulu merupakan usaha peneliti untuk mencari perbandingan agar memunculkan dan mendapatkan inspirasi baru terhadap skripsi yang sedang dikerjakan. Penelitian pertama, yakni “Strategi Manajemen Komunikasi Media online Cerdik Indonesia dalam Mengatasi Persaingan Antarmedia

Online” oleh Reni Mustikasari, Kiki Zakiah, dan Safutra Rantona (2021). Yang bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi manajemen komunikasi POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*). Kedua, “Strategi Promosi Kapal Wisata Pesut Etam di Samarinda” oleh Aliefia Shavira Husna tahun 2018 yang bertujuan mengetahui promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola Kapal Wisata Pesut Etam. Terakhir, “Manajemen Produksi pada Program Halo Makassar di Radio Venus 97.6 FM” oleh Nurjannah, (2018) bertujuan untuk mengetahui manajemen produksi pada program Halo Makassar di Radio Venus 97,76 FM.

1. Manajemen Komunikasi

Teori fungsi manajemen dari Peter K Pringle dan Michael F. Starr Pringle, (2006: 14):

a. *Planning*

Tahap awal ini meliputi penyusunan rencana kegiatan awal yang disusun oleh pengelola produksi konten media yaitu redaksi.

b. *Organizing*

Pada tahapan pengorganisasian merupakan pengalokasian sumber daya manusia dan juga pembatasan otoritas dan tanggung jawab yang dikenal juga dengan staffing.

c. *Actuating*

Pada tahap ini merupakan eksekusi dari semua perencanaan yang telah disusun dengan dukungan pengalokasian sumber daya manusia yang terkait dengan kegiatan proses produksi konten media.

d. *Controlling*

Tahap ini merupakan tahap untuk memastikan setiap kegiatan berjalan lancar dan *on the track*. Tahapan pengawasan juga meliputi evaluasi yang merupakan penilaian dari hasil pelaksanaan yang telah dilakukan sesuai dengan perencanaan awal dan juga tujuan pemberitaan.

2. Promosi

Menurut Swastha dan Irawan (2008: 349): Promosi adalah “arus informasi atau persuasi



.....
satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan promosi penjualan adalah perencanaan atau sebuah kegiatan dari suatu organisasi atau perusahaan agar dapat mencapai sasaran sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

3. Media Sosial

Media sosial adalah *media online* (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Di media sosial para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi berbagai kegiatan lainnya.

4. Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Herdiansya, 2019).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Fokus penelitian dalam penelitian ini, yakni kegiatan manajemen komunikasi kapal pesut etam dalam promosi wisata menggunakan karakteristik manajemen komunikasi meliputi: *planning* (Perencanaan), *organizing* (Pengorganisasian), *actuating* (Pengaktualan), *controlling* (Pengawasan). Sumber data primer berupa key informant, yakni pengelola kapal wisata pesut etam bernama Alif. Sedangkan sumber data sekunder berupa data dokumen-dokumen berupa foto kapal pesut etam dan unggahan Instagram @pesutetam_kapalwisata. Teknik

pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, studi pustaka, dan

dokumentasi. Untuk teknik analisis data dilakukan dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Salah satu contoh destinasi wisata yang memanfaatkan Instagram sebagai platform pemasaran adalah Kapal Wisata Pesut Etam, seekor lumba-lumba yang terkenal di Samarinda, Kalimantan Timur. Ada beragam jenis kapal wisata yang ada di Samarinda. Namun, di dalam penelitian ini menggunakan akun Instagram @pesutetam_kapalwisata. Pesut Etam dikenal sebagai maskot Samarinda dan menjadi destinasi wisata yang populer di daerah tersebut. Promosi Kapal Pesut Etam merupakan fenomena yang cukup menarik perhatian masyarakat. Kapal Pesut Etam merupakan kapal wisata yang beroperasi di Sungai Mahakam, Kalimantan Timur. Kapal ini menawarkan paket wisata yang menyajikan berbagai keindahan alam dan budaya setempat, seperti melihat penangkapan ikan di sungai, mengunjungi desa adat, dan menikmati tarian khas Kalimantan. Kapal Pesut Etam juga menawarkan fasilitas kabin yang nyaman serta makanan khas daerah.

1. Gambar Profil

Gambar profil Instagram bagi setiap penggunanya berbeda-beda sesuai dengan jenis akun dan tujuan akun Instagram itu sendiri dibuat. Gambar profil menjadi sebuah ikon yang digunakan untuk melambangkan isi unggahan di Instagram. Adapun gambar profil akun Instagram @pesutetam_kapalwisata memiliki ciri khasnya yang ditunjukkan pada gambar 4.1.



Gambar 1 Tampilan Gambar Profil Akun Instagram @pesutetam_kapalwisata
2. Halaman Utama

Pada halaman utama yang ditunjukkan oleh gambar selanjutnya, ada banyak informasi yang disampaikan. Salah satunya yang ada di bagian *bio* yang menerangkan pilihan rute susur sungai Mahakam. Ada pula nomor telepon yang digunakan untuk keperluan informasi lebih lanjut dan reservasi tempat di kapal wisata pesut etam ini.



Gambar 2 Tampilan Halaman Instagram @pesutetam_kapalwisata



Gambar 3 Tampilan Highlight Instagram @pesutetam_kapalwisata

Di dalam *highlight* tersebut memuat sebuah QR Code atau kode QR yang langsung terhubung ke aplikasi WhatsApp sehingga memudahkan para pengunjung untuk menanyakan informasi dan melakukan reservasi kepada narahubung pihak kapal wisata pesut etam.

3. Flyer

Kapal wisata pesut etam @pesutetam_kapalwisata secara konsisten mengunggah kiriman di Instagram dengan tampilan seperti gambar 4.5 di bawah ini. Flyer ini berisikan tanggal *trip* yang akan dilakukan untuk hari Sabtu dan Minggu sehingga para pengunjung dapat menghubungi nomor yang tertera pula untuk melakukan reservasi yang tertera pada gambar selanjutnya. Adapun rute berlayar yang disediakan oleh kapal wisata pesut etam @pesutetam_kapalwisata. Selain



rute berlayar, di dalam *flyer* tersebut juga ditampilkan fasilitas yang akan didapatkan oleh pengunjung, seperti tiket kapal wisata, terdapat *live music* yang digunakan untuk menghibur para pengunjung sehingga tidak merasa bosan, retribusi masuk dermaga, asuransi keselamatan jasa raharja sebagai jaminan jika terjadi kecelakaan di dalam kapal wisata pesut etam. Disediakan pula teh panas yang sistemnya *self service*, kemudian ada tempat ibadah berupa mushala, dan toilet bagi para pengunjung.



Gambar 4 Isi Unggahan Instagram @pesutetam_kapalwisata

Hasil Penelitian

Dalam menjalankan sebuah produksi perlu adanya manajemen baik dari segi waktu dan perencanaan agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik. Manajemen yang digunakan dengan adanya pembagian kerja, tugas, dan tanggung jawab sehingga terbentuk kerja sama dan keteraturan yang teorganisir di dalam suatu tim. Adapun keberhasilan suatu kegiatan, produksi, bahkan program tidak lepas dari penerapan fungsi manajemen yang terencana. Di bawah ini diuraikan fungsi manajemen yang terdiri dari perencanaan,

pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan.

1. *Planning* (Perencanaan)

Di dalam perencanaan melibatkan rencana atau strategi saat awal didirikannya sebuah program atau produksi sehingga memaksimalkan tujuan yang ingin dicapai. Melalui proses perencanaan tersebut dapat ditemukan banyak tujuan serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat sebuah produksi. Berikut hasil wawancara berupa tujuan awal didirikannya usaha kapal wisata yang dilakukan dengan Mas Alif selaku pemilik dan ketua dari produksi kapal pesut etam bernama @pesutetam_kapalwisata di Instagram:

“Kita tidak sendiri, berdua bersama teman, melihat potensi dari sungai Mahakam. Cuma kan sungai Mahakam bukan hal yang personal, cuma area umum. Akhirnya berpikiran bikin yang bisa bermain di sungai Mahakam, jadi bikinnya kapal wisata. Bermula tahun 2016, tapi kami hadir pada tahun 2017 karena konsepnya benar-benar kapal wisata. 2016 konsep kapalnya seperti taksi-taksi yang ke hulu itu. 2017 itu baru bikin untuk wisata” (wawancara 06 Juni 2023)

Pada tahap perencanaan yang dapat dikatakan sebagai pra produksi ini, diketahui bahwa Alif awalnya melihat potensi yang ada dari sungai Mahakam, yang awalnya hanya digunakan sebagai transportasi laut yang mengantar penumpang pergi ke Mahakam ulu. Hal ini juga sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Terry (1996) bahwa perencanaan berupa kegiatan memilih dan menghubungkan fakta-fakta serta asumsi yang akan datang dalam hal memvisualisasi. Bermula dari melihat sebuah kapal yang hanya digunakan untuk membawa barang ke Mahakam Ulu, lalu oleh Alif membuat sebuah kapal dengan tujuan wisata. Alif, berdua bersama temannya menciptakan sesuatu yang berbeda, yang belum pernah diproduksi sebelumnya dengan cara



memvisualisasi kapal yang hanya bertujuan mengantar orang-orang ke Mahakam Ulu atau sebagai taksi menjadi kapal wisata yang digunakan oleh pengunjung untuk menikmati pemandangan di sungai Mahakam.

2. Organizing (Pengorganisasian)

Organizing atau pengorganisasian dibutuhkan di dalam manajemen komunikasi agar kegiatan yang dilakukan berjalan dengan baik. Adapun pengorganisasian dilakukan dengan cara pengalokasian sumber daya manusia dan juga pembatasan otoritas dan tanggung jawab yang dikenal juga dengan *staffing*. Di dalam penelitian ini, ditemukan adanya pengorganisasian yang dilakukan pihak @pesutetam_kapalwisata untuk menunjang tugas-tugas yang diemban oleh masing-masing orang. Salah satu hal yang juga disampaikan oleh Mas Alif di dalam wawancara berikut ini.

“Tidak ada divisinya, pembagian tugas ada. Pertama nakhoda kapten tentunya dia bertanggung jawab tentang jalurnya pembawa kapalnya pengecekan mesin sebelum berjalan mesin induk karena di kapal ada dua mesin pertama mesin induk dan mesin generator untuk listrik nah nakhoda itu persiapan untuk mesin induk sebelum berjalan, dia ngecek lagi ngurus ke dinas perhubungan karena kita biasa data penumpang kita fiks kan dengan dinas perhubungan sebelum kita jalan karena itu berkaitan dengan asuransi, nah itu nahkoda urusannya.” (wawancara 06 Juni 2023)

Diketahui berdasarkan wawancara di atas, Alif membagi tugas bagi ABK atau Anak Buah Kapal ke dalam beberapa bagian. Pertama, kru kapal yang bertugas di bagian mesin induk maupun mesin generator, mengurus berbagai jenis mesin, seperti mesin untuk air dan mesin untuk listrik. Sedangkan, ada pula kru kapal yang bertugas sebagai pendamping tamu yang berfokus melayani, memberi arahan, mendokumentasikan gambar, dan menyelesaikan masalah bagi pengunjung, khusus yang berada di lantai dua kapal pesut

etam. Selain itu, ada pula kru kapal yang bertugas sebagai pendamping tamu di lantai satu. Hal ini tentu tidak sejalan dengan konsep *organizing* atau pengorganisasian itu sendiri yang disampaikan oleh Terry (1996), yakni pengorganisasian berupa tindakan untuk mengusahakan hubungan yang efektif antara orang-orang sehingga mampu bekerja sama secara efisien. Tugas-tugas yang dilaksanakan oleh kru kapal tidak akan berjalan dengan efektif karena adanya tugas ganda tersebut. Hal ini juga dikarenakan kurangnya kru kapal yang ada di kapal pesut etam @pesutetam_kapalwisata sehingga kru kapal melakukan tugas satu dan merangkap tugas lain.

3. Actuating (Pengaktualan)

Pada tahap ini merupakan eksekusi dari semua perencanaan yang telah disusun dengan kata lain pengaktualan dukungan pengalokasian sumber daya manusia yang terkait dengan kegiatan proses produksi dalam kapal wisata pesut etam ini. *Actuating* juga dapat dilakukan dengan cara memotivasi para kru kapal untuk dapat selalu bekerja secara maksimal. Hal ini juga yang disampaikan di dalam wawancara berikut ini.

“Di mata kuliah tentang manajemen kepemimpinan, reward dan punishment, itu aku terapin juga di sini tentang reward ya ngasih uang lebih kepada kru. Kalo punishment ga kuikutkan dalam trip karena mereka dibayar sekali trip. Tapi biasanya berupa teguran. Lebih dari 8 jam trip juga ada reward lebih untuk jajan. Jadi motivasinya di situ” (wawancara 06 Juni 2023)

Berdasarkan wawancara di atas, Alif melakukan dua cara dalam melakukan motivasi yang didapatnya dari bangku kuliah berupa manajemen kepemimpinan, yakni *reward* dan *punishment*. Dalam reward atau penghargaan, dilakukan dengan cara memberikan gaji atau uang lebih kepada kru. Selain itu, terdapat fasilitas berlayar secara gratis bagi keluarga kru kapal dan jaminan keringanan harga saat ada



banyak orang yang ingin melakukan *open trip*. Sedangkan untuk punishment sendiri, Alif melakukannya dengan cara tidak mengikutsertakan salah satu kru kapal saat *open trip* berikutnya. Seperti halnya yang dikatakan oleh Terry (1996) pengaktualan adalah usaha untuk menggerakkan semua anggota kelompok sehingga dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Cara ini dilakukan oleh Alif untuk memotivasi dan meningkatkan minat kerja para kru sehingga giat dalam melakukan tugasnya. Selain *punishment*, ada pula sanksi terberat yang pernah dilaksanakan oleh Alif, yakni diberhentikan bekerja sebagai kru kapal wisata pesut etam @pesutetam_kapalwisata.

4. Controlling (Pengawasan)

Pada tahap ini meliputi pengawasan dan evaluasi yang dilakukan sebagai salah satu cara untuk mengondisikan anggota agar dapat bekerja secara efektif dan produktif. Tahapan pengawasan juga meliputi evaluasi yang merupakan penilaian dari hasil pelaksanaan yang telah dilakukan sesuai dengan perencanaan awal dan juga tujuan kegiatan yang dilakukan itu sendiri. Yang pertama dalam hal pengawasan berkaitan dengan pendanaan. Cara yang dilakukan dalam mengontrol pendanaan disampaikan dalam hasil wawancara berikut ini.

“Tetap bersumber dari satu pintu dulu untuk semuanya baru nanti kami menghitung di setiap saat awal bulan ke awal bulan sebelumnya, satu bulan ke belakang, tentunya bayar-bayar, tagihan-tagihan itu dan penggajian kru.” (wawancara 06 Juni 2023)

Pendanaan, uang masuk, uang keluar, dan upah bersumber dari satu pintu atau dengan kata lain berasal dari satu orang atau satu rekening tabungan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pembagian gaji, tagihan, dan pembayaran lain-lainnya. Menurut Nurjannah (2018) pengawasan perlu dilakukan agar para pengikut dapat bekerja sama dengan baik ke arah pencapaian sasaran dan tujuan dari

organisasi. Berdasarkan konsep tersebut, diketahui bahwa pendanaan yang menggunakan teknik satu pintu dilakukan agar para kru kapal dapat bekerja sesuai dengan tujuan dari kapal wisata pesut etam @pesutetam_kapalwisata.

Pembahasan

Kapal wisata pesut etam dalam menunjang pemasaran mengenai wisata susur sungai Mahakam menggunakan Instagram sebagai wadah promosi sehingga dapat dikenal oleh orang banyak. Hal ini juga sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Swastha dan Irawan (2008), yakni promosi dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Sehingga sebuah kegiatan dari suatu organisasi dapat mencapai sasaran tujuan yang diinginkannya. Selain menggunakan Instagram, perencanaan dan manajemen di dalam organisasi juga perlu untuk menunjang keberhasilan sebuah tim atau produksi. Di dalam penelitian ini, terdapat perencanaan yang dilakukan oleh pemilik kapal. Perencanaan tersebut berupa tujuan awal bagaimana kapal wisata ini terbentuk. Berawal dari tahun 2017 saat memikirkan konsep yang dapat digunakan untuk sungai Mahakam selain perahu atau kapal yang digunakan untuk mengangkut barang ke Mahakam Ulu. Ada pula visi dan misi di dalam penelitian ini untuk memajukan wisata di Samarinda khususnya sungai Mahakam. Kemudian, di dalam tahap tahap pengorganisasian, kapal pesut etam melakukan pembagian tugas bagi beberapa kru kapal. Nakhoda bertugas dalam mengatur mesin induk dan mesin generator. Sedangkan ABK melakukan tugasnya dalam mengatur mesin generator, mesin untuk air, dan mesin untuk listrik. Ada pula kru kapal yang bertugas sebagai pendamping tamu dan mengecek mesin. Terakhir, seorang juru masak yang juga bertugas sebagai pendamping tamu di lantai satu.

Ketiga, pada tahap pengaktualan, pemilik kapal bernama Mas Alif melakukan



motivasi dengan cara *reward* dan *punishment*. Hal ini dilakukan sebagai cara untuk menyemangati para kru kapal sehingga dapat bekerja secara maksimal. Terakhir, yakni terdapat tahap pengawasan. Di dalam tahap ini pemilik kapal melakukan pengawasan dengan terjun langsung ke lapangan dan mengevaluasi secara langsung para kru kapal setelah melakukan *open trip* untuk terus mem-*follow-up* tugas masing-masing kru kapal tersebut. Menurut Nurjannah (2018) pengawasan perlu dilakukan agar para pengikut dapat bekerja sama dengan baik ke arah pencapaian sasaran dan tujuan dari organisasi. Di dalam penelitian ini telah menggunakan teori manajemen komunikasi menurut Pringle (2006) dengan baik, salah satunya pada tahap perencanaan, pengaktualan, dan pengawasan. Namun, pada tahap pengorganisasian, kapal wisata pesut etam @pesutetam_kapalwisata kurang mampu melakukan pembagian tugas dengan benar. Sehingga kurang sejalan dengan konsep Terry (1996), yakni pengorganisasian berupa tindakan untuk mengusahakan hubungan yang efektif antara orang-orang sehingga mampu bekerja sama secara efisien. Hal ini dikarenakan kurangnya angka pendapatan yang didapatkan dari *open trip* sehingga menyebabkan penambahan kru kapal baru tidak dapat dilakukan. Ini pula yang menjadi tujuan atau perencanaan bagi kapal wisata pesut etam untuk dapat menambah kapal baru dan kru baru sehingga dapat menyempurnakan manajemen produksi dan komunikasi di dalam organisasi atau tim dari kapal wisata pesut etam @pesutetam_kapalwisata.

KESIMPULAN

Kapal pesut etam yang di Instagram bernama @pesutetam_kapalwisata telah beroperasi sejak tahun 2017 dengan melihat potensi besar sungai Mahakam, sehingga dicetuskannya susur sungai Mahakam dengan menggunakan kapal wisata bernama pesut etam. Adapun pemanfaatan fungsi manajemen komunikasi yang digunakan oleh kapal wisata

pesut etam dalam promosi wisata menggunakan *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pengaktualan), dan *controlling* (pengawasan).

Di dalam tahap perencanaan terdiri atas tujuan awal dan tujuan yang ingin dicapai di tahun ini, ada pula program jangka pendek yang direncanakan, pengaturan dalam perencanaan trip wisata yang dilakukan bagi grup atau keluarga, dan misi dari kapal wisata yang ingin membawa nama sungai Mahakam lebih terkenal. Pada tahap pengorganisasian, dilakukan dengan pembagian tugas bagi kru kapal. Berdasarkan hasil penelitian, kru kapal memiliki tugas ganda, yakni mengerjakan tanggung jawab pada dua tugas sekaligus, yang dikarenakan oleh angka pendapatan yang kurang, serta kualifikasi sistem perekrutan pemandu objek wisata dari kapal wisata pesut etam @pesutetam_kapalwisata.

Fungsi pengaktualan berpusat pada stimulasi karyawan untuk melaksanakan tanggung jawabnya dalam bekerja. Pengaktualan di dalam kru kapal wisata pesut etam @pesutetam_kapalwisata dilakukan dengan cara *reward* dan *punishment*. Ada pula rapat atau pertemuan yang dilakukan sebulan sekali untuk membahas kendala dan kebutuhan isi kapal. Rapat ini sebagai proses komunikasi yang digunakan untuk menggerakkan tim sehingga mampu bekerja sesuai dengan perannya. Pada tahap pengawasan dilakukan untuk memastikan bahwa *open trip* yang dilakukan oleh tim dapat berjalan dengan lancar melalui pengawasan dan evaluasi langsung oleh pemilik kapal di lapangan. Adapun cara mengontrol pendanaan yang dilakukan menggunakan teknik satu pintu atau seluruh dana dikumpulkan dan berasal dari satu orang.

SARAN

Dinas pariwisata dan dinas perhubungan diharapkan dapat terus membantu dan mempermudah jalannya pelaku usaha dalam bidang budaya, khususnya bagi kapal wisata di Samarinda dalam melakukan susur



sungai Mahakam sehingga dapat memajukan perekonomian di Samarinda. Kemudian, pemilik kapal diharapkan dapat menambah jumlah kapal dan kru kapal sehingga manajemen produksi dan komunikasi di dalam tim tersebut dapat bekerja secara maksimal. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa ilmu komunikasi yang akan melakukan penelitian dengan teori manajemen komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bungin, M. Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- [2] Forsdale, L. (1981). *Perspectives on Communication*. New York: Random House.
- [3] Koontz, Harold & Cyril O'Donnel & Heinz Weihrich. 2007. *Manajemen*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- [4] Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia
- [5] McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
- [6] Morissan. 2011. *Manajemen Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [7] Pringle K. Peter, Starr F. Michael. (2006). *Electronic Media Management (Fifth Edition)*. Burlington, USA: Focal Press.
- [8] Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD*. Bandung: Alfabeta
- [9] _____. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD*. Bandung: Alfabeta
- [10] Terry, George R. 1996. *Alih Bahasa Oleh Winardi, Asas-Asas Manajemen*, Bandung: Alumni.
- [11] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 *Tentang Kepariwisataaan*.
- [12] Akbar, Putra Rizki. (2018). *Manajemen Komunikasi Organisasi One Day One Juz Medan Dalam Menjaga Eksistensi Anggota*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Diterbitkan. <http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/10987/SKRIPSI.pdf;jsessionid=3564B45A508B9A47466052811B4573F6?sequence=1> (diakses pada 28 Mei 2023)
- [13] Aliefiea Shavira Husna. 2018. "Tugas Akhir Oleh: Aliefiea Shavira Husna". Skripsi tidak diterbitkan. Samarinda: Program Studi Pariwisata Politeknik Negeri Samarinda.
- [14] Fatawi, Fauzan (2018) *Analisis Kandungan Logam Berat Pb Pada Ginjal Ikan Mas (Cyprinus Carpio) Dalam Keramba Jaring Apung Di Sungai Mahakam Samarinda Kalimantan Timur*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- [15] Iskandar. (2018). *ANALISIS PEMANFAATAN JEJARING MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI SARANA PROMOSI PERPUSTAKAAN (Studi Kasus di Perpustakaan Mesjid Raya Baiturrahman)*.
- [16] Nurjannah. 2018. *Manajemen Produksi Pada Program Halo Makassar di Radio Venus 97.6 FM*. Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- [17] Herdiansya. (2019). *Pengembangan Wisata Sejarah*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. (JURNAL)
- [18] Iii, B. A. B. S. I. (2017). *Bab iii metoda penelitian 3.1. Bab III Metoda Penelitian*, 1–9. (JURNAL)



- [19] Junaid, I. (2018). Analisis Data Kualitatif Dalam Penelitian Pariwisata. *Junaidi, Ilham, 10*(01), 59–74. (JURNAL)
- [20] Kusniadji, S. (2018). Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi, 9*(2), 176. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i2.1078>. (diakses 23 Desember 2019)
- [21] Lukitaningsih Ambar. (2013). IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 13*(2), 116–129. <https://www.neliti.com/publications/23468/iklan-yang-efektif-sebagai-strategi-komunikasi-pemasaran#cite> (diakses 07 Agustus 2020)
- [22] Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, 1*(2), 212.
- [23] Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common, 3*(1), 71–80.
- [24] Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin. *17*(33), 81–95.
- [25] Sciences, H. (2016). 濟無 No Title No Title No Title. *4*(1), 1–23.
- [26] Widayati, W., & Augustinah, F. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 4*(2), 1–20.
- [27] Desmawangga, Christoper. (2017) Kapal Wisata Pesut Etam Diluncurkan. Inilah Rute, Fasilitas, dan Sajian di Dalamnya. <https://kaltim.tribunnews.com/2017/07/22/kapal-wisata-pesut-etam-diluncurkan-inilah-rute-fasilitas-dan-sajian-eksotik-di-dalamnya> (diakses pada 28 Mei 2023)
- [28] Kanwil DJPb Prov. Kaltim. Sejarah dan Letak Geografis. <https://djp.kemenkeu.go.id/kanwil/kaltim/id/profil/sejarah.html> (diakses pada 29 Mei 2023)
- [29] Mutofik, Imam. (2022). Pesut Mahakam, Lumba-Lumba Asli Indonesia. <https://forestation.fkt.ugm.ac.id/2022/09/11/pesut-mahakam-lumba-lumba-asli-indonesia/>.