

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi dan kebudayaan merupakan dua hal yang saling terkait satu sama lain dan sangat penting untuk dipahami. Melalui komunikasi, manusia bisa menciptakan kebudayaan. Dalam teori komunikasi telah dikatakan bahwa *“We Can Not Not Communicate”* yang berarti kita tidak dapat tidak berkomunikasi. Jadi komunikasi dapat dilakukan kapan saja, baik disadari ataupun tidak. Jadi jelaslah bahwa dalam menciptakan suatu kebudayaan sudah tentu dilakukan melalui proses komunikasi. Sebaliknya, budayalah yang membentuk perilaku komunikasi manusia. Itulah sebabnya perilaku komunikasi suatu suku bisa saja berbeda dengan perilaku komunikasi suku lainnya. Di samping itu, tanpa komunikasi suatu kebudayaan tidak akan bisa diwariskan ke generasi-generasi selanjutnya.

Menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner, komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itu yang biasanya disebut komunikasi¹.

Didalam penelitian ini lebih memfokuskan pada kegiatan promosi. Promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi khalayak agar mau membeli produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan².

Promosi dalam praktiknya mempunyai keterkaitan dengan ilmu komunikasi. Hal ini dikarenakan di dalam promosi perlu adanya kegiatan komunikasi yang berusaha untuk memberikan suatu informasi tentang suatu produk atau jasa perusahaan. Promosi merupakan suatu kegiatan yang mempunyai peranan yang sangat penting di perusahaan. Kesuksesan dalam mencapai tujuan finansial perusahaan, tergantung bagaimana promosi itu

¹ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Grasindo, 2004), hlm 7.

² Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm 50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilakukan. Promosi suatu perusahaan juga harus mengatur strategi yang baik demi mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Menurut Onong Uchjana Effendi, strategi adalah perencanaan untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebahai jalan yang hanya memberikan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya³

Komunikasi pariwisata memiliki kedekatan biologis dengan kajian-kajian komunikasi dan pariwisata yang melahirkannya. komunikasi menyumbangkan teori-teori komunikasi persuasif, teori komunikasi massa, teori komunikasi interpersonal dan kelompok. sementara pariwisata menyumbangkan *field* kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke dinasti dan SDM serta kelembagaan kepariwisataan.⁴

Dilihat dari segi sejarah pertumbuhan, konstelasi serta keadaan dunia kepariwisataan dua puluh lima tahun lalu dan perkembangan serta kemungkinannya dimasa-masa mendatang, industri pariwisata di tanah air kita ini walaupun tadinya hanya baru merupakan suatu ‘kemungkinan’ belaka kini kiranya sudah dapat dikatan tampil dalam suatu kehadiran nyata.⁵

Ditinjau dari segi kenyataan dalam keseluruhannya, industri pariwisata di Indonesia adalah ibaratnya sebagai pohon baru tumbuh, walaupun kelihatannya beberapa segmen industri ini telah jelas memberikan hasil terbatas dalam lingkungan sektor industri pariwisata itu sendiri. Berbeda halnya dengan diberbagai negara di Eropa, Amerika Latin dan negara-negara dikawasan Pasifik dimana industri kepariwisataan merupakan industri tersendiri dengan hasil mendekati atau melampaui produksi industri-industri pertanian seperti gula, gandum, kopra atau kopi sebagai sumber pendapatan nasional nomor satu.⁶

³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Prektek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm 32

⁴ Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm 92

⁵ Nyoman S. Pendit, *Ilmu Pariwisata*, (Jakarta: PT. Pradnya Paramita, 1990), hlm 27

⁶ *Ibid*

Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Provinsi Sumatera Barat. Kabupaten Tanah Datar memiliki banyak daya tarik wisata seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata bahari, wisata budaya, dan atraksi seni tradisional. Kabupaten Tanah Datar juga memiliki peninggalan budaya yang telah diturunkan oleh nenek moyang yang sampai sekarang masih dilestarikan, seperti Tari-Tarian, Randai, Saluang, Alu Katentong, dan Salawaik Dulang. Selain itu juga terdapat atraksi budaya yang menarik dan dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata yang layak untuk dijual dan pada akhirnya dapat menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar telah melakukan berbagai macam event wisata yang menarik untuk dikunjungi pada bulan November sampai dengan bulan Desember 2017, yang dikemas dengan nama Festival Pesona Budaya Minangkanbau event wisata tersebut diantaranya, Gowes Jelajah Budaya, Tour de Singkarak 2017, Arakan Jamba, Makan Bajamba, Pergelaran Seni Spesifik Tanah Datar, Pergelaran Budaya Serumpun Melayu Malaysia, Pagaruyung Expo, Pacu Jawi, Pameran Budaya Nusantara, Pergelaran Kesenian Se-Sumatra Barat, Lomba Permainan Anak Nagari, dan lain sebagainya di Tahun 2017⁷.

Maka berdasarkan fenomena tersebut Pemerintah Daerah dalam hal ini Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga menggalakkan kembali muatan-muatan lokal atau sumber daya lokal yang terdapat di Kabupaten Tanah Datar dengan salah satu caranya ialah mengemas kembali tradisi ini menjadi suatu event wisata yang menarik serta mengembalikan fungsi dan peran semua pihak sebagaimana mestinya, sehingga nilai lokal (*local value*) yang melekat pada tradisi ini tidak punah.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik untuk mengangkat judul Penelitian “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar dalam Mempromosikan Event Wisata dan Dampak terhadap Budaya Lokal di Kabupaten Tanah Datar”

⁷ Dokumentasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar , Batusangkar 02 Maret 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Penegasan Istilah

Agar tidak terdapat kesalah pahaman dengan istilah pada penelitian ini, penulis akan menjelaskan beberapa istilah dibawah ini :

1. Stategi komunikasi

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana oprasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwan pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi⁸.

2. Promosi

Promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari perusahaan dengan cara memengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan⁹.

3. *Event* Festival Pesona Budaya Mingakabau

Dalam rangka melestarikan nilai-nilai budaya, Kabupaten tanah Datar menggelar *event* wisata budaya berskala Internasional yaitu Festival Pesona Budaya Minagkabau, tanggal 29 November s/d 3 Desember 2017, yang dibuka secara resmi oleh ibu Hj. Mufidah Jusuf Kalla¹⁰.

4. Kabupaten Tanah Datar

Tanah Datar merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Sumatra Barat dengan ibukota Batusangkar terletak di 0°27'12"LU 100°35'38BT. Kabupaten ini merupakan kabupaten terkecil kedua untuk luas wilayah di Sumatra Barat, yaitu 133.600 Ha (1.336 km²). Jumlah penduduk di kabupaten ini berdasarkan sensus pada tahun 2006 adalah 345.383 jiwa yang mendiami 14 kecamatan, 75 nagari, dan 295 jorong. Kabupaten Tanah

⁸ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2004), hlm 29

⁹ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm 50

¹⁰ Dokumentasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar , Batusangkar 02 Maret 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Datar merupakan daerah agraris, lebih dari 70% penduduknya bekerja pada sektor pertanian, baik pertanian tanaman pangan, perkebunan, perikanan maupun peternakan. Kabupaten Tanah Datar merupakan tujuh Kabupaten terbaik di Indonesia dari 400 kabupaten yang ada. Penghargaan ini diberikan pada tahun 2003 oleh lembaga *International Partnership* dan kedutaan Inggris. Lembaga Ilmu Pengatahuan Indonesia (LIPI) menobatkan Kabupaten Tanah Datar sebagai satu dari empat daerah berprestasi dan berhasil melaksanakan otonomi daerah¹¹

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

Bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar dalam Mempromosikan *Event* Wisata dan Dampak terhadap Budaya Lokal di Kabupaten Tanah Datar?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar dalam Mempromosikan *Event* Wisata dan Dampak terhadap Budaya Lokal di Kabupaten Tanah Datar.

2. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini nantinya memberikan manfaat sebagai berikut :

a. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis penelitian yang akan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi pengembangan teori. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis secara langsung terhadap perkembangan

¹¹Dokumentasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar, Batusangkar, 02 Maret 2018.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ilmu komunikasi, khususnya tentang gambaran strategi yang dilakukan pemerintah daerah dalam mempromosikan event wisata di kabupaten Tanah datar.

b. Manfaat praktis

Manfaat praktis berarti hasil penelitian akan bermanfaat untuk hal-hal yang sifatnya praktis. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar untuk pengembangan pariwisata di Kabupaten Tanah Datar itu sendiri.

E. Sistematika Penulisan

Penelitian ini ditulis dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORITIS

Bab ini berisi uraian teori sebagai dasar pemikiran dan memberi arah dalam melakukan penelitian dan defensi konsep.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis menguangkan metode penelitian yang didalamnya terdapat jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informasi penelitian, validitas data, dan teknik pengumpulan data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini akan diuraikan tentang sejarah singkat Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga, visi dan misi, struktur organisasi, kegiatan-kegiatan yang telah dilakukakan oleh Dinas pariwisata Pemuda dan Olahraga.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan apa saja strategi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Mempromosika *event* wisata dan bagaimana Dampaknya terhadap Budaya Lokal.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dimana berisikan kesimpulan dan saran sehubungan dengan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.