

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata dalam arti yang bersifat umum adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan yang dilakukan oleh manusia, baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah sendiri atau negara lain dengan menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah dan atau masyarakat agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan (Karyono, 1997 :15).

Pariwisata saat sekarang menjadi sektor unggulan dalam peningkatan pendapatan Indonesia umumnya dan pada beberapa daerah khususnya. Sektor pariwisata ikut andil dalam menyumbang devisa negara. Pada periode 2010 – 2013 tercatat pariwisata masuk dalam 5 besar sektor komoditas penyumbang devisa terbesar di Indonesia, seperti yang terlihat dalam tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1
Daftar 5 Sumber Utama Devisa Negara Tahun 2010 – 2013

Jenis Komoditas	Tahun Nilai (Juta US\$)			
	2010	2011	2012	2013
Minyak dan gas bumi	28,039.60	41,477.10	36,997.00	32,663.2
Batu bara	18,499.30	27,221.80	26,166.30	24,501.4
Minyak kelapa sawit	13,468.97	17,261.30	18,845.00	15,839.1
Karet olahan	9,314.97	14,258.20	10,394.50	9,316.6
Pariwisata	7,602.45	8,554.40	9,120.85	10,054.1

Sumber : Kemenparekraf (Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif) 2014

Tabel di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan devisa negara dari sektor pariwisata. Karena itu, sektor pariwisata memberikan banyak peluang untuk meningkatkan kemakmuran rakyat Indonesia untuk saat sekarang, masa yang akan datang dan layak menjadi sektor unggulan di masing masing daerah di Indonesia.

Masuknya pariwisata ke dalam 5 besar penyumbang devisa negara sesuai dengan amanat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Pasal 4 menyatakan bahwa tujuan kepariwisataan adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam lingkungan dan sumber daya serta memajukan kebudayaan.

Sebagai salah satu penyumbang devisa negara, pariwisata digalakkan oleh pemerintah. Ini dikarenakan kondisi pariwisata nasional tidak terlepas dari kondisi pariwisata di daerah. Bagaimana daerah tersebut mengelola potensi pariwisatanya berkontribusi terhadap pariwisata nasional.

Pengelolaan potensi pariwisata artinya berbicara tentang perencanaan, pengembangan destinasi dan produk, pengelolaan dampak dari pariwisata serta permintaan pasar wisata yang dapat terpenuhi. Ketersediaan informasi adalah hal penting dalam semua unsur pengelolaan pariwisata. Ketersediaan informasi ini dapat dibagi dua yaitu ketersediaan secara konvensional dan yang berbasis *website* atau internet. Pengelolaan konvensional adalah mengandalkan penjualan pariwisata dengan promosi lewat majalah pariwisata, brosur pariwisata, dan

informasi dari mulut ke mulut. Sedangkan ketersediaan informasi lainnya adalah dengan pemanfaatan teknologi informasi internet yang menyajikan informasi bagi para wisatawan tentang destinasi wisata dengan sarana dan prasarana pendukungnya, informasi tentang rute, jarak, biaya dan alat transportasi yang dapat digunakan untuk mencapai suatu lokasi wisata dengan memanfaatkan teknologi informasi.¹

Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 20 (a) menyatakan setiap wisatawan berhak mendapatkan informasi yang akurat mengenai daya tarik wisata. Kegiatan dibidang informasi pariwisata menjadi ujung tombak dalam pengelolaan pariwisata itu sendiri. Ini berbicara tentang kemudahan dalam mendapatkan informasi baik itu tempat atau objek wisata, penginapan, transportasi, sarana prasarana dan lain sebagainya. Informasi adalah data yang sudah diolah berupa kata-kata, angka-angka, gambar simbol dan sebagainya guna menambah pengetahuan, pengertian dan inteligensi (Ruslan, 2014:125).

Terkait dengan pariwisata ada konsep informasi pariwisata. Pengertiannya adalah kegiatan memberikan informasi kepada wisatawan tentang kepariwisataan meliputi daerah tujuan wisata, objek wisata, atraksi wisata, sarana dan prasarana, akomodasi serta transportasi. Menurut Marie Elka Pangestu, persoalan pariwisata di Indonesia terkait dengan 7 hal yaitu, 1) sarana dan prasarana, 2) Sumber Daya

¹<http://www.peradabanpecinta.blogspot.com/2013/02/pariwisata-berbasis-teknologi-informasi.html>, diakses tanggal 1 Des 2014.

Manusia (SDM), 3) kebijakan dan peraturan, 4) kesiapan masyarakat, 5) teknologi informasi, 6) investasi yang rendah dan 7) komunikasi dan publisitas.² Untuk mengatasi persoalan komunikasi dan publisitas pariwisata, pemerintah mengeluarkan kebijakan *Tourist Information Center* (TIC).

Tourist Information Center (TIC) merupakan pusat informasi pariwisata yang memberikan informasi kepada wisatawan mengenai lokasi, atraksi, penginapan, pusat hiburan, peta dan segala sesuatu mengenai pariwisata di daerah tersebut. Biasanya pusat-pusat informasi pariwisata ini berlokasi di bandara, tempat-tempat wisata yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta (Suwintari, 2012:14). Pengelolaan TIC yang dilakukan baik oleh pemerintah maupun oleh swasta, adalah ditujukan untuk menyediakan informasi yang akurat kepada wisatawan mengenai segala potensi pariwisata yang dapat memudahkan wisatawan untuk mengetahui objek wisata dan kegiatan/*event* kepariwisataan.

Tersedianya informasi pariwisata secara akurat tidak lepas dari bagaimana pemerintah maupun swasta menerapkan fungsi manajemen dalam mencapai tujuannya. Fungsi manajemen adalah suatu bentuk kerja yang melekat dalam proses manajemen yang akan menjadi acuan dalam melakukan pekerjaan mengandung unsur 1) perencanaan meliputi penetapan tujuan dan diikuti dengan berbagai rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, 2) pengorganisasian merupakan suatu kegiatan pengaturan sumber daya manusia untuk menjalankan rencana yang telah ditetapkan untuk menggapai tujuan

² <http://travel.detik.com>, diakses tgl 23/12/2014

organisasi, 3) pelaksanaan mencakup kepemimpinan dan motivasi dan 4) pengawasan yang mencakup aktivitas menilai kinerja untuk melihat apakah kegiatan-kegiatan dilaksanakan sesuai rencana dan membuat perubahan atau perbaikan jika diperlukan (Effendi, 2014:19-20).

Sumatera Barat merupakan satu dari sepuluh propinsi yang ditetapkan oleh pemerintah sebagai daerah destinasi wisata unggulan di Indonesia.³ Hal ini dikarenakan propinsi Sumatera Barat memiliki banyak tujuan wisata yang sangat indah. Destinasi wisata di provinsi ini tersebar hampir disetiap kabupaten kota, dari mulai wisata alam, kuliner, sejarah dan budaya. Ini dapat dilihat dari data kunjungan wisatawan mancanegara yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik bahwa total kunjungan turis asing ke Sumatera Barat mengalami peningkatan sebanyak 27,35% pada bulan september tahun 2014 dengan jumlah kunjungan tercatat sebanyak 32.736 orang. Sedangkan di tahun 2013 hanya sebanyak 25.706 orang. Berdasarkan data statistik itu juga, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara didominasi turis asal Malaysia yakni sebanyak 23.109 orang. Selain itu terdapat turis dari Australia (1.855 orang), Cina (404 orang), Singapura (873 orang), Jepang (167 orang), India (91 orang), dan Thailand (115 orang). Selain itu, ada 169 wisman asal Amerika, dan sejumlah turis dari Eropa seperti Perancis sebanyak 393 orang, dan Inggris sejumlah 160 orang. Destinasi wisata yang dikunjungi, antara lain Pariaman, Kota Padang, Bukittinggi, Padang Panjang, Sawahlunto, Kabupaten Sijunjung, Agam, Tanah Datar, Mentawai, dan Solok

³www.nasional.kompas.com. Diakses tanggal 23 Februari 2015

Selatan. Jumlah ini dihitung dari wisatawan yang masuk melalui Bandara Internasional Minangkabau.⁴

Pariwisata Kota Padang perlu mendapatkan perhatian karena setiap wisatawan yang datang baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara ke Sumatera Barat, dapat dipastikan akan melalui dua pintu gerbang masuk, yaitu Bandara Internasional Minangkabau dan Pelabuhan Teluk Bayur. Kedua pintu gerbang ini berada di Kota Padang. Artinya Kota Padang menjadi kota pertama yang harus dilalui sebelum menuju kota lainnya di Sumatera Barat. Kondisi ini menuntut Kota Padang untuk memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan khususnya dalam hal menyediakan informasi pariwisata baik informasi tentang Kota Padang maupun kabupaten dan kota lainnya di Sumatera Barat karena lengkap atau tidaknya informasi pariwisata yang dimiliki oleh Kota Padang secara tidak langsung akan mempengaruhi kunjungan wisatawan ke kota lainnya di Sumatera Barat. Untuk lebih jelasnya tingkat kunjungan wisatawan ke Sumatera Barat dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.2
Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Kota Padang

No.	Negara	Tahun				
		2009 (Jiwa)	2010 (Jiwa)	2011 (Jiwa)	2012 (Jiwa)	2013 (Jiwa)
1.	Belanda	2.095	2.125	2.205	2.215	2.345
2.	Jerman	701	715	809	812	815
3.	Perancis	390	387	421	431	551

⁴<http://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/13/11/02/mvmv9r-bps-kunjungan-wisman-ke-sumbar-capai-32736-oran>, diakses tgl 1/12/2014

4.	Swiss	-	-	-	95	87
5.	Italia	129	130	95	95	90
6.	Inggris	417	421	403	429	471
7.	USA	713	726	730	740	790
8.	Canada	108	119	115	114	121
9.	Australia	3.095	3.872	4.009	4.260	4.068
10.	New Zealand	203	197	199	191	201
11.	Malaysia	31.584	32.184	32.983	36.970	37.021
12.	Singapura	2.901	3.001	3.012	3.633	2.879
13.	Jepang	809	896	898	849	583
14.	Lainnya	2.905	2.142	1.640	2.641	3.035
	Total	46.143	47.002	47.609	53.368	53.057

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang 2014

Tabel di atas menunjukkan bahwa wisatawan mancanegara yang datang ke Sumatera Barat melalui dua gerbang pintu masuk pariwisata seperti Bandara Internasional Minangkabau (BIM) dan Pelabuhan Teluk Bayur adalah wisatawan yang berasal dari negara-negara di Eropa, Asia dan Amerika dengan rata-rata tingkat kunjungan dalam 5 (lima) tahun atau dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 adalah sebanyak 49.435 jiwa.

Kunjungan wisatawan tertinggi berasal dari negara-negara Eropa, yaitu wisatawan yang berasal dari Belanda dengan rata-rata tingkat kunjungan dalam periode tersebut adalah sebanyak 2.197 jiwa. Untuk negara-negara Asia didominasi oleh wisatawan dari negara Malaysia dengan rata-rata sebanyak 34.148 jiwa. Sedangkan wisatawan yang paling sedikit berasal dari negara-negara dari benua Amerika seperti USA dan Canada dengan rata-rata sebanyak 853 jiwa.

Tingkat kunjungan tertinggi rata rata dari wisatawan mancanegara pada periode 5 (lima) tahun tersebut adalah pada tahun 2012 yang didominasi oleh wisatawan dari negara Malaysia. Sedangkan yang terendah ada pada tahun 2009. Sedangkan dengan wisatawan terbanyak tetap dari Malaysia.

Tabel 1.3
Jumlah Wisatawan Nusantara ke Kota Padang 2013

No.	Bulan	Jumlah (Jiwa)
1.	Januari	130.030
2.	Februari	199.133
3.	Maret	277.884
4.	April	178.481
5.	Mei	210.623
6.	Juni	225.622
7.	Juli	567.015
8.	Agustus	265.526
9.	September	237.283
10.	Oktober	174.951
11.	November	273.616
12.	Desember	260.952
	Total	3.001.306

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang 2014

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan nusantara, ke Kota Padang tahun 2014 sebanyak 3.001.306 jiwa dengan rata-rata kunjungan per bulan adalah sebanyak 250.108 jiwa. Tingkat kunjungan tertinggi berada pada bulan Juli dan terendah pada bulan Januari. Dari kedua tabel di atas terlihat bahwa wisatawan yang paling banyak datang ke Kota Padang adalah wisatawan dari nusantara yang berasal dari berbagai daerah kabupaten/kota di Indonesia.

Melihat kedudukan pariwisata Kota Padang terhadap pariwisata di Sumatera Barat dan cukup banyaknya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara ke Kota Padang, maka TIC sebagai penghubung antara wisatawan dengan destinasi wisata yang ada di Kota Padang penting untuk diteliti. TIC Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Dibudpar) Kota Padang terbentuk pada tahun 2006. Surat Keputusan kegiatan TIC ini dikeluarkan setiap tahunnya dan untuk tahun 2015 kegiatan TIC berdasarkan Surat Keputusan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kota Padang Nomor 188.45.04B/PK/Disbudpar/ 2015 tanggal 19 Januari 2015 tentang pelaksanaan kegiatan *talk show* kepariwisataan dan TIC. Kegiatan ini sejalan dengan arah kebijakan Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Pemerintah Kota Padang Tahun 2014 untuk bidang pariwisata yaitu membenah pusat informasi wisata (*Tourist Information Center*).

Akan tetapi keterbatasan informasi masih menjadi salah satu permasalahan dalam usaha pengembangan pariwisata di Kota Padang, khususnya terbatasnya ketersediaan informasi pariwisata.⁵ Menurut pengamatan peneliti penyajian informasi TIC Kota Padang belum memadai. Ketersediaan informasi TIC hanya sebatas informasi konvensional, yang terdiri dari *booklet*, *leaflet* pariwisata Kota Padang. Begitu juga informasi yang disajikan dalam bentuk penyediaan layanan internet belum dapat diakses oleh wisatawan.

⁵ www. Bappeda Kota Padang, diakses tanggal 11 November 2014

Pernyataan wisatawan bahwa petugas TIC Kota Padang tidak tahu nomor kontak untuk menghubungi kapal yang akan berangkat ke pulau Siberut⁶ dan tentang peta pariwisata yang belum menggambarkan wilayah pariwisata Kota Padang secara keseluruhan⁷ adalah contoh kurangnya informasi yang ada di TIC. Belum memadainya informasi yang ada di TIC juga dinyatakan oleh Arlan (Ketua Himpunan Pramuwisata Kota Padang). Menurutnya informasi yang tersedia di TIC hanya informasi lokal saja. Seyogyanya sebagai pusat informasi, TIC Kota Padang harus menyediakan informasi tentang provinsi/kabupaten/kota lainnya di Indonesia dalam bentuk brosur dan *booklet*.⁸

Meskipun telah ada penelitian yang dilakukan berkaitan dengan TIC, namun sepengetahuan peneliti belum ada studi tentang manajemen komunikasi TIC Dibudpar Pemerintah Kota Padang. Dengan demikian studi ini berkontribusi terhadap topik manajemen komunikasi dibidang pariwisata khususnya mengenai *Tourist Information Center (TIC)*.

1.2 Perumusan Masalah

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang sebagai suatu organisasi pemerintah mempunyai tujuan yang tertuang dalam visinya yaitu “Menjadikan

⁶<http://www.backpackinmagazine.com/manfaatkan-tourism-information-centre/>, diakses tgl 27 Oktober 2014,

⁷ Wawancara dengan wisatawan asal Malaysia tanggal 25 November 2014

⁸ Wawancara dengan Arlan (Ketua Himpunan Pramuwisata Kota Padang) tanggal 2 Desember 2014

Padang sebagai Destinasi Wisata Pesisir yang Nyaman dan Berkesan Indah”. Untuk mencapai tujuan tersebut Dibudpar Kota Padang membutuhkan tindakan manajemen karena tanpa manajemen semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit (Handoko, 2009:6).

TIC merupakan salah satu kegiatan komunikasi yang dilaksanakan untuk mewujudkan tujuan Dibudpar Kota Padang. Namun keterbatasan informasi yang ada di TIC masih menjadi permasalahan. Permasalahan kelemahan informasi TIC Kota Padang terkait dengan manajemen komunikasi. Karena ketersediaan dan kecukupan informasi merupakan fungsi manajemen. Artinya dengan menerapkan fungsi manajemen terhadap aktivitas komunikasi akan berimplikasi terhadap peningkatan ketersediaan informasi. Karena itu TIC sebagai sumber informasi dan merupakan saluran informasi perlu dikelola secara efektif. Manajemen komunikasi menjadi penting dan memegang peranan besar dalam meningkatkan ketersediaan informasi TIC. Dengan demikian yang menjadi pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana manajemen komunikasi *Tourist Information Center* (TIC) dalam meningkatkan ketersediaan informasi pariwisata pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kota Padang.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan *Tourist Information Center* pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang.

2. Mendeskripsikan manajemen komunikasi *Tourist Information Center* pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini secara akademis diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya manajemen komunikasi. Selain memperkaya kajian manajemen komunikasi, diharapkan juga penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam kajian komunikasi pariwisata.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tentang manajemen komunikasi yang efektif dalam kegiatan pariwisata umumnya dan dalam kegiatan *Tourist Information Center* (TIC) khususnya.

