

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Dunia pariwisata saat ini merupakan salah satu sektor yang menjadi andalan beberapa negara di dunia untuk menjadikan sektor yang mampu menambah devisa negara. Hal ini dikarenakan bahwa sektor pariwisata sangatlah berpotensi untuk mendapatkan keuntungan yang nantinya akan mendongkrak pendapatan suatu negara ataupun suatu daerah. Di Indonesia sektor pariwisata merupakan andalan beberapa daerah dan menjadikan sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang menunjang pendapatan daerah.

Salah satu daya tarik wisatawan untuk datang ke Indonesia adalah dengan objek wisata Indonesia yang menarik. Jika sebuah tempat wisata yang sangat menarik di Indonesia tidak ramai dikunjungi wisatawan hanya karena kurangnya komunikasi atau promosi yang baik tentunya sungguh sangat disayangkan. Wisatawan adalah salah satu sarana penggerak ekonomi Indonesia. Semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung, maka akan semakin besar devisa yang dihasilkan dan maka akan bertambah pula perekonomian Indonesia.

Menurut Vanhove (2005) terdapat 5 sektor utama yang membentuk industri pariwisata di sebuah negara yakni:

1. Sektor daya tarik wisata (*attraction sector*) yang terdiri dari daya tarik alamiah, daya tarik budaya, taman nasional, museum, taman buru dan satwa liar, situs sejarah, perlombaan, dan pertunjukkan.

2. Sektor akomodasi (*accommodation sector*) yang terdiri dari hotel, motel, tempat tidur dan sarapan pagi, guest house, apartemen, villa, condominium, lokasi perkemahan, pelabuhan, perkampungan wisata (*holidays village*), dan lain-lain.
3. Sektor Transportasi (*transportation sector*) yang terdiri dari pesawat udara, kereta api, rute kapal laut, bus wisata, mobil rental, taxi, dan lain-lain.
4. Sektor usaha perjalan wisata (*travel organizer sector*) yang terdiri dari operator tour, agen perjalanan, insentif biro perjalanan, dll
5. Sektor organisasi tujuan wisata (*the destination organization sector*) seperti kantor dinas pariwisata provinsi dan kantor Dinas Pariwisata Kabupaten atau Kota, dan asosiasi turisme.

Salah satu upaya agar pariwisata di berbagai daerah di Indonesia semakin meningkat dan diminati oleh para wisatawan lokal maupun asing adalah dengan cara promosi. Upaya kegiatan mempromosikan tempat kunjungan wisata di daerah tidak semudah dengan kegiatan serupa yang dilakukan untuk produk-produk perusahaan. Disamping karakternya yang berbeda, tempat wisata perlu dijual dengan memanfaatkan kegiatan atau aktivitas Humas Pemerintah.

Promosi tempat tujuan wisata sangat diperlukan oleh daerah-daerah yang memiliki banyak potensi di tanah air. Tentunya upaya kegiatan ini menjadi sangat penting dalam kerangka penyelenggaraan otonomi daerah di Indonesia sampai kepada Pemerintahan Daerah Tingkat II. Promosi tempat wisata yang dirancang dengan baik akan memberikan tambahan penerimaan asli daerah, dan mendorong proses multiplier perkembangan ekonomi lokalitas di sekitar daerah tujuan wisata.

Berdasarkan undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang otonomi daerah memberikan kesempatan bagi berkembangnya daerah-daerah baru yang ada di wilayah Indonesia. Otonomi daerah di Indonesia adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Hal ini akan memberikan kebebasan kepada pemerintah daerah untuk bisa mengelola dan mengembangkan segala potensi yang ada di daerah tersebut. Pemerintah daerah juga dapat mempromosikan potensi wisata yang dimiliki di daerahnya kepada masyarakat dengan cara dan strategi yang dibuat oleh pemerintah daerah mereka masing-masing. Berkaitan dengan pengelolaan dan pengembangan, dan promosi pariwisata daerah tersebut, tentunya diperlukan pola komunikasi pemerintah dalam menginformasikan segala bentuk sumber daya dan potensi yang ada di daerah tersebut.

Di dalam mengelola dan mengembangkan potensi wisata yang ada di daerahnya, masing-masing pemerintah daerah tentu saja harus bisa menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat. Daerah pariwisata sangat erat kaitannya dengan masyarakat lokal yang tinggal di daerah-daerah yang dianggap bisa mendatangkan keuntungan untuk perekonomian daerah. Untuk itu, pemerintah harus bisa meyakinkan masyarakat bahwa dengan mengelola dan mengembangkan daerah wisata itu bersama-sama. Tanpa adanya komunikasi yang baik dengan masyarakat, pemerintah tentu akan sulit untuk mengembangkan program-program yang mereka buat, sehingga akan muncul benturan-benturan yang disebabkan oleh gagalnya komunikasi.

Pemerintah daerah merupakan tumpuan utama dalam mempromosikan potensi pariwisata daerahnya tersebut. Selain untuk memperkenalkan dan mempromosikan wisata daerahnya ke publik, pemerintah masing-masing daerah harus bisa memiliki strategi masing-masing untuk bersaing dengan daerah-daerah lain yang menjual daerah wisatanya. Meskipun tiidak dapat dipungkiri bahwa peran serta masyarakat (swasta) dapat pula dijadikan unsur pendorong kemajuan wisata di suatu daerah karena merupakan suatu kemustahilan apabila hanya itumpukan kepada pemerintah saja.

Berkaitan dengan mempromosikan potensi daerah tentunya akan sangat berhubungan dengan aktivitas dari bagian Humas pemerintah yang ada di daerah tersebut dalam menjalankan peran Humas. Salah satu tugas dari Humas pemerintah yaitu berupaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijaksanaan serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerjanya dan mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta dalam pelaksanaan program pembangunan di berbagai bidang, serta menjaga stabilitas dan keamanan nasional (Ruslan, 2005). Humas pemerintah harus bisa memberikan penerangan kepada masyarakat tentang program-program yang dibuat oleh pemerintah di sektor wisata yang dekat kaitannya dengan masyarakat, terkhusus masyarakat yang tinggal di daerah wisata. Humas pemerintah juga harus bisa meyakinkan masyarakat dan mengajak mereka ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan program wisata yang dicanangkan oleh pemerintah.

Aplikasi kongkrit dalam pelaksanaan humas pemerintahan tersebut dilaksanakan oleh Humas Pemerintah Kota Pariaman Sumatera Barat merupakan yang salah satu daerah di Indonesia yang menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu andalan untuk menunjang pendapatan daerah. Hal tersebut merujuk pada visi dan misi Walikota dan Wakil Walikota Pariaman Periode 2013-2018. Sebagaimana yang tertera pada Profil Daerah Kota Pariaman 2017 (Badan Perencanaan, Penelitian, dan Pengembangan Daerah Kota Pariaman, 2017), visi Kota Pariaman yaitu “Pariaman sebagai Kota Tujuan Wisata dan Ekonomi Kreatif Berbasis Lingkungan, Budaya, dan Agama”. Sementara misi Kota Pariaman dalam mencapai visi mereka yaitu:

1. Membangun sumber daya manusia yang berkompetensi, berbudaya, beriman, dan bertaqwa melalui penguasaan iptek serta memiliki etos kerja yang tinggi.
2. Penguatan struktur perekonomian melalui peningkatan daya saing pariwisata dan ekonomi kreatif berdasarkan potensi daerah.
3. Meningkatkan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih serta mampu mendorong dunia usaha dan masyarakat lebih mandiri.
4. Optimalisasi hasil pembangunan dan sarana prasarana daerah dalam menunjang peningkatan kesejahteraan rakyat dengan memperhatikan kelestarian lingkungan, kesesuaian tata ruang dan mitigasi bencana.

Mendasarkan pada point di atas dapat diketahui, sektor pariwisata di wilayah Kota Pariaman menjadi salah satu sektot yang diutamakan perkembangannya. Hal tersebut sangatlah logis dikarenakan banyak tempat wisata

di wilayah Kota Pariaman yang dapat dieksplorasi menjadi sebuah tempat wisata unggulan.

Selain itu, dengan pengembangan sektor pariwisata di Kota Pariaman maka secara otomatis pula pendapatan daerah dapat meningkat. Sebagaimana diketahui Kota Pariaman tidak memiliki wilayah pertambangan. Selain itu, hasil tani dari Kota Pariaman hingga saat ini masih untuk menghidupkan masyarakat-masyarakat biasa dan belum bisa dikirim untuk daerah di luar Kota Pariaman. Oleh karena itu, Pemerintah Kota Pariaman terus mengembangkan daerah pariwisata mereka agar menjadi daerah wisata favorit tujuan para wisatawan baik dalam maupun luar negeri.

Letak geografis yang berada di pinggir Samudera membuat objek wisata Kota Pariaman terkenal dengan keindahan pantai mereka, di antaranya yang paling terkenal adalah pantai Gandorih yang dilengkapi dengan sarana prasarana seperti Dermaga Apung, Monumen Perjuangan TNI AL, dan Jembatan Muaro. Kota Pariaman juga memiliki Pantai Kata dengan Taman MTQ, Resort dan Monumen Ikan di Karan Aur-TALUK, Pusat Penangkaran Penyu pertama di Sumatera Barat di Pantai Penyu, serta juga memiliki 5 (lima) pulau kecil yang tak berpenghuni yang tengah dikembangkan sarana dan prasarananya sebagai destinasi wisata oleh Pemkot Pariaman di antaranya Pulau Angso Duo, Pulau Kasiak, Pulau Tengah, Pulau Ujung dan Pulau Gosong.



Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan Kota Pariaman

(Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman, 2017)

Humas Pariaman menilai situasi yang selama ini terjadi di sektor pariwisata belum berjalan dengan apa yang diharapkan oleh Pemerintah Kota Pariaman. Walaupun jika dilihat dari jumlah wisatawan seperti pada Gambar 1.1, Kota Pariaman mengalami peningkatan jumlah wisatawan, Humas Pariaman masih menganggap masih perlu peningkatan lagi, terutama untuk wisatawan asing (mancanegara). Sebagai sektor yang sangat diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata belum bisa meningkatkan promosi pariwisata mereka hingga didengar oleh wisatawan-wisatawan dari luar daerah Sumatera Barat, hingga wisatawan asing. Hingga sekarang, pengunjung tempat-tempat wisata di Kota Pariaman masih didominasi oleh orang-orang lokal yang berada di Sumatera Barat hingga masyarakat sekitar Pariaman itu sendiri. Secara statistik, sektor pariwisata Kota Pariamana telah menarik perhatian wisatawan lokal dan mancanegara dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung domestik lebih banyak apabila dibandingkan dengan pengunjung mancanegara. Hal tersebut mendorong peran serta humas Kota Pariaman dalam mempromosikan sektor wisata yang ada di kota Pariaman sehingga dikenal bukan hanya oleh

masyarakat lokal pariaman semata. Langkah yang dilakukan unuk kegiatan promosi Humas Pemerintah Kota Pariaman adalah

1. Lomba desain rancangan busana aplikasi kerajinan khas kota Pariaman(di liput semua media cetak, media tv lokal, majalah tabuik ,radio)
2. Festival jaring And tingkat sekolah(di liput media cetak , on Line, radio, majalah tabuik)
3. Pariaman fashion parade (di liput semua media cetak, media tv lokal, majalah tabuik ,radio)
4. Festival pesona gandoriah (di liput semua media cetak, media tv lokal, majalah tabuik ,radio)
5. Pesta pantai(di liput semua media cetak, media tv lokal, majalah tabuik ,radio)
6. Gebyar Hud kota(di liput semua media cetak, media tv lokal, majalah tabuik ,radio)
7. Turnamen sepak bola antar Club di liput media cetak , on Line, radio, majalah tabuik)
8. Pariaman Expo di liput semua media cetak, media tv lokal, majalah tabuik ,radio)
9. Pariaman internasional triatlon (di liput semua media cetak, media tv lokal dan nasional, majalah tabuik ,radio)
10. Pemilihan cik miang cik ayo (di liput semua media cetak, media tv lokal, majalah tabuik ,radio)

Peran dan tugas tersebut di atas tentunya merupakan peran dan tugas dari Humas Pemkot Pariaman yang merupakan alat untuk memperkenalkan atau mempromosikan obyek wisata yang ada di Pariaman kepada masyarakat Indonesia dan masyarakat dunia. Hal tersebut tercermin dengan terciptanya hubungan pariwisata dan PR.

Pemanfaatan media cetak, televisi, radio, dan *new media* atau media online sebagai media promosi kota Pariaman yang berisikan objek-objek wisata yang ada di Pariaman telah dilakukan guna mendukung terciptanya Kota Pariaman yang dikenal oleh masyarakat Indonesia dan dunia. Sebagaimana diketahui, media bisa menjadi alat promosi yang sangat efisien untuk mempromosikan objek-objek pariwisata yang ada di Kota Pariaman. Namun hal tersebut pula menuntut pemerintahan Kota Pariaman untuk menyiapkan diri baik infrastruktur di berbagai bidang dalam menunjang majunya sektor pariwisata di Kota Pariaman.

Hal tersebut di atas, dilakukan oleh Humas Pemkot Pariaman sebagai lembaga yang notabene menjalin komunikasi dengan masyarakat. Aspek lain yang harus dilakukan Humas Pemkot Pariaman adalah menjalin komunikasi dengan masyarakat agar masyarakat menjaga daerah-daerah wisata itu agar tetap ramai pengunjung. Beberapa fenomena yang kerap terjadi di daerah wisata adalah kebiasaan pedagang yang suka tidak menyertakan harga makanan. Sehingga, pembeli tidak tahu harga yang sudah mereka makan dan merasa dirugikan oleh pedagang. Selain itu, tarif parkir juga kerap menjadi masalah serius yang mengakibatkan wisatawan jenuh untuk datang. Apabila Pemerintah Kota Pariaman bisa menjalin komunikasi baik dengan masyarakat yang tinggal di

daerah wisata, Kota Pariaman dapat menjadi pilihan utama bagi wisatawan yang datang ke Sumatera Barat.

Aktivitas Humas dalam menjalankan perannya diperlukan dalam menyelesaikan hal ini, dimana salah satunya yaitu memberikan informasi kepada pihak luar terkait dengan potensi wisata yang ada di Kota Pariaman ini. Adanya kerja sama antara dinas pariwisata, koperindag, dan pelaku usaha pariwisata di kota Pariaman dengan diadakann sosialisasi dengan asita Sumatra barat. Waktu 2016 humas pernah mengadakan acara celoteh lampau acara Dimana pemerintah daerah bersama skpd datang ke lapau-lapau, dengan mendengarkan keluhan masyarakat, dan memberi pengertian kepada masyarakat tentang peraturan pemerintah, kebijakan pemerintah, dan himbauan-himbauan. Satu lagi 2016 mengadakan sarasehan Diamana kita undang tokoh-tokoh masyarakat dan kita undang narasumber untuk memberi pencerahan.

Berdasarkan uraian di atas, menjadi dasar pertimbangan penulis untuk mengetahui bagaimana peran Humas Pemerintah Kota Pariaman dalam promosi pariwisata Kota Pariaman dan bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Pariaman dengan masyarakat dan media dengan judul tesis sebagai berikut: **“Peran Humas Pemerintah Kota Pariaman dalam Promosi Pariwisata Kota Pariaman”**.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pemanfaatan media komunikasi dalam sarana promosi pariwisata Kota Pariaman oleh Humas Pemerintah Kota Pariaman?

2. Bagaimana pola komunikasi antara Humas Pemerintah Kota Pariaman dengan masyarakat dalam menciptakan iklim pariwisata Kota Pariaman yang baik?

3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan pemanfaatan media komunikasi dalam sarana promosi pariwisata Kota Pariaman oleh Humas Pemerintah Kota Pariaman.
2. Menjelaskan cara-cara yang dilakukan oleh Humas Pemkot Pariaman menjalin komunikasi dengan masyarakat di daerah yang menjadi lokasi wisata Kota Pariaman.

4. Manfaat Penelitian

4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian mengenai peran Humas Pemerintah Kota Pariaman dalam promosi pariwisata Kota Pariaman dalam ini adalah diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya yang berhubungan dengan humas, komunikasi pariwisata, dan promosi.

4.2 Manfaat Teoritis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah agar dapat membantu pemerintah dalam promosi pariwisata. Selain itu, penelitian ini diharapkan membantu agar masyarakat lebih mengenal dan memahami industri pariwisata yang ada pada daerahnya dapat membantu perekonomian daerahnya.