

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat sekarang ini pertumbuhan desa sudah menjadi perhatian oleh berbagai pihak, baik dari pemerintah, pengusaha, masyarakat, dan wisatawan. Dapat dilihat, kini pemerintah memiliki program-program untuk memajukan desa seperti dana desa, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan pemantauan pertumbuhan desa melalui Kementerian Desa, Pengembangan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia (Kemendesa PDTT). Bahkan masyarakat desa kini memiliki program pariwisata yang dibantu oleh pemerintah dengan nama program desa wisata. Bentuk kegiatannya yaitu wisatawan berkunjung ke desa yang dikelola oleh masyarakat dan melihat serta merasakan kehidupan sehari-hari warga desa.

Pendirian desa wisata atau kampung wisata didasari oleh amanat Presiden Indonesia periode 2004-2014 yaitu Susilo Bambang Yudhoyono dimana program-program pemerintah mengarah kepada *pro growth, pro poor, pro job* dan *pro environment*. Sehingga, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata pada masa itu melakukan peningkatan Ekonomi Kerakyatan melalui pengembangan desa wisata. Program ini memberikan wawasan kepariwisataan kepada masyarakat agar bisa mengembangkan desanya melalui pemanfaatan potensi dan daya tarik desa yang mereka miliki baik budaya maupun alam (Soekarya, 2011:3).

Desa wisata merupakan salah satu implementasi dari pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism* atau *CBT*). Dimana *CBT* ini adalah pariwisata yang lebih menonjolkan peran masyarakat setempat dalam mengembangkan pariwisata di daerahnya. Salah satu desa wisata yang ada saat ini yaitu Kampung Wisata Sanjai yang terletak di Kelurahan Manggis Ganting, Kecamatan Mandiangin Koto Selayan, Kota Bukittinggi. Kampung Wisata Sanjai ini merupakan desa wisata pertama di Bukittinggi. Disahkan oleh Ismet Amzis selaku Walikota Bukittinggi pada tahun 2011. Kehadiran Kampung Wisata Sanjai ini menambah destinasi wisata baru di Bukittinggi.

Berdasarkan wawancara awal peneliti dengan Inyik M. Arief Dt. Parpatiah selaku penggagas dan Ketua Pengurus Kampung Wisata Sanjai periode 2011-2016. Inyik menuturkan bahwa awal mula berdirinya Kampung Wisata Sanjai ini dikarenakan pemuda dan masyarakat setempat ingin mengembangkan kampungnya melalui kebudayaan dan kesenian tradisional, sehingga mendapatkan dana dari PNPM Mandiri Pariwisata yang dialokasikan untuk membeli alat musik tradisional dan baju tari.

Pembentukan Kampung Wisata Sanjai juga bermula dari pengamatan sederhana oleh tamu hotel Campago yaitu Yusuf, seorang staff di Kementerian Pariwisata dan menjadi panitia Tour de Singkarak 2. Pada saat itu Yusuf menginap di Hotel Campago dan ingin melihat Kampung Sanjai. Lokasi kampung tidak jauh dari hotel, Yusuf mengunjunginya bersama General Manager Hotel Campago yaitu Sayfroni Falian. Setelah melihat potensi yang dimiliki oleh Kampung Sanjai, baik berupa

alam, kerajinan, kesenian, kebudayaan dan kuliner maka Yusuf menyarankan Kampung Sanjai dikembangkan menjadi desa wisata.

Sehingga, dibangunlah Kampung Wisata Sanjai oleh Syafroni Falian yang sewaktu itu juga menjabat sebagai ketua Persatuan Hotel Restoran Indonesia (PHRI) Bukittinggi dengan mengajak masyarakat setempat untuk berpartisipasi. Walaupun pada saat itu masyarakat masih pasif karena belum mengetahui tentang kepariwisataan dan belum melihat seperti apa hasil yang akan didapatkan. Sedangkan pada pengembangan Kampung Wisata Sanjai ini pemerintah berfungsi sebagai fasilitator, dan salah satu hal yang dilakukan adalah memberikan pelatihan kepada masyarakat Kelurahan Manggis Ganting.

Potensi yang dimiliki Kampung Sanjai yaitu berupa persawahan, industri keripik sanjai (tungku pertama yang membuat keripik ubi menjadi oleh-oleh khas Sumatera Barat), kerancang border khas Bukittinggi, atraksi pencak silat, tari tradisional, randai, *manokok dama* (memecah kemiri), dan atraksi *kusia bendi* (kusir delman). Dengan potensi yang dimiliki ini membuat Kampung Wisata Sanjai menyuguhkan pariwisata yang berbeda dari destinasi wisata lainnya di Bukittinggi, karena kampung ini akan memberikan wisata pengalaman, edukasi atau pendidikan serta *local wisdom* kepada wisatawan, sehingga para wisatawan bisa belajar langsung tentang kehidupan asli masyarakat.

Kegiatan yang dilakukan untuk merealisasikan kampung wisata yang diharapkan, yaitu mengadakan gotong royong oleh masyarakat, pelatihan tentang *homestay* oleh



Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Bukittinggi kepada masyarakat, dan kegiatan lainnya yang mendukung persiapan kampung wisata ini. Pada saat persiapan, Syafroni dihubungi oleh Dinas Pariwisata (Dinpar) Sumatera Barat untuk mendapatkan rekomendasi destinasi makan siang untuk tamu penerbangan perdana Tiger Air jurusan Padang-Singapura dan Singapura-Padang. Syafroni menawarkan ke Kampung Sanjai dan Dinpar menyetujui. Pada saat kunjungan tersebut dilakukanlah peresmian oleh Walikota Bukittinggi.

Setelah diresmikan, Kampung Wisata Sanjai ini dikelola oleh masyarakat Kelurahan Manggis Ganting dibawah naungan Lembaga Keswadayaan Masyarakat (LKM) (sekarang berganti nama menjadi Lembaga Pemberdayaan Masyarakat / LPM). Dalam mengembangkan pariwisata tersebut, terdapat tiga pihak yang harus bekerjasama yaitu masyarakat sebagai pengurus, pemerintah yaitu Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga selaku fasilitator, dan pelaku pariwisata seperti PHRI, tour travel, dan sebagainya selaku pendamping dan pembimbing masyarakat.

Kampung Wisata Sanjai yang diresmikan semenjak 2011 ternyata belum banyak menarik perhatian masyarakat umum. Berdasarkan observasi awal, peneliti menanyakan kebeberapa orang, apakah mereka mengetahui adanya Kampung Wisata Sanjai. Hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada yang mengetahui, kebanyakan dari mereka mengetahui Sanjai adalah nama sebuah keripik ubi bukan nama sebuah daerah dan masyarakat yang mengetahui Sanjai sebagai daerah tidak mengetahui bahwa Sanjai sudah menjadi kampung wisata.



Permasalahan diatas menunjukkan bahwa kurangnya sosialisasi atau pengenalan dan promosi tentang Kampung Wisata Sanjai. Sehingga, hal inilah yang menyebabkan wisatawan Kampung Wisata Sanjai mengalami penurunan kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun semenjak 2013. Jumlah pasti wisatawan yang berkunjung ke Kampung Wisata Sanjai tidak bisa dibuatkan konkritnya karena pengurus tidak memiliki administrasi buku kunjungan yang jelas sehingga tidak ada laporan kunjungan, tetapi setelah peneliti melakukan wawancara awal dengan pihak terkait seperti Inyia Perpatiah (Ketua Pengurus Kampung Sanjai 2011-2016) dan Syafroni (GM Hotel Campago periode 2010-2013 dan Ketua PHRI Bukittinggi). Inyia Patiah dan Syafroni menyatakan bahwa wisatawan Kampung Wisata Sanjai selalu mengalami penurunan dari tahun ke tahun dimulai tahun 2013 sampai sekarang.

Kunjungan wisatawan Kampung Wisata Sanjai berbanding terbalik dengan kunjungan wisatawan ke kota Bukittinggi yang mengalami kenaikan setiap tahunnya. Berdasarkan karcis untuk masuk pada destinasi berbayar seperti Taman Magrasatwa dan Budaya Kinantan dan Panorama, tingkat kunjungan dapat dilihat dari karcis yang terjual. Hal ini dapat dilihat dari data kunjungan wisatawan yang dihimpun oleh Dispapora Bukittinggi, sebagai berikut:



Tabel 1.1 Data Kunjungan Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan (TMBK)
Berdasarkan Karcis

NO	BULAN	2014	2015	2016	2017
1	Januari	58,238	66,923	67,192	85,476
2	Februari	36,653	31,277	40,411	37,777
3	Maret	23,752	33,720	35,250	35,280
4	April	42,285	33,900	33,871	51,093
5	Mei	52,097	57,987	80,189	85,652
6	Juni	71,585	54,635	30,200	55,786
7	Juli	8,059	153,269	177,757	178,682
8	Agustus	173,820	49,192	42,647	37,285
9	September	32,018	31,858	38,034	44,814
10	Oktober	38,197	27,914	36,435	44,870
11	November	27,290	32,944	36,313	34,268
12	Desember	73,730	78,663	85,419	86,420
	T O T A L	637,724	652,282	703,718	777,403

Sumber: Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Bukittinggi, 2018

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa kunjungan wisatawan ke Bukittinggi pada destinasi wisata Taman Margasatwa Budaya Kinantan yang menggunakan karcis mengalami kenaikan setiap tahunnya. Bukittinggi memiliki destinasi yang tidak berbayar seperti Jam Gadang, Ngarai Sianok, dan destinasi lainnya. Tidak adanya pencatatan kunjungan pada destinasi tak berbayar membuat jumlah kunjungan tidak diketahui secara pasti jumlahnya, tetapi bisa dilihat bahwa Bukittinggi memiliki peningkatan kunjungan setiap tahunnya pada destinasi berbayar yang dibuktikan dengan karcis diatas.

Pada pengelolaan pariwisata, menurut Bungin (2015:93) dibutuhkan komunikasi dalam pengelolaannya. Komunikasi berperan untuk menyampaikan pesan antar pihak agar bisa bekerjasama dan bisa menyebarkan informasi seputar tempat pariwisata tersebut kepada khalayak ramai. Terdapat empat kajian komunikasi untuk pariwisata

yaitu komunikasi persuasif, komunikasi massa, komunikasi interpersonal, dan komunikasi kelompok. Penerapan empat kajian komunikasi untuk komunikasi pariwisata ini dapat membantu dalam proses pariwisata dimana membantu untuk mengajak masyarakat berperan dalam kepengurusan, mengkomunikasikan tentang pengelolaan Kampung Wisata Sanjai kepada antar pihak yaitu masyarakat, diapapora, dan pelaku pariwisata. Serta, komunikasi berperan dalam mempromosikan Kampung Wisata Sanjai menggunakan media massa.

Dalam proses pengelolaan Kampung Wisata Sanjai, tidak semua komunikasi pariwisata berjalan dengan baik. Berdasarkan observasi awal Peneiti di Kampung Wisata Sanjai dan wawancara awal dengan pihak terkait yaitu Pengurus Kampung Wisata Sanjai dan Dispapora Bukittinggi, ditemukan permasalahan yang terjadi pada Kampung Wisata Sanjai yaitu sulitnya mengajak masyarakat berpartisipasi, tidak lancarnya komunikasi antara masyarakat dengan Dispapora, dan tidak adanya penggunaan media massa dalam mempromosikan Kampung Wisata Sanjai. Ketidakmaksimalan dalam menerapkan komunikasi pada pariwisata Kampung Wisata Sanjai tentu memiliki penyebabnya. Sehingga, membuat peneliti tertarik untuk menganalisa penerapan komunikasi pariwisata yang ada di Kampung Wisata Sanjai dan menemukan hambatan komunikasi yang terjadi selama ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu analisis penerapan komunikasi pariwisata pada Kampung Wisata Sanjai sebagai pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourim*)

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu, untuk:

1. Menganalisis komunikasi pariwisata yang telah dilakukan di Kampung Wisata Sanjai
2. Mengetahui hambatan komunikasi pariwisata pada Kampung Wisata Sanjai

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu referensi yang bermanfaat dan bisa menambah wawasan bagi peneliti lainnya, terutama peneliti yang memiliki subjek penelitian yang sama yaitu tentang kampung wisata dalam kajian komunikasi pariwisata.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu Pengurus Kampung Wisata Sanjai, Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Bukittinggi serta pelaku pariwisata di Bukittinggi dalam mengoptimalkan pengembangan Kampung Wisata Sanjai dengan memberikan saran penerapan komunikasi pariwisata yang baik untuk kedepannya.

