

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai Negara yang kaya akan budaya dan tradisi, yang mana di setiap daerahnya memiliki budaya yang khas dan berbeda-beda. Salah satunya adalah Kabupaten Pacitan, Jawa Timur, dengan keindahan alamnya yang masih asri dan kekayaan budaya yang unik, memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata yang menarik. Salah satu upaya yang dilakukan untuk mempromosikan Pacitan adalah melalui penyelenggaraan Festival Ronthek Pacitan (FRP). Festival ini tidak hanya bertujuan untuk menghibur masyarakat, tetapi juga memiliki misi yang lebih besar, yaitu membangun citra Pacitan sebagai destinasi wisata yang “Mrabu Rahayu” damai, sejahtera, dan memiliki kekhasan tersendiri.

Secara historis Festival Ronthek berasal dari kata “Ronda dan Thethek” yang maksudnya kentongan yang dipukul untuk membangunkan sahur, seiring dengan zaman yang semakin berkembang Festival Ronthek bukan hanya sebagai perayaan tahunan, tetapi juga sebagai simbol identitas dan kebanggaan masyarakat Pacitan yang masuk sebagai warisan budaya tak benda. Festival ini juga menjadi ajang untuk mempererat hubungan sosial antarwarga, dan sebagai daya tarik wisata yang berpotensi mendongkrak ekonomi lokal. Berbagai bentuk kesenian yang ditampilkan dalam festival ini mulai dari tarian, musik, hingga pertunjukan lainnya yang mengangkat nilai sejarah, sosial, dan budaya yang tinggi.

Meskipun memiliki berbagai keunggulan, daerah ini menghadapi tantangan dalam membentuk dan mempertahankan citra positifnya akibat berbagai faktor, termasuk peristiwa negatif yang terkadang dapat mengaburkan reputasinya. Salah satu peristiwa tersebut adalah kerusuhan Ronthek Sahur, yang menimbulkan kekhawatiran mengenai dampaknya

terhadap Festival RontheK, dan secara keseluruhan, terhadap citra Pacitan. Insiden ini menyoroti perlunya strategi komunikasi yang efektif untuk melawan persepsi negatif dan memperkuat atribut positif Pacitan sebagai destinasi yang damai dan berkembang.

Dikutip dari artikel yang tayang pada 31 Maret 2024, dijelaskan bahwa peristiwa rusuh rontek terjadi pada pukul 02.30 WIB di ruas Jalan Ahmad Yani, Kelurahan Baleharjo, Pacitan. Disebabkan karena adanya dua kelompok yang saling terlibat cekcok, hingga main serang petasan. AKP Sugeng menjelaskan bahwa bentrokan tersebut dipicu karena salah satu kelompok rontek salah jalur, "Itu pertemuan antara Rontek Sidoharjo, Ploso, Baleharjo, dan Arjowinangun, Sironoboyo" Jelasnya. (ketik.co.id 2024)

31 Maret 2024 pukul 20.28 WIB, Kapolsek Pacitan Kota, AKP Sugeng Rusli Muslan membenarkan bentrokan yang terjadi antara dua kelompok rontek gugah sahur tersebut karena cekcok dan diselingi saling lempar petasan. (suarajatim.id 2024)

Kemudian artikel yang tayang 1 April 2024 pukul 09.25 WIB, Kabag Ops Polres Pacitan AKP Sukinto Herman membenarkan terjadinya peristiwa bentrok antara 2 kelompok rontek yang diduga adanya provokasi. Namun begitu, tidak ada warga yang ditangkap maupun aparat keamanan yang terluka. (radarmadiun.jawapos.com 2024)

Artikel lain tayang pada 7 April 2024 pukul 06.31 WIB, telah terjadi bentrok di 4 titik kejadian yang mengakibatkan kendaraan mobil pemudik rusak karena lemparan batu. (tvonenews.com 2024)

Dilansir dari artikel pada Minggu, 7 April 2024 pukul 17.57 WIB, dijelaskan bahwa tragedi kericuhan tradisi rontek gugah sahur dipicu karena dua kelompok massa bertemu dan saling ejek hingga menimbulkan lempar batu. (tribunJatim.com2024)

Didasari oleh pemberitaan dan video rusuh yang beredar di media sosial, tentu menarik perhatian dan asumsi publik mengenai keamanan dan identitas Festival RontheK. Dalam *Public Relations*, citra memainkan

peranan penting. Citra adalah gambaran yang dimiliki masyarakat tentang suatu entitas, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk komunikasi, keterlibatan masyarakat, dan reputasi yang telah dibangun. Peran *Public Relations* dalam konteks ini dapat menjangkau masyarakat lokal, dan juga menarik wisatawan untuk tetap memiliki perspektif yang positif dan berpartisipasi dalam Festival RontheK tahunan yang akan diselenggarakan pada 15-17 Juli 2024.

Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada analisis strategi komunikasi yang diterapkan dalam Festival RontheK Pacitan untuk meningkatkan citra Pacitan. Dengan menggunakan kerangka teori citra Kotler (2003), studi ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana strategi festival berkontribusi pada pembangunan dan pemeliharaan citra positif Pacitan. Ini termasuk memeriksa perbaikan dalam aspek organisasi festival, peran media sosial dalam promosi acara, dan dampak keseluruhan terhadap persepsi publik.

Oleh karena itu, penting untuk memahami konsep Teori Citra (*image theory*) dalam konteks strategi Festival RontheK Pacitan dalam membangun citra Pacitan “Mrabu Rahayu”. Teori citra menjelaskan bagaimana persepsi publik terhadap Festival dapat dipengaruhi dan dibentuk melalui berbagai strategi komunikasi yang diterapkan, sehingga mempengaruhi interaksi publik terhadap acara Festival RontheK ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan desain studi kasus. Studi kasus dipilih karena dapat menyediakan analisis yang mendalam tentang fenomena yang spesifik mengenai strategi Festival RontheK Pacitan terkait citra Pacitan pasca-rusuh rontheK sahur. Dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen terkait.

## **B. Rumusan Masalah**

Bedasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana strategi Festival RontheK Pacitan (FRP) dalam Membangun Citra Pacitan Mrabu Rahayu?

## **C. Tujuan Penelitian**

Menganalisis bagaimana strategi Festival RontheK Pacitan (FRP) dalam Membangun Citra Pacitan Mrabu Rahayu

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini akan memberikan kontribusi pada pengembangan teori citra, khususnya dalam konteks festival dan destinasi wisata. Dengan menerapkan teori citra Kotler (2003), studi ini dapat memperluas pemahaman tentang bagaimana strategi komunikasi mempengaruhi citra suatu acara dan daerah. Kemudian temuan dari penelitian ini akan menambah khazanah literatur akademik mengenai strategi komunikasi dalam pariwisata dan acara budaya. Ini akan bermanfaat bagi peneliti dan akademisi yang tertarik pada studi serupa di masa mendatang.

### **2. Manfaat praktis**

Penelitian ini akan memberikan panduan konkret tentang strategi komunikasi yang efektif dalam penyelenggaraan festival, meningkatkan perencanaan dan pelaksanaan acara dengan fokus kepada elemen-elemen yang berpengaruh dalam membangun citra. Temuan dari penelitian ini dapat membantu penyelenggara festival dalam memperbaiki dan menyempurnakan berbagai aspek acara, termasuk sistem perlombaan dan promosi. Penelitian ini juga akan memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial dapat

digunakan secara lebih efektif untuk promosi festival melalui konten dan kampanye yang menarik dan berdampak.

### 3. Manfaat untuk pengembangan pariwisata

Dengan menerapkan hasil penelitian ini untuk memperbaiki kualitas festival dan strategi promosi, Pacitan dapat meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata. Citra positif dapat menarik wisatawan dan juga berpengaruh terhadap pengembangan wisata dan mendorong masyarakat lokal untuk lebih berpartisipasi dalam acara budaya. Hal ini dapat memperkuat jaringan pariwisata lokal dan meningkatkan pengalaman wisatawan. Penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi pengembangan strategi pariwisata jangka panjang di Pacitan. Dengan informasi tentang strategi yang berhasil dalam membangun citra, pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dapat merancang kebijakan dan program yang lebih efektif untuk mengembangkan sektor pariwisata.

