

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan daerah merupakan salah satu bagian dari pembangunan nasional yang tidak dapat dilepaskan dari prinsip otonomi daerah. Untuk mendukung penyelenggaraan otonomi daerah tersebut dibutuhkan kewenangan yang luas, nyata, dan bertanggung jawab di setiap daerah tersebut. Sebagai tindak lanjut dari penyelenggaraan otonomi daerah dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang pemerintah daerah yang merupakan kebijakan yang lahir dalam rangka menjawab dan memenuhi tuntutan reformasi dan semangat pembaharuan tentang demokratisasi antara hubungan pusat dan daerah serta upaya pemberdayaan daerah.

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang juga memiliki banyak tempat-tempat wisata, salah satunya di Kabupaten Ponorogo. Kabupaten Ponorogo dikenal sebagai kota reyog, disamping itu Ponorogo juga memiliki banyak potensi wisata yang menarik. Dinas Kebudayaan Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga berperan penting dalam meningkatkan pendapatan daerah dengan melakukan promosi atau mengenalkan sektor wisata yang ada di daerah tersebut. Didalam memajukan sektor pariwisata di tingkat daerah, peran pemerintah daerah sebagai motor penggerak dan selanjutnya memberikan wewenang penuh kepada Dinas Pariwisata Daerah Kabupaten Ponorogo dalam menentukan strategi-strategi pembangunan kepariwisataan. Salah satunya yang

dilakukan Dinas Pariwisata untuk memperkenalkan pesona wisata adalah melalui promosi pariwisata.

Untuk menyikapi adanya faktor yang mampu mempengaruhi wisatawan yang dapat berkunjung tentu diperlukan adanya informasi yang akurat sekaligus efektif dan efisien. Informasi tersebut dapat dengan mudah disampaikan dengan adanya figure yang mampu bekerjasama dengan Dinas Pariwisata untuk membantu mempromosikan wisata suatu daerah. Figur tersebut yang mempromosikan pariwisata daerah tidak lain yaitu Duta Wisata. Duta Wisata yang diharapkan dapat mewakili daerahnya dalam upaya mempromosikan potensi wisata, juga diharapkan bisa menjadi sosok yang kreatif, inovatif, percaya diri, berpengalaman, dan berjiwa tinggi. Hal itu juga ditunjang oleh penampilan yang simpatik dan diarahkan untuk menggapai terwujudnya generasi muda yang berkualitas, santun, dan berdedikasi dalam melestarikan budaya, serta dapat berperan aktif dalam mempromosikan pariwisata daerah.

Duta wisata setiap daerah mempunyai cara tersendiri dalam mempromosikan dan mengenalkan budaya daerahnya sehingga dapat menarik para wisatawan. Hal ini berdampak pada objek-objek wisata, seni, budaya dan pariwisata yang dapat bersaing dalam dunia pariwisata dan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas. Oleh karena itu peran promosi dan pemasaran dari petugas pengelola dinas pariwisata dapat terjembatani dengan adanya duta wisata. Tentu sebelumnya diadakan ajang pemilihan duta wisata, dengan adanya ajang pemilihan duta wisata daerah ini diharapkan yang terpilih mampu menjadi promotor untuk mempromosikan potensi wisata yang ada di daerah tersebut.

Hal ini juga diterapkan oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Ponorogo yang melakukan promosi pariwisata salah satunya dengan menyelenggarakan pemilihan Duta Wisata. Salah satu ajang pemilihan duta wisata yang ada di Kabupaten Ponorogo adalah Pemilihan duta wisata Kakang Senduk. Di Kabupaten Ponorogo setiap tahunnya diadakan pemilihan Duta Wisata Kakang Senduk, dimana setiap finalis maupun pemenang dengan berbagai nominasi yang diraih secara langsung akan tergabung dalam ikatan organisasi Paguyuban Kakang Senduk Kabupaten Ponorogo.

Paguyuban Kakang Senduk Kabupaten Ponorogo ini dibentuk oleh anggota kakang senduk dari berbagai angkatan dan dibina oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo yang memiliki peran penting dalam memperkenalkan potensi wisata Kabupaten Ponorogo kepada massa yang lebih luas. Disamping itu, pemilihan Duta Wisata Kakang Senduk ini juga mampu menjadi inspirator dan motivator bagi generasi muda dalam menjalankan peran dan fungsinya dimasyarakat serta diharapkan memiliki aktivitas yang signifikan dalam memperkenalkan Pariwisata Kabupaten Ponorogo dan juga sektor pariwisata selain Reyog Ponorogo. Karena di Kabupaten Ponorogo sendiri memiliki berbagai sektor pariwisata yang perlu diketahui oleh khalayak luas. Sebagian besar wilayah di Ponorogo yang merupakan daerah pegunungan dan perbukitan ini menjadikan kebanyakan wisata yang ada adalah wisata alam. Maka dari itu Duta Wisata Kakang Senduk yang terpilih harus mampu mempromosikan potensi wisata yang ada di Kabupaten Ponorogo.

Promosi pariwisata perlu dilakukan oleh duta wisata kakang senduk, mungkin masyarakat Ponorogo sudah banyak yang tahu objek-objek wisata di Ponorogo, namun bagaimana dengan masyarakat luar daerah serta bagaimana cara mengundang mereka untuk datang ke Ponorogo. Dengan melakukan promosi pariwisata ini untuk mendongkrak kedatangan wisatawan domestik maupun turis dari luar negeri. Duta wisata di setiap daerah dituntut untuk melakukan promosi pariwisata karena mereka terpilih untuk menjadi promotor pariwisata. Tentu dalam melakukan promosi pariwisata setiap duta wisata memiliki berbagai cara untuk menarik minat wisatawan, salah satunya menggunakan media sosial. Dimana interaksi di media sosial adalah hal yang sangat diminati oleh masyarakat saat ini, sosial media sebagai akses informasi yang tidak mengenal ruang dan waktu. Selain itu juga untuk lebih meningkatkan promosi pariwisata hal yang dilakukan yaitu menjalin hubungan dengan media (*media relations*), dimana dengan menjalin hubungan yang baik dengan media selain sebagai alat bantu promosi pariwisata agar dikenal masyarakat luas yaitu karena dapat meningkatkan citra organisasi khususnya dalam promosi pariwisata. Dengan memperoleh citra yang baik, citra yang positif akan menimbulkan kesadaran bagi masyarakat tentang pariwisata yang menarik di daerahnya dalam hal ini yaitu Ponorogo. Dengan menjalin hubungan yang baik dengan media *relations*, bisa saling menguntungkan satu sama lain, pihak media memperoleh bahan untuk dipublikasikan sedangkan kita mendapatkan timbal balik berupa ketertarikan masyarakat akan potensi wisata yang dimiliki. Hal ini membuat paguyuban kakang senduk ponorogo terpacu untuk bersaing dalam hal melakukan promosi

pariwisata dengan menggunakan media sosial dan juga menjalin hubungan dengan media (*media relations*). Alasan memilih paguyuban kakang senduk angkatan 2017 karena, untuk organisasi paguyuban secara resmi baru ada dua angkatan yaitu tahun 2017 dan sebelum tahun 2017. Paguyuban kakang senduk sebelum tahun 2017 dalam tugasnya hanya melakukan promosi pariwisata menggunakan sosial media saja sedangkan untuk melakukan aktivitas media relations belum sama sekali dilakukan, jadi peneliti memilih pada angkatan 2017 karena ingin melihat apakah ada perkembangan dari angkatan sebelum 2017 dengan angkatan 2017 dalam hal melakukan aktivitas media relations dalam promosi pariwisata.

Selain menggelar ajang pemilihan Duta Wisata Kakang Senduk, Kabupaten Ponorogo setiap tahunnya juga menggelar sebuah acara yang bertaraf nasional yaitu Festival Reyog Nasional (FRN). FRN sendiri salah satu festival tahunan yang merupakan salah satu rangkaian acara pesta rakyat Ponorogo di bulan Muharram yaitu Grebeg Suro. Festival Reyog Nasional sendiri dilaksanakan sudah sejak tahun 2004 yang sampai saat ini masih menjadi pagelaran rutin setiap tahunnya, disamping itu juga bersamaan dengan hari jadi Kabupaten Ponorogo. Dan Duta Wisata Kakang Senduk banyak berperan dalam keseluruhan rangkaian acara hari jadi Kabupaten Ponorogo serta acara Grebeg Suro dan Festival Reyog Nasional.

Dari uraian diatas, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana Aktivitas *Media Relations* Paguyuban Kakang Senduk angkatan 2017 dalam promosi pariwisata Kabupaten Ponorogo.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana aktivitas *Media Relations* Paguyuban Kakang Senduk angkatan 2017 dalam promosi pariwisata Kabupaten Ponorogo ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui aktivitas *Media Relations* Paguyuban Kakang Senduk angkatan 2017 dalam promosi pariwisata Kabupaten Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis maupun manfaat teoritis :

a) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman tentang aktivitas *media relations* dan promosi pariwisata dalam sebuah lembaga pemerintahan.

b) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan terkait potensi putra-putri daerah dalam promosi pariwisata dan dijadikan referensi untuk bahan ajar ilmu pengetahuan baru tentang aktivitas *media relations* dan promosi pariwisata, selain itu juga penelitian ini diharapkan selanjutnya dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian terkait.