

**ANALISIS MODEL KAMPANYE DISBUDPARPORA
DALAM PELAKSANAAN PROGRAM PEMBANGUNAN
MONUMEN REOG DI BUKIT GAMPING SAMPUNG PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh :

PUTRI LYA NUR FATIKHAH

NIM : 21240906

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

HALAMAN LOGO



**ANALISIS MODEL KAMPANYE DISBUDPARPORA
DALAM PELAKSANAAN PROGRAM PEMBANGUNAN
MONUMEN REOG DI BUKIT GAMPING SAMPUNG PONOROGO**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat Untuk
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Oleh :

PUTRI LYA NUR FATIKHAH

NIM : 21240906

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

**ANALISIS MODEL KAMPANYE DISBUDPARPORA
DALAM PELAKSANAAN PROGRAM PEMBANGUNAN
MONUMEN REOG DI BUKIT GAMPING SAMPUNG PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan

Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik di Jurusan

Ilmu Komunikasi

Oleh :

PUTRI LYA NUR FATIKHAH

NIM : 21240906

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Putri Lya Nur Fatikhah / 21240906 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 22 Januari 2025

Dosen Pembimbing I



Dra. Niken Lestarini, M.Si
NIDN/0020066503

Dosen Pembimbing II



Ayub Dwi Anggoro, M.Si., Ph.D
NIDN.0725038605

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Putri Lya Nur Fatikhah / 21240906 ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada hari : Rabu

Tanggal : 05 Februari 2025

Pukul : 09:45 – 10:30 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Penguji III


Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN.0724048604


Ayub Dwi Anggoro, M.Si., Phd
NIDN.0725038605


Dra. Niken Lestari, M.Si
NIDN.0020066503

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIK.1986032520130912

HALAMAN MOTTO

“Jika tanganmu belum bisa membantu orang lain setidaknya jangan gunakan mulutmu untuk melukai hati orang lain dan jangan gunakan matamu untuk memandang rendah orang lain”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Dengan rasa bangga dan bersyukur penulis berterima kasih kepada :

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunia-Nya maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a.
2. Kedua orang tua, Bapak Hadi Mulyanto dan Ibu Siti Komsiatin atas do'a, dukungan dan cinta kasih yang selalu diberikan. Terima kasih atas pengorbanan, kerja keras dan waktu yang telah diluangkan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memudahkan jalan menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.
3. Dosen pembimbing dan penguji, terima kasih selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya hingga saya menjadi lebih baik.
4. Keponakan saya, Mazida Umaiya yang senantiasa memberikan dukungan waktu penelitian berlangsung. Semangat, senyum dan do'anya untuk saya di masa pengerjaan skripsi ini.

5. Sahabat seperjuangan saya, Destya Cantika, Darlian Novita Sari, Zhafira Ulaya, Triana Novita, Ika Okkis dan Yukla Latifah terima kasih telah memberikan *support* dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini.
6. Kekasih saya, Farhan Alir Wahma Nastiti Aji yang selalu menguatkan penulisan dalam mengerjakan skripsi serta, tak lupa memberikan untaian do'a saya penulis agar diberi kelancaran dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini untuk mendapatkan gelar S.Ikom.

Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk semua yang telah mendukung serta memberikan semangat agar skripsi ini terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan di masa mendatang.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *“Analisis Model Kampanye Disbudparpora Dalam Pelaksanaan Program Pembangunan Monumen Reog di Bukit Gamping Sampung Ponorogo”*.

Adapun tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program sarjana (Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo). Mengingat keterbatasan ilmu dan pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mengalami hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan dan kerja sama dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sehingga dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari, M.A selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Dra. Niken Lestarini, M.Si selaku dosen pembimbing.
4. Seluruh Dosen dan Tenaga Kerja di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan bimbingan berupa ilmu

dan pengetahuan.

5. Ibu Puteri Dyah Ayu Puspitasari, S.Sos Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif selaku yang sudah memberikan izin penelitian berlangsung.
6. Bapak Sujoso S.Sos selaku kepala Desa Sampung yang sudah memberi informasi terkait dengan objek penelitian.

Penulis hanya bisa mendo'akan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan penyelesaian skripsi ini, semoga mendapat balasan dan Ridho Allah SWT. Dan juga, saran serta kritik untuk perbaikan selalu diterima. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Ponorogo, 22 Januari 2025

Penulis

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Lya Nur Fatikhah

Alamat : RT/RW 03/01 Jayengranan, Kranggan, Sukorejo, Ponorogo 63453

NIM : 21240906

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

“Analisis Model Kampanye Disbudparpora Dalam Pelaksanaan Program Pembangunan Monumen Reog di Bukit Gamping Sampung Ponorogo”

Adalah hasil observasi awal, refleksi dan presentasi ini merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini murni karya intelektual saya sendiri dan saya telah merujuk semua sumber yang digunakan sebagai referensi dalam karya ilmiah ini sesuai dengan aturan akademik yang berlaku umum, termasuk semua sumber telah memberikan pendapat tentang konten, tidak termasuk yang menyangkut susunan kata dalam kalimat dan desain teks. Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 22 Januari 2025



(Putri Lya Nur Fatikhah)

DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO	i
SKRIPSI.....	ii
SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Praktis	11
2. Manfaat teoritis.....	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Kampanye	14
1. Fungsi Kampanye	17
2. Tujuan Kampanye.....	17

3. Tahapan Kampanye	20
4. Jenis – Jenis Kampanye	22
B. Komunikasi Publik	25
1. Komunikasi	25
2. Komunikasi Pemerintah	26
3. Komunikasi Publik Pemerintah	27
4. Tujuan Komunikasi Publik	29
C. Disbudparpora Ponorogo	31
1. Profil Disbudparpora	31
2. Visi Misi Disbudparpora Ponorogo	34
3. Fungsi dan Tugas Disbudparpora Ponorogo	36
D. Kehumasan.....	37
1. Definisi Humas	37
2. Unsur Dasar Humas	38
3. Tujuan Humas	39
E. Pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban Ponorogo (MRMP)	41
F. <i>Development Communication Theory</i>	43
G. Pendekatan Dalam Komunikasi Pembangunan.....	46
H. Penelitian Terdahulu	49
I. Kerangka Berpikir.....	52
BAB III.....	54
METODE PENELITIAN	54
A. Tempat dan Waktu Penelitian	54
1.) Tempat penelitian.....	54
2.) Waktu penelitian	54
B. Jenis Penelitian	55
C. Objek dan Subjek Penelitian.....	56
1.) Objek Penelitian	56

2.) Subjek Penelitian	56
D. Data dan Sumber Data	56
1.) Jenis Data	56
2.) Sumber Data Penelitian	57
3.) Teknik Menentukan Informan	58
E. Teknik Pengumpulan Data	59
1.) Metode Wawancara	59
2.) Metode Observasi	60
3.) Dokumentasi	60
F. Teknik Analisis Data	61
1.) Reduksi Data	61
2.) Penyajian Data	62
3.) Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi	63
BAB IV	64
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Objek Penelitian	64
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	70
BAB V	86
KESIMPULAN DAN SARAN	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
Lampiran 1	93
Lampiran 2	94
Lampiran 3	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	49
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir	53
Tabel 3.1 Data Informan dikelola oleh peneliti	59
Tabel 3.2 Analisi Data	61
Tabel 4.1 Data penambang gamping yang dikelola peneliti	
Error! Bookmark not defined.	



ABSTRAK

ANALISIS MODEL KAMPANYE DISBUDPARPORA DALAM PELAKSANAAN PROGRAM PEMBANGUNAN MONUMEN REOG DI BUKIT GAMPING SAMPUNG PONOROGO

Pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban di Kecamatan Sampung merupakan salah satu upaya strategis pemerintah daerah untuk meningkatkan daya tarik wisata serta melestarikan warisan budaya. Namun, proses pembangunan ini menghadapi tantangan berupa potensi resistensi dari masyarakat lokal, khususnya para penambang gamping yang merasa keberadaan mereka dapat terganggu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model kampanye yang dilakukan oleh Disbudparpora dalam melibatkan masyarakat setempat, guna menciptakan pemahaman dan dukungan terhadap pembangunan tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi dan studi dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori *development communication*, yang menekankan pentingnya komunikasi partisipatif dalam proses pembangunan untuk mendorong keterlibatan aktif masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Disbudparpora berhasil menciptakan komunikasi dua arah yang efektif dengan masyarakat melalui dialog, sosialisasi, dan pelibatan dalam proses perencanaan. Pendekatan yang partisipatif, seperti penyuluhan tentang manfaat ekonomi dan sosial dari pembangunan, menjadi kunci dalam mengubah persepsi masyarakat, khususnya kelompok penambang gamping. Dukungan masyarakat tercapai melalui transparansi informasi, pengelolaan konflik, dan pemberian solusi alternatif bagi mereka yang terdampak.

Kata kunci: Model kampanye, Disbudparpora, pembangunan, Monumen Reog

ABSTRACT

ANALYSIS OF DISBUDPARPORA CAMPAIGN MODEL IN THE IMPLEMENTATION OF THE REOG MONUMENT DEVELOPMENT PROGRAM ON B UKIT GAMPING SAMPUNG PONOROGO

The construction of the Reog Monument and the Museum of Civilization in Sampung District is one of the strategic efforts of the local government to increase tourist attractions and preserve cultural heritage. However, this development process faces challenges in the form of potential resistance from the local community, especially the limestone miners who feel that their existence can be disturbed. This study aims to analyze the campaign model carried out by the Tourism Office in involving the local community, in order to create understanding and support for the development. The method used in this study is qualitative, with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews, observations and documentation studies. This study uses the theory of development communication, which emphasizes the importance of participatory communication in the development process to encourage active community involvement.

The results of the study show that the Tourism Office has succeeded in creating effective two-way communication with the community through dialogue, socialization, and involvement in the planning process. Participatory approaches, such as education on the economic and social benefits of development, are key to changing public perceptions, especially the limestone miners. Public support is achieved through information transparency, conflict management, and providing alternative solutions for those affected.

Keywords: *Campaign model, Disbudparpora, development, Reog Monument*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Ponorogo, yang terletak di sebelah barat Provinsi Jawa Timur, merupakan salah satu daerah yang kaya akan budaya dan sejarah. Dengan luas wilayah mencapai 131. 210,52 hektar, kabupaten ini terbagi menjadi 21 kecamatan, yang terdiri dari 218 desa dan 26 kelurahan. Topografi Kabupaten Ponorogo sangat beragam, mulai dari dataran rendah hingga pegunungan. Sekitar 79% dari wilayahnya berada pada ketinggian kurang dari 500 meter di atas permukaan laut, sementara 14,4% terletak pada ketinggian antara 500 hingga 700 meter, dan hanya 5,9% yang berada pada ketinggian di atas 700 meter.

Kabupaten Ponorogo memiliki potensi yang sangat besar dalam sektor pariwisata, yang mencakup berbagai jenis wisata, seperti wisata alam, wisata religi dan wisata budaya. Saat ini, lebih dari 15 objek wisata telah diidentifikasi sebagai lokasi-lokasi yang memiliki peluang untuk dikembangkan lebih lanjut. Ponorogo, yang dikenal dengan julukan "Bumi Reog", memiliki kekayaan budaya yang sangat berharga terutama dalam kesenian Reog yang menjadi identitas daerah ini. Sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Ponorogo Nomor 2 Tahun 2021 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD), pemerintah daerah

berkomitmen untuk mengembangkan sektor pariwisata dengan fokus pada potensi alam dan budaya yang dimiliki oleh kabupaten ini. Sebagai bagian dari upaya pelestarian kesenian Reog, Pemerintah Kabupaten Ponorogo merencanakan pembangunan monumen dan museum Reog.

Kesenian Reog Ponorogo merupakan salah satu warisan budaya Jawa yang masih terjaga kelestariannya hingga saat ini. Reog adalah sebuah tarian adat yang tidak hanya menjadi simbol identitas Kabupaten Ponorogo, tetapi juga mencerminkan kekayaan budaya yang telah ada sejak lama. Kesenian ini diperkirakan lahir pada tahun 1235 Masehi, awalnya merupakan kisah yang diceritakan di istana dan kemudian menyebar ke masyarakat luas, di mana banyak orang yang mengaguminya. Sejak saat itu, kesenian Reog Ponorogo terus berkembang dan dapat ditemukan dalam berbagai acara adat maupun festival, seperti pernikahan, khitanan dan perayaan hari-hari besar nasional. Dari segi waktu dan model pertunjukannya, Reog telah mengalami banyak modifikasi yang menunjukkan dinamika dan adaptasi seni ini dalam masyarakat.

Istilah "Reog" atau "Reyog" berasal dari kata "riyet", yang dapat diartikan sebagai keadaan bangunan yang hampir rubuh. Dalam pertunjukan Reog, terdapat suara gamelan atau musik pengiring yang menciptakan suasana yang semarak dan ramai, yang sering kali diibaratkan dengan istilah "bata rubuh". Hal ini menunjukkan betapa hidupnya pertunjukan Reog dalam konteks budaya

masyarakat Ponorogo. Di Kota Ponorogo terdapat patung yang terletak di perempatan jalan dan monumen Bantarangin yang berdiri megah untuk mencerminkan tokoh-tokoh seni Reog yang memiliki nilai sejarah dan kearifan lokal yang tinggi. Ini menunjukkan bahwa seni Reog telah berkembang menjadi salah satu daya tarik utama dalam pementasan seni di Indonesia. Selain itu, seni Reog Ponorogo telah berhasil diakui sebagai salah satu produk budaya Indonesia yang terdaftar dalam warisan budaya tak benda (WBTB) oleh Organisasi Ilmu Pengetahuan dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNESCO). Pembangunan monumen dan patung ini sangat penting dalam upaya melestarikan budaya yang ada, serta mengingatkan masyarakat tentang sejarah dan simbol-simbol yang melekat pada kota tersebut. Dengan demikian, diharapkan masyarakat Ponorogo akan terus menjunjung tinggi dan melestarikan budaya yang telah diwariskan oleh nenek moyang mereka.

Setelah terpilih sebagai Bupati dan Wakil Bupati dalam pemilihan umum yang berlangsung pada 17 April 2019, Sugiri Sancoko menetapkan pemberdayaan pembangunan sebagai salah satu prioritas utama dalam kepemimpinannya. Dalam upaya untuk memajukan wilayah kabupaten, fokus utama yang diambil adalah pengembangan sektor pariwisata, khususnya wisata alam, yang telah direncanakan secara matang sejak awal masa jabatannya. Salah satu langkah strategis yang diambil untuk mendorong pembangunan daerah adalah melalui perencanaan

pengembangan pariwisata Monumen Reog Ponorogo. Hal ini diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Ponorogo Nomor 3 Tahun 2023, yang berisi Rencana Induk Pengembangan Kepariwisataan di daerah tersebut.

Peraturan daerah ini mencakup berbagai aspek penting dalam pengembangan pariwisata, termasuk rencana pembangunan Monumen Reog Ponorogo sebagai salah satu daya tarik wisata utama. Dalam dokumen tersebut, terdapat penjelasan rinci mengenai langkah-langkah yang akan diambil untuk meningkatkan potensi pariwisata di daerah ini, yang diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu poin penting yang tercantum dalam Peraturan Daerah Kabupaten Ponorogo Nomor 3 Tahun 2023 adalah pasal 12 ayat 1 huruf C, yang menyebutkan tentang pengembangan kawasan KSPK Sampung dan sekitarnya sebagai bagian dari rencana induk pembangunan kepariwisataan Kabupaten Ponorogo untuk periode 2023-2025. Dengan adanya peraturan ini, diharapkan pengembangan wisata di Monumen Reog Ponorogo dapat berjalan dengan baik dan terencana, sehingga mampu menarik lebih banyak wisatawan dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan daerah. Melalui pendekatan yang terintegrasi dan berkelanjutan, Sugiri Sancoko berkomitmen untuk menjadikan pariwisata sebagai salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi dan sosial di Kabupaten Ponorogo.

Monumen Reog Ponorogo merupakan Monumen yang terletak di Desa

Sampung Kecamatan Sampung Kabupaten Ponorogo yang merupakan simbol penting bagi budaya dan pariwisata. Dalam pernyataan Bupati Ponorogo turut mengundang tokoh masyarakat, tokoh agama, aparat kepolisian, TNI serta pemangku kepentingan lainnya untuk berkumpul dalam sebuah musyawarah. Sugiri menekankan pentingnya kerja sama ini sebagai langkah strategis untuk meningkatkan status dan daya tarik Kabupaten Ponorogo. Dalam pernyataannya, ia menyatakan, “Kita ada gawe bersama untuk Ponorogo naik kelas,” yang menunjukkan komitmennya untuk memajukan daerah tersebut.

Sugiri juga menjelaskan bahwa pemilihan lokasi Monumen Reog di Gunung Gamping bukanlah keputusan yang diambil secara sembarangan. Lokasi ini telah dipilih dengan pertimbangan yang matang, mengingat kawasan tersebut berfungsi sebagai pintu gerbang wisata di sisi barat laut Kabupaten Ponorogo. Keberadaan monumen ini sangat strategis karena letaknya yang dekat dengan objek wisata terkenal seperti Telaga Sarangan dan Tawangmangu, yang sudah dikenal luas oleh wisatawan. Dengan demikian, Sugiri berharap bahwa Monumen Reog Ponorogo dapat menjadi daya tarik tambahan yang mendorong wisatawan untuk mampir dan menjelajahi lebih banyak keindahan yang ditawarkan oleh Ponorogo. Lebih dari sekadar simbol budaya, Sugiri berharap bahwa monumen ini akan berfungsi sebagai pengungkit bagi sektor perekonomian daerah. Ia percaya bahwa dengan meningkatnya jumlah pengunjung yang datang untuk melihat monumen, akan ada

dampak positif terhadap berbagai sektor, termasuk perhotelan, restoran, dan usaha kecil lainnya. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Ponorogo, sehingga dapat digunakan untuk pembangunan dan kesejahteraan masyarakat. Dengan visi yang jelas dan dukungan dari berbagai pihak, Sugiri optimis bahwa Monumen Reog Ponorogo akan menjadi salah satu ikon penting yang tidak hanya melestarikan budaya lokal, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi dan pariwisata di daerah tersebut.

“Dampaknya nanti tentu kepada masyarakat sekitar, ekonomi akan menjadi stabil dan membaik. Sedangkan terkait dengan para penambang batu gamping agar dituntaskan dulu. Sehingga pembangunannya segera kongkret dan klir” (<https://www.koranmemo.com/daerah/> Diakses pada tanggal 24 November 2023).

Pada informasi berita diatas Bupati Ponorogo juga menjelaskan terkait mengapa mengambil lokasi di Desa Sampung yang notabene adalah desa yang berbatasan dengan Kabupaten Magetan. Selain menjelaskan terkait alasannya memilih Desa Sampung, Bupati Sugiri Sancoko juga menekankan bahwa nantinya Masyarakat akan mengalami dampak dari sektor pendapatan dikarenakan merekalah nantinya yang akan pertama kali membuka usaha UMKM yang terkait dengan Monumen Reog Ponorogo ini. Antusias dari Masyarakat juga mendukung dikarenakan harapan mereka dalam keikutsertaan proyek pembangunan ini semakin jelas dikarenakan Bupati Sugiri Sancoko juga turun langsung dalam menjelaskan terkait

posisi masyarakat yang terdampak kedepannya bagaimana dan supaya menjadi kejelasan di kalangan masyarakat.

Dalam pernyataan Bupati juga terdapat penyelesaian terkait pekerja tambang yang sampai saat ini masih bekerja di area proyek pembangunan dalam acara sosialisasi yang dilakukan oleh Bupati Ponorogo. Pekerja tambang mendapatkan kejelasan dikarenakan komitmen dari Bupati Ponorogo untuk menyelesaikan permasalahan dalam pembangunan Monumen ini yang akan diselesaikan sebelum Monumen diresmikan. Namun apa yang ditemui peneliti dalam melakukan pra survei tempat lokasi penelitian ditemukannya bahwa pekerja tambang batu kapur sampai saat ini masih khawatir akan kepastiannya dalam komitmen Bupati Ponorogo tersebut.

Menurut Disbudparpora Ponorogo, Pembangunan Monumen Reog Ponorogo telah direncanakan sejak tahun 2019 sebagai upaya untuk memperkuat identitas budaya Kabupaten Ponorogo, yang dikenal dengan kesenian Reog. Monumen ini tidak hanya berfungsi sebagai simbol, tetapi juga sebagai pusat edukasi dan pelestarian budaya, dilengkapi dengan museum peradaban yang akan memberikan wawasan tentang sejarah dan makna Reog. Dengan ketinggian yang direncanakan mencapai 126 meter, Monumen Reog Ponorogo diharapkan menjadi daya tarik wisata utama di Jawa Timur. Lokasinya yang strategis di perbukitan kapur Kecamatan Sampung akan memudahkan akses bagi wisatawan dari berbagai daerah.

Selain itu, pembangunan ini juga bertujuan untuk menciptakan ekosistem seni dan budaya yang lebih hidup, serta memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Proyek ini melibatkan investasi yang signifikan, dengan anggaran sekitar Rp 164 miliar, dan diharapkan dapat selesai dalam waktu dekat. Dengan adanya monumen ini, diharapkan Reog Ponorogo dapat lebih dikenal secara luas, tidak hanya sebagai seni pertunjukan, tetapi juga sebagai warisan budaya yang harus dilestarikan. Monumen Reog Ponorogo merupakan Monumen yang terletak di Desa Sampung Kecamatan Sampung Kabupaten Ponorogo. Monumen reog Ponorogo memiliki ukurannya melebihi patung GWK di Bali. Monumen raksasa ini diproyeksi memiliki ketinggian sekitar 126 meter. Proyek tersebut menghabiskan dana kisaran Rp 76,6 miliar yang akan dibangun di daerah tambang batu kapur yang ada di Kecamatan Sampug. Selain Monumen Reog, akan dibangun juga Museum Peradaban yang berada di bawah Monumen Reog. Rencananya akan dibangun wahana yang berfungsi sebagai penunjang wisata, serta area gamping yang dapat menjadi pusat edukasi bagaimana cara pengolahan gamping yang dapat memiliki nilai jual. Bangunan Monumen Reog tersebut nantinya mampu menampung sebanyak 2.082 orang. Pembangunan Monumen Reog Ponorogo masuk dalam program prioritas yang direncanakan oleh Bupati Ponorogo, dalam Pembangunan Monumen Reog Ponorogo ini akan dimasukkan dalam proyek strategis nasional yang bisa dibantu dalam pendanaan oleh Pemerintah pusat

sehingga tidak mengandalkan dana APBD itu sendiri, dikarenakan dalam pembangunan Monumen ini membutuhkan dana yang sangat besar sehingga membutuhkan bantuan dana dari stakeholders lainnya.

Pembangunan Monumen tidak hanya membangun patung saja namun ada Museum Peradaban Sejarah Reog Ponorogo sehingga bisa dijadikan sebagai wisata yang edukatif, misi dari Bupati Ponorogo sendiri adalah menjadikan Kabupaten Ponorogo sebagai kota wisata sehingga fokus dari pembangunan di Kabupaten Ponorogo saat ini adalah di sektor pariwisata. Sektor pariwisata sebagai tujuan dari Bupati Ponorogo untuk meningkatkan pemasukan anggaran daerah sehingga kedepannya bisa membuat ekonomi di Ponorogo meningkat dan bisa dilirik investor untuk turut membantupembangunan di daerah Ponorogo dikarenakan saat ini Ponorogo masih terbilang tertinggal dalam pembangunan dibandingkan dengan Kota atau Kabupaten tetangga. Pembangunan Kawasan Wisata Monumen dan Museum Reog di Kabupaten Ponorogo bertujuan untuk menegaskan identitas dan kebanggaan masyarakat, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Inisiatif ini diharapkan dapat memperlihatkan kepada semua orang bahwa Bumi Reog memiliki nilai dan keunikan tersendiri, yang menjadi kebanggaan khusus bagi masyarakat Kabupaten Ponorogo serta masyarakat Jawa Timur secara keseluruhan. Dengan adanya monumen dan museum ini, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan warisan budaya Reog dan menarik perhatian lebih banyak orang untuk mengenal

serta menghargai kekayaan budaya yang dimiliki daerah ini.

Berdasarkan hal tersebut, penulis mempunyai rencana untuk menganalisis tentang model kampanye yang diterapkan oleh Disbudparpora dalam pelaksanaan program pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban untuk mengetahui terkait dengan penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran dan pelaporan. Analisa ini ditujukan agar penulis dan pembaca dapat mengetahui dengan jelas rencana dan maksud dengan judul “Analisis Model Kampanye Disbudparpora Dalam Pelaksanaan Program Pembangunan Monumen Reog di Bukit Gamping Sampung Ponorogo”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar Belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah "Bagaimana Analisis Model Kampanye Disbudparpora Dalam Pelaksanaan Program Pembangunan Monumen Reog di Bukit Gamping Sampung Ponorogo?"

C. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penulis dapat menunjukkan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana analisis model kampanye yang diterapkan oleh Disbudparpora dalam pelaksanaan program pembangunan Monumen Reog di Bukit Gamping Sampung Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

a.) Bagi Penulis

Penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan pengalaman baru, tetapi juga sebagai referensi yang berguna untuk penelitian di masa mendatang. Melalui proses penelitian ini, penulis dapat mengembangkan keterampilan analitis dan metodologis yang diperlukan dalam dunia akademis. Selain itu, penelitian ini juga merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana dalam program studi Ilmu di Universitas Muhammadiyah Ponorogo, sehingga memberikan motivasi tambahan bagi penulis untuk menyelesaikan tugas ini dengan baik.

b.) Bagi Pemerintahan (Desa Sampung dan Pemerintahan Kabupaten Ponorogo)

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan diskusi dan referensi yang berharga. Penelitian ini dapat digunakan sebagai alat untuk mengevaluasi program-program kebijakan yang telah dilaksanakan, serta memberikan masukan yang konstruktif dalam merumuskan kebijakan di masa depan. Dengan adanya analisis yang mendalam, pemerintah dapat lebih memahami dampak dari kebijakan yang

diterapkan dan melakukan perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas program-program yang ada.

c.) Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai sumber referensi yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan kajian serupa, khususnya terkait model kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (Disbudparpora). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya koleksi referensi di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, sehingga dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa dan dosen dalam kegiatan akademik mereka.

d.) Bagi Masyarakat

Penelitian ini memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai analisis kampanye yang diterapkan oleh Disbudparpora dalam program pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban di Bukti Gamping Sampung. Dengan demikian, masyarakat dapat lebih memahami upaya pemerintah dalam mempromosikan dan mengembangkan potensi budaya daerah mereka. Penelitian ini juga dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam program-program pembangunan yang ada, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya lokal. Secara

keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi semua pihak yang terlibat, serta mendorong pengembangan lebih lanjut dalam bidang kebudayaan dan pariwisata di Kabupaten Ponorogo.

2. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan pemahaman tentang konsep analisis model kampanye yang diterapkan oleh Disbudparpora dalam hal kebijakan Pemerintah Desa kepada masyarakat. Penelitian ini juga diharapkan dapat berkontribusi menambah literatur akademis dengan memberikan pemahaman baru mengenai analisis model kampanye dalam program pembangunan Monumen Reog di Kabupaten Ponorogo yang dapat dijadikan landasan teori-teori baru dalam hal kajian Ilmu Komunikasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kampanye

Kampanye pada dasarnya, merupakan suatu proses komunikasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan cara yang terstruktur, bertujuan untuk mencapai dampak tertentu. Menurut Rogers dan Storey (1987), kampanye didefinisikan sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana, bertujuan untuk menghasilkan efek tertentu pada kelompok sasaran yang luas, dan dilaksanakan secara berkelanjutan dalam jangka waktu tertentu” (Venus, 2004:7). Definisi ini telah menjadi salah satu yang paling terkenal dan banyak diterima di kalangan akademisi, terutama dalam bidang komunikasi.

Ada dua alasan utama yang mendukung popularitas definisi yang diajukan oleh Rogers dan Storey. Pertama, definisi tersebut secara jelas menyatakan bahwa kampanye merupakan salah satu bentuk tindakan komunikasi. Ini menunjukkan bahwa kampanye tidak hanya sekadar penyampaian informasi, tetapi juga melibatkan interaksi dan pertukaran pesan antara pengirim dan penerima. Kedua, definisi ini mampu mencakup seluruh proses dan berbagai fenomena yang terjadi dalam praktik kampanye di bidang komunikasi, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan dan evaluasi. Definisi yang diberikan oleh Rogers dan Storey sering kali dijadikan acuan oleh berbagai ahli dari disiplin ilmu lainnya, seperti ilmu

politik dan kesehatan masyarakat. Dalam konteks ilmu politik, kampanye sering kali merujuk pada upaya untuk mempengaruhi pemilih dalam pemilihan umum, di mana strategi komunikasi yang efektif sangat penting untuk mencapai tujuan tersebut. Sementara itu, dalam bidang kesehatan masyarakat, kampanye digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu kesehatan, seperti pencegahan penyakit dan promosi gaya hidup sehat. Selain itu, banyak ahli komunikasi lainnya yang memberikan definisi yang sejalan dengan batasan yang diuraikan oleh Rogers dan Storey.

Dengan demikian, kampanye dapat dipahami sebagai suatu proses yang kompleks dan dinamis, yang melibatkan berbagai aspek komunikasi dan strategi untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye bukan hanya sekadar aktivitas promosi, tetapi juga merupakan alat yang kuat untuk mempengaruhi opini publik dan mendorong perubahan sosial. Berikut adalah definisi lain yang sepemikiran dengan Rogers dan Storey :

- Pfau dan Parrot menyatakan bahwa,

"A campaign is a conscious, sustained and incremental process designed to be implemented over a specified period of time for the purpose of influencing a specified audience." Kampanye adalah suatu proses yang disengaja, berkelanjutan, dan bertahap, yang dirancang untuk dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu guna memengaruhi khalayak tertentu. (Pfau

dan Parrot, 1993)

- Leslie B. Snyder

“A communication campaigns is an organized communication activity, directed at a particular audience, for a particular period of time, to achieve a particular goal.” Kampanye komunikasi adalah suatu kegiatan komunikasi yang terorganisasi, yang ditujukan kepada khalayak tertentu dalam jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. ” (Gudykunst dan Mody, 2002)

- Rajasundarman

“A campaigns is acoordinated use of different methods of communication aimed at focusing attention on a particular problem and its solution over a period of time.” Penggunaan berbagai metode komunikasi yang terkoordinasi, yang bertujuan untuk menarik perhatian pada suatu masalah tertentu dan solusinya dalam jangka waktu tertentu. ”

Dari definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap kegiatan kampanye komunikasi mencakup setidaknya empat elemen penting. Pertama, adanya tindakan kampanye yang bertujuan untuk mencapai efek atau dampak tertentu. Kedua, melibatkan sejumlah besar khalayak sasaran. Ketiga, adanya konsentrasi pada jangka waktu tertentu. Dan terakhir, meliputi serangkaian

tindakan komunikasi yang terorganisasi.

1. Fungsi Kampanye

Menurut Venus (2018), fungsi kampanye adalah untuk menyampaikan informasi dengan tujuan agar masyarakat lebih responsif terhadap pesan yang dikomunikasikan. Beberapa fungsi kampanye antara lain:

- Sebagai sarana informasi yang dapat mengubah cara berpikir masyarakat.
- Sebagai upaya untuk melaksanakan kampanye, sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap isu tertentu.
- Untuk mengembangkan usaha dengan cara membujuk masyarakat agar membeli produk yang dipasarkan.
- Untuk membangun citra positif dari para peserta kampanye.

2. Tujuan Kampanye

Patrick Jackson (dalam Ruslan, 2008) menyebutkan beberapa tujuan dalam pelaksanaan kampanye, antara lain:

a.) Public Awareness

Kampanye kesadaran publik merupakan upaya untuk meningkatkan

pemahaman masyarakat mengenai suatu isu atau risiko tertentu. Melalui komunikasi yang efektif dan inisiatif pendidikan, kampanye ini bertujuan untuk membangun citra merek, memperkenalkan produk, serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap permasalahan yang ada. Selain itu, kampanye ini juga berfungsi untuk mendidik dan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai isu, tujuan, produk, atau layanan tertentu untuk memastikan masyarakat memahami pesan yang disampaikan.

b.) Offer Information

Salah satu tujuan utama kampanye adalah memberikan informasi yang rinci tentang program yang diusung kepada masyarakat yang berminat. Informasi ini dapat disampaikan melalui berbagai saluran, seperti brosur, majalah, dan panduan. Selain itu, konsultan atau pakar dengan keahlian dalam isu yang diadvokasi juga dapat memberikan informasi. Pendanaan khusus juga dapat dialokasikan untuk masyarakat, komunitas, dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) agar mereka dapat menjalankan program kampanye yang bertujuan meningkatkan kesadaran sosial.

c.) Public Education

Kampanye bertujuan untuk mendidik masyarakat secara emosional dengan tetap mematuhi prinsip-prinsip etika. Ini dicapai melalui materi kampanye yang

komprehensif dan memberikan informasi yang jelas serta lengkap tentang tujuan program yang dijalankan. Kampanye ini dirancang untuk mendidik masyarakat secara emosional, sambil tetap berpegang pada prinsip-prinsip etika yang berlaku. Untuk mencapai tujuan tersebut, kampanye ini menyediakan materi yang komprehensif, yang menyajikan informasi dengan cara yang jelas dan lengkap. Materi ini bertujuan untuk menjelaskan secara mendetail mengenai tujuan dan manfaat dari program yang sedang dijalankan, sehingga masyarakat dapat memahami dan merasakan keterlibatan dalam isu yang diangkat. Dengan pendekatan ini, diharapkan masyarakat tidak hanya mendapatkan pengetahuan, tetapi juga terinspirasi untuk berpartisipasi aktif dalam program tersebut.

d.) Reinforce the Attitude and Behavior

Kampanye yang efektif harus mampu memperkuat nilai-nilai yang dianut oleh audiens target atau mengubah perilaku mereka agar sejalan dengan posisi yang diambil oleh komunikator. Dengan demikian, penting bagi kampanye untuk tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menciptakan resonansi emosional yang dapat mempengaruhi cara pandang dan tindakan audiens. Melalui pendekatan yang tepat, kampanye dapat mendorong audiens untuk mengadopsi nilai-nilai baru atau memperkuat yang sudah ada, sehingga menciptakan keselarasan antara tujuan komunikator dan respons audiens. Hal ini akan meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan dan memperkuat hubungan antara komunikator dan audiens.

e.) Behavior Modification

Salah satu tujuan utama dari sebuah kampanye adalah untuk mengubah atau memodifikasi perilaku audiens target, sehingga mereka yang sebelumnya kurang mendukung dapat beralih menjadi lebih mendukung terhadap isu atau program yang diusung. Proses ini melibatkan pemahaman mendalam tentang motivasi dan sikap audiens, serta penerapan strategi komunikasi yang efektif untuk mendorong perubahan tersebut. Dengan menyajikan informasi yang relevan, menggugah emosi, dan memberikan contoh positif, kampanye dapat mempengaruhi cara pandang audiens dan mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif dalam mendukung inisiatif yang diusulkan. Dengan demikian, modifikasi perilaku ini tidak hanya meningkatkan dukungan terhadap program, tetapi juga menciptakan dampak yang lebih luas dalam masyarakat.

3. Tahapan Kampanye

Menurut H. Simon dalam karya yang diacu oleh Venus (2018), kegiatan kampanye terdiri dari beberapa tahapan penting yang terbagi menjadi lima bagian: perencanaan, mobilisasi, legitimasi, promosi, dan aktivasi. Dalam praktiknya, kelima aspek ini saling berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain.

a.) Perencanaan (planning)

Tahapan pertama adalah perencanaan. Di sini, Simon menjelaskan bahwa proses kampanye dimulai dengan merumuskan tujuan, menganalisis audiens, menilai situasi yang ada, melakukan penelitian dan pengembangan, serta merancang strategi dasar yang akan digunakan.

b.) Mobilisasi (*mobilization*)

Selanjutnya, pada tahap mobilisasi, seluruh sumber daya kampanye dikumpulkan dan disiapkan untuk memastikan pelaksanaan yang lancar dan efektif. Mobilisasi ini melibatkan koordinasi sumber daya manusia (pendukung) yang mengelola kampanye, serta pemanfaatan sumber daya material dan sarana komunikasi. Ini mencakup pesan verbal dan nonverbal, seperti kata-kata, gambar, warna, dan angka, serta tiruan saluran komunikasi yang beragam, seperti media sosial, media umum, dan media massa.

c.) Legitimasi (*legitimation*)

Tahapan berikutnya adalah legitimasi, yang sangat penting bagi keberhasilan dan efektivitas kampanye. Legitimasi mencakup beragam aspek yang berkaitan dengan kampanye itu sendiri, termasuk kedudukan atau status penyelenggara, dukungan yang diterima, tujuan yang diusung, serta kekuasaan atau kewenangan dari penyelenggara. Sebuah kampanye dianggap sah jika tujuannya baik, berpihak kepada kepentingan umum, dan tidak melanggar norma atau aturan sosial yang

berlaku. Adanya legitimasi juga dapat mengurangi potensi resistensi atau protes terhadap gagasan atau program kampanye tersebut.

d.) Promosi (*promotion*)

Promosi adalah tahap krusial dalam sebuah kampanye yang bertujuan untuk membangun identitas dan kredibilitas penyelenggara. Pada tahap ini, penting untuk menciptakan citra positif yang dapat menarik perhatian audiens dan membangun kepercayaan. Citra yang baik akan memudahkan penyampaian pesan kampanye dan meningkatkan kemungkinan audiens untuk merespons dengan positif.

e.) Aktivasi (*activation*)

Tahapan terakhir adalah aktivasi, di mana rencana aksi yang terperinci akan dirumuskan. Pada tahap ini, penyelenggara kampanye perlu mendapatkan komitmen awal serta dukungan dari para pendukung dan audiens sasaran. Hal ini mencakup langkah-langkah konkret untuk mengimplementasikan program kampanye agar dapat memberikan dampak yang diinginkan khususnya pada kelompok sasaran yang utama.

4. Jenis – Jenis Kampanye

Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Nomor 35 Tahun 2004 mengatur berbagai jenis dan bentuk kampanye dalam pemilihan umum, termasuk pemilihan

Presiden dan Wakil Presiden. Berdasarkan beberapa sumber, jenis-jenis kampanye dapat dibedakan sebagai berikut:

a.) Product Oriented Campaigns

Kampanye yang berorientasi Produk yang dimana kampanye ini biasanya berlangsung di lingkungan bisnis dan memiliki tujuan komersial, seperti peluncuran produk baru. Selain memperkenalkan produk, kampanye ini juga berusaha membangun citra positif di mata masyarakat.

b.) Candidate Oriented Campaigns

Merupakan kampanye yang berorientasi pada Kandidat yang dimana Jenis kampanye ini difokuskan pada individu kandidat dengan tujuan meraih keuntungan politik. Contohnya termasuk kampanye pemilihan umum dan penggalangan dana untuk partai politik.

c.) Ideological or Cause Oriented Campaigns

Kampanye yang berorientasi pada Ideologi atau Tujuan, Kampanye ini bertujuan untuk mencapai sasaran tertentu, sering kali dengan dimensi sosial yang dikenal sebagai Kampanye Perubahan Sosial (menurut Kotler). Kampanye ini berupaya mengatasi masalah sosial dengan mengubah sikap serta perilaku masyarakat. Contoh dari kampanye ini meliputi kampanye tentang AIDS, program keluarga berencana, dan donor darah.

d.) Kampanye yang Bersifat Menyerang (Attack Campaign)

Kampanye yang bersifat menyerang merupakan strategi komunikasi yang sering digunakan dalam konteks politik dan pemasaran untuk meraih perhatian publik dengan cara menyerang atau mengkritik pihak lawan. Terdapat dua jenis utama dari kampanye menyerang, yaitu kampanye negatif dan kampanye hitam. Masing-masing memiliki karakteristik dan tujuan yang berbeda.

- Kampanye Negatif

Kampanye negatif adalah pendekatan yang menggunakan data atau fakta yang dapat diverifikasi untuk menyerang atau mengkritik lawan. Tujuan utama dari kampanye ini adalah untuk membuka diskusi dan memicu perdebatan di antara pemilih. Dalam kampanye negatif, informasi yang disajikan biasanya berfokus pada kelemahan, kesalahan, atau kebijakan yang dianggap tidak efektif dari pihak lawan.

- Kampanye Hitam

Di sisi lain, kampanye hitam adalah bentuk kampanye yang jauh lebih tidak etis dan sering kali melibatkan penyebaran informasi yang salah atau menyesatkan tentang lawan politik. Tujuan dari kampanye hitam adalah

untuk merusak reputasi lawan dan menciptakan persepsi negatif di mata publik, tanpa memperhatikan kebenaran atau keakuratan informasi yang disampaikan. Kampanye hitam sering kali melibatkan taktik seperti penyebaran rumor, fitnah, atau manipulasi gambar dan video untuk menciptakan narasi yang merugikan. Kampanye hitam dapat memiliki dampak yang sangat merusak, tidak hanya bagi individu yang menjadi sasaran, tetapi juga bagi proses demokrasi secara keseluruhan. Ketika informasi yang salah menyebar luas, hal ini dapat menciptakan ketidakpercayaan di antara pemilih dan merusak integritas pemilihan. Selain itu, kampanye hitam dapat memperburuk polarisasi politik, di mana pendukung masing-masing pihak semakin terpecah dan sulit untuk berdialog secara konstruktif.

B. Komunikasi Publik

1. Komunikasi

Komunikasi berasal dari kata Latin "*communicatio*" atau "*communicare*," yang berarti "melakukan hal yang sama." Proses ini terkait dengan penyampaian dan penerimaan pesan dengan pemahaman yang serupa. Dalam konteks ini, komunikasi dianggap berhasil ketika pesan yang disampaikan dimengerti secara konsisten oleh kedua belah pihak. Pada dasarnya, komunikasi melibatkan aliran

informasi, ide, atau pemikiran dari satu individu ke individu lainnya. Seringkali, komunikasi dilakukan melalui kata-kata lisan yang dipahami oleh kedua pihak. Namun, jika tidak ada bahasa lisan yang bisa dimengerti, komunikasi tetap dapat berlangsung melalui bahasa tubuh, ekspresi wajah (seperti tersenyum atau menggelengkan kepala), atau gerakan tertentu (misalnya mengangkat bahu). Jenis komunikasi ini dikenal sebagai komunikasi non-verbal.

2. Komunikasi Pemerintah

Dalam kerangka tata kelola pemerintahan yang baik, pemerintah menekankan pentingnya respons yang cepat, transparansi, partisipasi, dan akuntabilitas. Respons yang efektif menunjukkan bahwa administrasi publik harus selalu memberikan perhatian yang konsisten dan segera terhadap informasi yang disampaikan oleh masyarakat, baik melalui saluran birokrasi maupun secara langsung melalui perwakilan legislatif dan politisi. Hal ini mencerminkan komitmen pemerintah untuk mendengarkan dan merespons kebutuhan serta aspirasi warga negara, sehingga menciptakan hubungan yang lebih baik antara pemerintah dan masyarakat. Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintahan dapat terwujud.

Tujuan dari tata kelola pemerintahan yang baik mencakup penciptaan sistem

yang responsif, transparan, dan akuntabel, di mana partisipasi masyarakat menjadi kunci. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, pemerintah berupaya membangun kepercayaan publik, meningkatkan kualitas pelayanan, dan memastikan bahwa kebijakan yang diambil mencerminkan kebutuhan serta aspirasi masyarakat. Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk mendorong partisipasi aktif dari masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, sehingga setiap individu merasa memiliki suara dalam menentukan arah kebijakan publik. Dengan adanya transparansi, pemerintah berkomitmen untuk menyediakan informasi yang akurat dan mudah diakses, yang memungkinkan masyarakat untuk memahami dan mengawasi tindakan pemerintah. Akuntabilitas juga menjadi fokus utama, di mana pejabat publik diharapkan untuk bertanggung jawab atas keputusan dan tindakan mereka, sehingga menciptakan lingkungan yang lebih adil dan berkeadilan. Melalui semua upaya ini, diharapkan tercipta pemerintahan yang lebih bersih, efisien, dan mampu memenuhi harapan masyarakat secara keseluruhan.

3. Komunikasi Publik Pemerintah

Komunikasi publik merupakan proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seorang individu kepada sekelompok orang dengan tujuan utama untuk memengaruhi atau membujuk mereka. Dalam konteks ini, terdapat beberapa faktor penting yang perlu diperhatikan saat menyampaikan pesan. Pertama, penting untuk

menganalisis target audiens agar pesan yang disampaikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan, minat, dan karakteristik mereka. Kedua, kredibilitas pengirim pesan juga menjadi aspek yang krusial, karena audiens cenderung lebih menerima pesan dari sumber yang mereka anggap terpercaya. Ketiga, penggunaan metode persuasif dalam menyampaikan pesan sangat penting untuk meningkatkan kemungkinan audiens menerima dan merespons pesan tersebut dengan cara yang diinginkan. Komunikasi publik biasanya lebih formal dan kompleks dibandingkan dengan komunikasi interpersonal. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan untuk melakukan persiapan yang matang terhadap pesan yang akan disampaikan, serta kemampuan dan keahlian yang diperlukan untuk berinteraksi dengan audiens yang lebih luas. Dalam komunikasi publik, pembicara harus mampu menyusun argumen yang jelas dan logis, serta menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens.

Menurut Dennis Dijkzeul dan Markus Moke, komunikasi publik adalah proses yang bertujuan untuk menyebarkan informasi kepada target audiens dan memengaruhi pandangan serta tindakan mereka. Tujuan utama dari komunikasi publik adalah untuk menginformasikan audiens, meningkatkan kesadaran mereka tentang suatu isu, serta berusaha memengaruhi sikap dan perilaku mereka. Dengan demikian, komunikasi publik tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat untuk mendorong perubahan dalam pandangan

dan tindakan masyarakat.

Sedangkan menurut, Judy Pearson dan Paul Nelson mendefinisikan komunikasi publik, atau berbicara di depan umum, sebagai proses penyampaian pesan oleh seorang pembicara untuk mencapai pemahaman bersama dalam situasi di mana pesan tersebut diterima oleh sekelompok orang. Dalam konteks ini, peserta audiens memberikan tanggapan baik secara verbal maupun nonverbal, dan sering kali terlibat dalam sesi tanya jawab yang memungkinkan interaksi lebih lanjut. Dalam praktik komunikasi publik, pembicara berusaha menyesuaikan pesannya dengan kebutuhan dan pemahaman penerima agar komunikasi dapat berlangsung secara efektif. Namun, dalam situasi komunikasi virtual, tantangan baru muncul. Meskipun pesan terkadang dapat dipahami dengan jelas oleh penerima, ada kalanya pesan tersebut tidak dapat dipahami dengan baik. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan teknologi, kurangnya interaksi langsung, atau perbedaan konteks yang memengaruhi pemahaman. Oleh karena itu, penting bagi pembicara untuk mempertimbangkan cara penyampaian pesan yang sesuai dengan medium yang digunakan, agar komunikasi tetap efektif dan tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

4. Tujuan Komunikasi Publik

Tujuan utama dari komunikasi publik adalah untuk memastikan bahwa

informasi dan kegiatan yang dihasilkan oleh suatu organisasi dapat diakses oleh masyarakat luas. Hal ini sangat penting karena aksesibilitas informasi dapat meningkatkan transparansi dan kepercayaan publik terhadap organisasi. Selain itu, komunikasi publik juga berfungsi untuk membangun dan memperkuat hubungan antara organisasi dan masyarakat. Dengan menjalin komunikasi yang baik, organisasi dapat memahami kebutuhan dan harapan masyarakat, serta memberikan respons yang sesuai. Ini menciptakan hubungan yang saling menguntungkan, di mana masyarakat merasa didengar dan dihargai, sementara organisasi dapat memperoleh dukungan dan partisipasi dari masyarakat.

Di samping tujuan umum tersebut, penting bagi organisasi untuk merumuskan tujuan individu yang jelas dan spesifik agar dapat mencapai efektivitas dalam komunikasi publik. Tujuan yang terukur dan terarah akan membantu organisasi dalam merencanakan strategi komunikasi yang lebih baik, serta mengevaluasi hasil dari upaya yang telah dilakukan. Dengan memiliki tujuan yang jelas, organisasi dapat lebih fokus dalam menyampaikan pesan-pesan yang relevan dan menarik bagi audiens yang dituju.

Keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya sangat bergantung pada kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik dan menjalin hubungan yang harmonis di antara berbagai bidang dalam struktur organisasi. Komunikasi yang efektif menjadi kunci dalam membangun kerja sama yang diperlukan untuk

mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks ini, setiap anggota organisasi perlu memiliki keterampilan komunikasi yang baik, sehingga mereka dapat berkolaborasi secara efektif dan menyampaikan informasi dengan jelas. Kinerja yang baik dari suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh keterampilan komunikasi yang efektif, yang merupakan syarat penting untuk menciptakan kolaborasi yang baik dalam melaksanakan berbagai kegiatan organisasi.

Meskipun demikian, komunikasi tetap menjadi isu sentral yang perlu diperhatikan dalam setiap upaya pengembangan organisasi. Tantangan dalam komunikasi, seperti kesalahpahaman, kurangnya informasi, atau komunikasi yang tidak efektif, dapat menghambat kemajuan organisasi. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk terus mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif dan responsif terhadap perubahan kebutuhan dan dinamika masyarakat. Dengan demikian, organisasi tidak hanya dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan, tetapi juga dapat berkontribusi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

C. Disbudparpora Ponorogo

1. Profil Disbudparpora

Kantor Pariwisata Ponorogo, yang kini berlokasi di Jalan Pramuka No. 19A, merupakan lembaga yang bertanggung jawab dalam pengelolaan dan

pengembangan sektor pariwisata di daerah tersebut. Sebelumnya, kantor ini dikenal dengan nama Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Ponorogo. Perubahan nama ini merupakan langkah strategis yang diambil berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Ponorogo Nomor 62 Tahun 2016. Peraturan ini mengatur tentang pembentukan dan susunan perangkat daerah, yang menjadi pengganti dari Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2008 yang mengatur organisasi dan tata kerja perangkat daerah.

Perubahan nama dan struktur ini tidak hanya sekadar perubahan nomenklatur, tetapi juga mencerminkan upaya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan kebudayaan dan pariwisata di Kabupaten Ponorogo. Dengan adanya penyesuaian dalam struktur Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD), diharapkan dapat memberikan panduan yang lebih jelas dan terarah dalam pengembangan sektor-sektor tersebut. Hal ini penting agar semua pihak yang terlibat, baik pemerintah, masyarakat, maupun pelaku industri pariwisata, memiliki acuan yang sama dalam menjalankan program-program yang berkaitan dengan kebudayaan dan pariwisata.

Dalam rencana pengembangan ke depan, Kantor Pariwisata Ponorogo akan fokus pada program-program yang bersifat berkelanjutan dan berkesinambungan. Pendekatan yang diambil adalah berbasis masyarakat dan budaya, yang dikenal dengan istilah *Community Based Tourism and Culture*. Melalui pendekatan ini,

diharapkan masyarakat lokal dapat berperan aktif dalam pengembangan pariwisata, sehingga tidak hanya menjadi objek wisata, tetapi juga sebagai subjek yang berkontribusi dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata. Program-program yang direncanakan akan melibatkan partisipasi masyarakat secara langsung, sehingga mereka dapat merasakan manfaat dari pengembangan pariwisata yang dilakukan. Dengan melibatkan masyarakat, diharapkan akan tercipta kinerja yang lebih baik, hasil yang lebih optimal, serta manfaat yang dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat di Kabupaten Ponorogo. Selain itu, dampak positif dari pengembangan pariwisata ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melestarikan kebudayaan lokal, dan menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke daerah ini.

Secara keseluruhan, perubahan nama dan struktur Kantor Pariwisata Ponorogo merupakan langkah penting dalam upaya meningkatkan pengelolaan kebudayaan dan pariwisata di daerah tersebut. Dengan pendekatan yang berfokus pada masyarakat dan budaya, diharapkan pengembangan pariwisata di Kabupaten Ponorogo dapat berjalan dengan baik, memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi daerah secara keseluruhan.

2. Visi Misi Disbudparpora Ponorogo

Setiap organisasi dan badan usaha memiliki visi dan misi yang berfungsi sebagai panduan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini juga berlaku bagi Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (Disbudparpora) Kabupaten Ponorogo, yang telah merumuskan visi dan misi yang jelas untuk mengarahkan langkah-langkah mereka dalam mencapai tujuan tersebut. Visi dan misi ini tidak hanya mencerminkan aspirasi organisasi, tetapi juga menjadi landasan bagi semua program dan kegiatan yang dilaksanakan.

Visi Disbudparpora adalah "Mewujudkan Ponorogo yang lebih maju, berbudaya, dan religius." Visi ini menunjukkan komitmen Dinas untuk mengembangkan Kabupaten Ponorogo menjadi daerah yang tidak hanya berkembang secara ekonomi, tetapi juga kaya akan budaya dan nilai-nilai religius. Dengan visi ini, Disbudparpora berupaya untuk menciptakan lingkungan yang harmonis, di mana kemajuan dan pelestarian budaya dapat berjalan beriringan. Hal ini mencerminkan pemahaman bahwa kemajuan suatu daerah tidak hanya diukur dari aspek ekonomi, tetapi juga dari seberapa baik masyarakatnya menjaga dan menghargai warisan budaya serta nilai-nilai spiritual yang ada.

Sementara itu, misi Disbudparpora adalah "Memperdayakan sumber daya daerah agar lebih efisien, lebih baik, dan produktif melalui pembangunan yang berkelanjutan, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan."

Misi ini menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya yang ada di daerah dengan cara yang lebih efisien dan produktif. Disbudparpora berkomitmen untuk melaksanakan pembangunan yang berkelanjutan, yang tidak hanya fokus pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan. Dengan pendekatan ini, diharapkan pembangunan yang dilakukan dapat memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi maupun sosial. Untuk mencapai misi tersebut, Disbudparpora berencana untuk memanfaatkan berbagai sektor, termasuk investasi, industri, dan perdagangan. Salah satu fokus utama adalah menjadikan pariwisata sebagai lokomotif penggerak perekonomian daerah. Dengan mengembangkan sektor pariwisata, diharapkan dapat menarik lebih banyak pengunjung, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan daerah dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Melalui strategi ini, Disbudparpora berupaya untuk menciptakan sinergi antara pengembangan ekonomi dan pelestarian budaya, sehingga Kabupaten Ponorogo dapat tumbuh menjadi daerah yang lebih maju, berbudaya, dan religius.

Dapat disimpulkan bahwa visi dan misi Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Ponorogo mencerminkan komitmen mereka untuk mengembangkan daerah dengan cara yang berkelanjutan dan inklusif, serta memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat. Dengan landasan yang kuat ini, Disbudparpora berharap dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan

berkontribusi pada kemajuan Kabupaten Ponorogo secara keseluruhan.

3. Fungsi dan Tugas Disbudparpora Ponorogo

Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Ponorogo memiliki tugas dan fungsi yang ditujukan untuk mendukung Bupati dalam melaksanakan urusan pemerintahan di bidang kebudayaan dan pariwisata. Dalam melaksanakan tugasnya, Disbudparpora menyelenggarakan berbagai kegiatan sebagai berikut:

- a.) Merumuskan kebijakan yang berhubungan dengan pariwisata dan kebudayaan.
- b.) Melaksanakan kebijakan yang telah ditetapkan dalam bidang pariwisata dan kebudayaan.
- c.) Mengadakan evaluasi dan pembinaan terhadap urusan pariwisata dan kebudayaan.
- d.) Menyediakan layanan masyarakat di bidang kebudayaan dan pariwisata.
- e.) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Bupati yang berkaitan dengan tanggung jawabnya.

Dinas Kebudayaan, Pariwisata, dan Olahraga Ponorogo berfungsi sebagai bagian dari pemerintahan yang menangani urusan kebudayaan dan pariwisata

sesuai dengan kewenangan Kabupaten dibidang kebudayaan dan pariwisata yang dipimpin oleh kepala dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada bupati melalui sekretaris daerah.

D. Kehumasan

1. Definisi Humas

Menurut Onong Uchjana Effendy (2006), Hubungan Masyarakat (PR) adalah bentuk komunikasi dua arah antara suatu organisasi dengan publiknya yang bertujuan untuk mendukung fungsi dan tujuan manajemen. Hal ini dilakukan dengan cara meningkatkan kerja sama serta memenuhi kepentingan bersama. Sementara itu, Mark Burgess menekankan bahwa Hubungan Masyarakat berfokus pada usaha untuk menjalin hubungan yang baik dengan berbagai kalangan melalui publisitas positif, membangun citra perusahaan yang menguntungkan, serta menangani isu-isu terkait manajemen krisis.

Dalam Hubungan Masyarakat, komunikasi yang khas adalah komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya arus informasi secara timbal balik. Namun, dalam praktiknya, hubungan masyarakat tidak secara langsung selalu berarti komunikasi instan; sering kali komunikasi ini bertempo lebih lambat. Oleh karena itu, setiap usaha yang memungkinkan terjadinya arus informasi dua arah dapat dianggap sebagai bentuk komunikasi PR. Hubungan masyarakat adalah bagian dari

tugas manajemen atau fungsi kepemimpinan, sehingga prinsip-prinsip manajemen perlu diterapkan untuk mengukur hasil dari kegiatan ini.

Hubungan masyarakat diarahkan pada lembaga atau organisasi dan bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan, pemahaman, serta dukungan dari publik. Sebuah prasyarat penting dalam hubungan masyarakat adalah pemahaman yang mendalam mengenai visi, misi, dan budaya organisasi yang bersangkutan.

2. Unsur Dasar Humas

Menurut George Terry seperti yang dicantumkan dalam Hadi (2018), terdapat beberapa unsur penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi secara maksimal:

- a.) *Men and Women* Terry mengemukakan bahwa manusia terdiri dari laki-laki dan perempuan, di mana salah satu pihak memiliki peran krusial dalam keberhasilan manajemen dan terlibat langsung dalam pelaksanaan kegiatan manajerial.
- b.) *Material* atau Alat unsur ini mencakup barang atau hal-hal yang perlu disiapkan untuk mendukung keberhasilan proses manajemen.
- c.) *Machines* atau Infrastruktur ini termasuk semua alat atau fasilitas yang mendukung pelaksanaan proses dalam manajemen.
- d.) *Methods* Merupakan teknik atau cara yang digunakan dalam melaksanakan

proses manajemen agar hasilnya dapat memenuhi harapan yang ditetapkan.

e.) *Money* atau Sumber Daya ini merujuk pada anggaran yang dibutuhkan, yang harus disesuaikan dengan program yang direncanakan untuk mencapai tujuan organisasi secara optimal.

f.) *Market* Dalam konteks ini, pasar adalah target audiens yang menjadi fokus dari kegiatan manajemen.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat empat unsur dasar dalam hubungan masyarakat:

- a.) Humas sebagai filosofi manajemen sosial.
- b.) Hubungan masyarakat sebagai refleksi dari filosofi tersebut dalam pengambilan keputusan kebijakan.
- c.) Hubungan masyarakat sebagai tindakan yang merupakan hasil dari kebijakan tersebut.
- d.) Hubungan masyarakat sebagai komunikasi dua arah yang mendukung terciptanya kebijakan ini.

3. Tujuan Humas

Pada hakikatnya hubungan masyarakat merupakan suatu kegiatan. Oleh karena itu tujuan hubungan masyarakat sebenarnya dapat diibaratkan dengan tujuan komunikasi, yaitu untuk mempererat dan mengubah persepsi, afeksi, dan perilaku

komunikator. Oleh karena itu rumusan yang paling tepat mengenai tujuan hubungan masyarakat adalah:

a.) Menjaga dan membangun saling pengertian (aspek kognitif)

Artinya, masyarakat dan lembaga organisasi harus saling mengenal. Saling memahami dengan baik kebutuhan, kepentingan, harapan, dan budaya masing-masing. Oleh karena itu, kegiatan hubungan masyarakat hendaknya menampilkan upaya komunikasi untuk mencapai saling pengertian dan cenderung bersifat normatif.

b.) Menjaga dan membangun rasa saling percaya (aspek afektif)

Artinya lebih kepada tujuan emosional, yaitu sikap (afeksi) saling percaya. Untuk mencapai tujuan saling percaya tersebut, dapat diterapkan prinsip-prinsip komunikasi persuasif.

c.) Menjaga dan menjalin kerja sama (aspek psikomotorik)

Komunikasi dimaksudkan untuk menimbulkan rasa tolong-menolong dan kerja sama yang nyata. Artinya, bantuan dan kerja sama tersebut sudah berbentuk perilaku atau diwujudkan dalam bentuk tindakan tertentu.

Terkait dengan ketiga tujuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku positif dapat tercapai setelah pengetahuan atau pikiran telah terbuka, emosi atau keyakinan telah tersentuh. Semua itu pada akhirnya berkaitan dengan tujuan besar, yaitu

terbentuknya suatu citra atau ide yang favorable terhadap organisasi lembaga dimana humas berada.

E. Pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban Ponorogo (MRMP)

Pembangunan proyek MRMP dimulai pada tanggal 1 Maret 2023 yang ditandai dengan pekerjaan bore pile (tiang pancang) yang dipersiapkan sebagai fondasi MRMP. Dimana ground breaking (peletakan batu pertama) dilakukan oleh Gubernur Jawa Timur Khofifah Indah Parawansa dan Bupati Ponorogo Sugiri Sancoko pada tanggal 11 Maret 2023. Pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban setinggi 126 meter berada dalam satu kawasan wisata seluas 29 hektare ini terletak di Bukit Gamping Kecamatan Sampung Kabupaten Ponorogo Jawa Timur, yang saat ini tahap pembangunannya sudah mencapai 60 persen. Proyek ini dianggarkan sebesar Rp. 76,6 Miliar yang dibangun diatas lahan aset daerah setempat, konon dipilihnya lokasi ini karena berada ditempat yang cukup tinggi, sehingga struktur Monumen yang sekaligus menjadi museum peradaban tersebut bisa di lihat dari daerah lain di sekitarnya.

"Pengecoran lantai dasar dan pembangunan balok-balok bertingkat untuk bangunan serta patung Reog yang berdiri kokoh adalah tahap awal dari proses pembangunan," ungkap Yesi Daniel Tri Baskoro, PPKom Disbudparpora

Kabupaten Ponorogo. Menurut Daniel, selama ini sering terjadi kesalahpahaman bahwa kawasan wisata MRMP akan selesai dalam satu tahap pembangunan. "Kawasan ini sangat luas dan bangunan yang direncanakan juga akan memiliki skala yang besar. Oleh karena itu, proses pembangunannya dilakukan secara bertahap. Tahap pertama fokus pada pembangunan bangunan dan patung Reog. "

Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (Disbudparpora) Ponorogo berperan aktif dalam sosialisasi pengembangan Monumen Reog di Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo. Monumen Reog merupakan proyek monumental yang diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung ke kawasan Ponorogo. Proyek ini juga bertujuan untuk memperkaya pengalaman wisatawan dengan memperkenalkan seni dan budaya lokal, menjadikannya sebagai destinasi pariwisata yang menarik, mempromosikan warisan budaya Indonesia, serta memberikan kontribusi positif bagi perkembangan pariwisata di Indonesia. Disbudparpora telah melakukan berbagai upaya dalam pengembangan Monumen Reog Ponorogo, antara lain:

- a. Mengembangkan monumen di atas lahan bekas tambang batu kapur yang sudah terbengkalai, yang masuk dalam program percepatan pengembangan sektor pariwisata Jawa Timur.
- b. Memilih lokasi yang strategis untuk menarik wisatawan dari luar kota, mengingat Desa Sampung termasuk dalam wilayah lingkaran Wilis karena

keberadaannya yang sejajar dengan Gunung Lawu yang terletak di Kabupaten Magetan.

- c. Dengan adanya Monumen Reog Ponorogo sebagai bagian integral dari kompleks monumen, masyarakat tidak hanya dapat menikmati keindahan dan kemegahan monumen tersebut, tetapi juga belajar lebih banyak tentang sejarah dan budaya Reog Ponorogo.
- d. Pengembangan Monumen Reog Ponorogo diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi kawasan budaya Reog. Proyek ini tidak hanya memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat melalui peningkatan pariwisata, tetapi juga memperkaya pengalaman wisatawan dengan mengenalkan keindahan seni dan budaya lokal.

Dengan demikian, Monumen Reog Ponorogo diharapkan dapat menjadi destinasi pariwisata yang menarik serta dapat mempromosikan warisan budaya Indonesia, memberikan kontribusi positif bagi perkembangan pariwisata di Indonesia. Keberhasilan proyek ini akan menjadi prestasi monumental dalam membangun ikon wisata yang membanggakan di Ponorogo, serta akan memperkaya potensi pariwisata daerah tersebut.

F. *Development Communication Theory*

Berlo pada tahun 1960 menyatakan bahwa komunikasi secara umum diartikan

sebagai "suatu proses penyampaian pesan dari suatu sumber kepada suatu penerima." Gunter Kieslich pada tahun 1970 menyatakan bahwa kata komunikasi berasal dari bahasa Latin "*comunicare*" yang berarti "ikut serta" atau "memberi tahu", sehingga komunikasi pada hakikatnya merupakan suatu proses interaksi sosial antara dua pihak atau lebih.

Pembangunan dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari sebagai terjemahan atau padanan dari istilah pembangunan, pertumbuhan dan perubahan, modernisasi, atau bahkan kemajuan. Pembangunan mencakup banyak makna, baik fisik maupun non fisik, baik proses maupun tujuan, baik sekuler maupun spiritual, dan juga mencakup makna ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Semua itu merujuk kepada sesuatu yang berorientasi positif, lebih baik, dan lebih bermanfaat bagi kehidupan masyarakat, baik secara individu maupun masyarakat.

Slamet Riyadi mendefinisikan pembangunan pada tahun 1981 sebagai suatu upaya atau proses perubahan untuk mencapai tingkat kesejahteraan atau mutu hidup tertentu bagi suatu masyarakat (dan individu-individu tertentu di dalamnya) yang menghendaki dan melaksanakan pembangunan. Rogers pada tahun 1962 mengatakan bahwa komunikasi pembangunan adalah proses penyampaian gagasan dari sumber kepada penerima dengan maksud untuk mengubah perilaku. Astrid Susanto mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses pembangunan yang mengajak masyarakat untuk berani meninggalkan sesuatu yang lama yang

kelebihan dan kekurangannya telah diketahui dan menggantinya dengan sesuatu yang baru yang kelebihan dan kekurangannya belum diketahui secara pasti. Mardikanto pada tahun 1988 merumuskan bahwa komunikasi pembangunan adalah suatu proses interaksi antara seluruh anggota masyarakat untuk meningkatkan kesadaran, kemauan, dan kemampuan menggerakkan serta mengembangkan peran serta masyarakat dalam suatu proses perubahan yang terencana dengan tujuan untuk meningkatkan mutu hidup seluruh anggota masyarakat secara berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi atau pelaksanaan inovasi terpilih.

Communication for Development adalah perencanaan dan penggunaan komunikasi secara sistematis melalui saluran antarpribadi, teknologi informasi dan komunikasi, audiovisual, dan media massa dengan tujuan :

- a.) Pengumpulan dan pertukaran informasi di antara semua pemangku kepentingan yang terlibat dalam perencanaan inisiatif pembangunan dengan tujuan bersama untuk memecahkan masalah pembangunan.
- b.) Memobilisasi masyarakat untuk kegiatan pembangunan dan melibatkan mereka dalam memecahkan masalah dan kesalahpahaman.
- c.) Meningkatkan keterampilan pendidikan dan komunikasi para pelaku pembangunan di berbagai tingkatan.
- d.) Memanfaatkan teknologi komunikasi untuk melatih dan mempertahankan program, terutama di tingkat akar rumput, untuk meningkatkan kualitas dan

dampak pembangunan.

UNICEF menyebutnya “Pembangunan Komunikasi Partisipatif” dan mendefinisikannya sebagai perencanaan kegiatan, yang awalnya didasarkan pada media dan hubungan antarpribadi, memfasilitasi dialog di antara berbagai pemangku kepentingan tentang masalah dan tujuan bersama melalui tujuan pembangunan dan pelaksanaan serangkaian kegiatan yang mengarah pada solusi masalah.

G. Pendekatan Dalam Komunikasi Pembangunan

Development communication adalah bidang ilmu yang muncul pada awal tahun 1960-an dan pertama kali digunakan untuk mempromosikan nasionalisme, pembangunan pedesaan, perluasan pertanian, penyediaan kesehatan dan kebersihan, serta keluarga berencana. Hal ini dilakukan secara terencana dan didukung oleh proses komunikasi dan berbagai media pembuatan kebijakan, partisipasi warga negara dan implementasi proyek serta penyelarasan dengan pembangunan sosial, ekonomi, politik dan lingkungan. Kemudian teori komunikasi pembangunan menjadi bagian dari pengembangan teori penyuluhan dan pada tahun 1980 UNESCO secara resmi menyebutnya komunikasi pembangunan. Dimulai dari penegasan perlunya ilmu pengetahuan dan informasi dua arah antara masyarakat dan teknokrat, nilai-nilai ilmiah lokal, kearifan lokal dan promosi serta

penghormatan terhadap budaya lokal alih-alih transmisi pengetahuan satu arah.

Praktik komunikasi pembangunan dapat ditelusuri ke berbagai upaya di seluruh dunia, tetapi penyebaran konsep tersebut secara luas terjadi setelah Perang Dunia II dan dicetuskan oleh disiplin akademis dengan Daniel Lerner, Wilburn Schramm dan Everett Rogers. Istilah "komunikasi pembangunan" pertama kali dicetuskan pada tahun 1972 oleh Nora C. Quebral yang mendefinisikan bidang tersebut sebagai "seni dan ilmu komunikasi manusia yang berkaitan dengan transformasi masyarakat yang terencana dari keadaan kemiskinan ke keadaan pertumbuhan sosial ekonomi yang dinamis yang mengarah pada pemerataan yang lebih besar dan pengembangan potensi individu yang lebih besar." Pendekatan Komunikasi untuk Pembangunan menempatkan masyarakat setempat di pusat semua inisiatif pembangunan dan rencana masa depan, pengembangan tenaga kerja, pembuat kebijakan setempat, pekerja tambang batu kapur, dan penduduk lainnya sebagai 'mitra komunikasi yang setara' dan perlakuan yang sama untuk pemahaman bersama dalam kegiatan perencanaan. *Communication for Development* dapat didefinisikan dalam tiga pendekatan:

- a.) *Behaviour Communication* (bertujuan untuk memberdayakan individu dan masyarakat untuk membuat keputusan tentang informasi).
- b.) *Communication for Social Change* (berdasarkan pada gagasan strategis yang memberdayakan untuk memperkuat dialog dan proses yang sedang

berlangsung).

- c.) *Advocacy Communication* (mengorganisasikan upaya koalisi dan membangun jaringan untuk memengaruhi keputusan kebijakan, persepsi publik, dan norma sosial).

Communication for Development digunakan untuk partisipasi dan mobilisasi masyarakat, perencanaan dan implementasi, membangun kepercayaan untuk meningkatkan kesadaran, berbagi pengetahuan, dan mengubah sikap, perilaku, dan gaya hidup untuk:

- a.) Peningkatan pembelajaran dan pelatihan.
- b.) Penyebaran informasi yang cepat.
- c.) Partisipasi dalam perumusan dan perencanaan program.
- d.) Mendukung pembangunan dan pembuatan kebijakan.

Perubahan dunia yang cepat saat ini membutuhkan keberanian untuk berpikir tentang bagaimana komunikasi dapat berkontribusi pada pengembangan Monumen Reog dan Museum Peradaban. Selain itu, komunikasi membutuhkan pendekatan horizontal, lintas bidang, dan berdampak tinggi pada pembangunan.

H. Penelitian Terdahulu

Kajian terdahulu menjadi rujukan dan komparasi terhadap penelitian yang dilakukan. Sebagai tambahan, kajian terdahulu juga dapat memperkaya teori-teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang akan dilakukan. Tentunya, penelitian terdahulu yang dijadikan referensi adalah penelitian yang relevan dengan penelitian yang dibuat oleh peneliti. Berikut adalah tabel dari penelitian terdahulu :

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu

Nama, Judul (Tahun), Penerbit, Metode Penelitian	Teori Penelitian	Hasil Penelitian
Analisis Framing Robert N.Entman Rencana Pembangunan Monumen Raksasa di Ponorogo Pada Media Online Antara.com dan Detik.com. (2023) Rizqi Wahyu Nur Islamiati, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Kualitatif Deskriptif.	Framing (Define Problems, Diagnose Couses, Make Moral Judgement, Treatment Recommendation)	Dalam pemingkaian Antara.com memberitakan bahwa narasumber mengatakan nilai nominal yang digunakan untuk dana anggaran senilai 84 miliar. Sedangkan untuk pemenang lelang proyek pembangunan monumen Reyog dimenangkan oleh PT. Widya Satria yang telah memenuhi aspek kualifikasi, administrasi, dan teknis yang memenuhi standarisasi. Sedangkan dalam pemingkaian Detik.com memberitakan bahwa terdapat dua pendapat dari narasumber yang berbeda untuk dana anggaran senilai 84 miliar dan 85 miliar.
Kesiapan Masyarakat Sampung Dalam Perencanaan Pembangunan Monumen Reyog Di	Kesiapan Masyarakat	Masyarakat Sampung dalam perencanaan pembangunan monumen Reyog belum menunjukkan adanya kesiapan yang baik dan signifikan yaitu

Desa Sampung Kecamatan Sampung Kabupaten Ponorogo. (2024) Sigit Wahyudi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Kualitatif Deskriptif.	ditinjau dari tingkat pengetahuan sebagian besar masyarakat telah menunjukkan pengetahuan yang baik terkait proyek tersebut, namun terdapat kesenjangan dalam penyampaian informasi. Ditinjau dari tingkat pengelolaan sumber daya terlihat bahwa meskipun masyarakat menunjukkan kesiapan, tindakan mereka dalam mengelola sumber daya dan rencana untuk melaksanakan tindakan nyata selama proses pembangunan monumen masih belum terlihat dengan jelas dan hanya angan-angan saja. Ditinjau dari tingkat kerja sama antara masyarakat dan pihak terlibat dalam proyek ini sudah menunjukkan kesiapan yang berjalan dengan baik, menunjukkan sinergi dan komitmen untuk mendukung inisiatif pembangunan tersebut.
---	---

Penelitian pertama memfokuskan penelitiannya pada bagaimana setiap media membingkai sebuah berita yang ditampilkan dengan tujuan agar masyarakat dapat terprovokasi dengan adanya berita yang disuguhkan dari media. Maraknya media Online saat ini banyak memuat berita terbaru dan masyarakat tidak repot membeli koran atau menunggu siaran berita di televisi untuk mencari informasi. Penelitian ini menunjukkan hasil tentang bagaimana perbandingan kedua media dalam mempublikasikan berita yang diterima oleh khalayak umum. Hasil akhir dari

pengkajian ini adalah berupa konstruksi yang dilakukan media dalam menggunakan berbagai cara agar sudut pandang masyarakat dalam memandang suatu isu atau peristiwa dibuat searah dengan sudut pandang media.

Penelitian selanjutnya memfokuskan pada bagaimana kesiapan masyarakat Sampung dalam perencanaan pembangunan Monumen Reyog di kawasan bekas pertambangan Gunung Gamping di Desa Sampung dengan tujuan mendeskripsikan sejauh mana masyarakat sudah memahami dan siap terlibat dalam program yang direncanakan pemerintah Kabupaten Ponorogo. Penelitian ini belum menunjukkan hasil kesiapan yang baik dan signifikan, perlu adanya komunikasi yang lebih terbuka dan terarah untuk memastikan bahwa setiap warga merasa terlibat dan memahami peran serta tanggung jawab mereka dalam mencapai tujuan Monumen Reyog.

Dari kedua penelitian terdahulu diatas, yang pertama menunjukkan bagaimana masyarakat Sampung dalam memandang dua media Online dari sudut pandang yang berbeda. Yang kedua menunjukkan bagaimana kesiapan masyarakat Sampung dalam proses perencanaan pembangunan Monumen Reyog. Oleh karena itu, peneliti mencoba menampilkan kebaruan atau *novelty* dari penelitian yang dilakukan, yaitu sasaran atau objek dari penelitian ini yang berfokus pada unsur-unsur yang berada di sekitar masyarakat, konsep pengembangan wisata Monumen berlandaskan pada perubahan sosial dan partisipasi aktif masyarakat lokal melalui

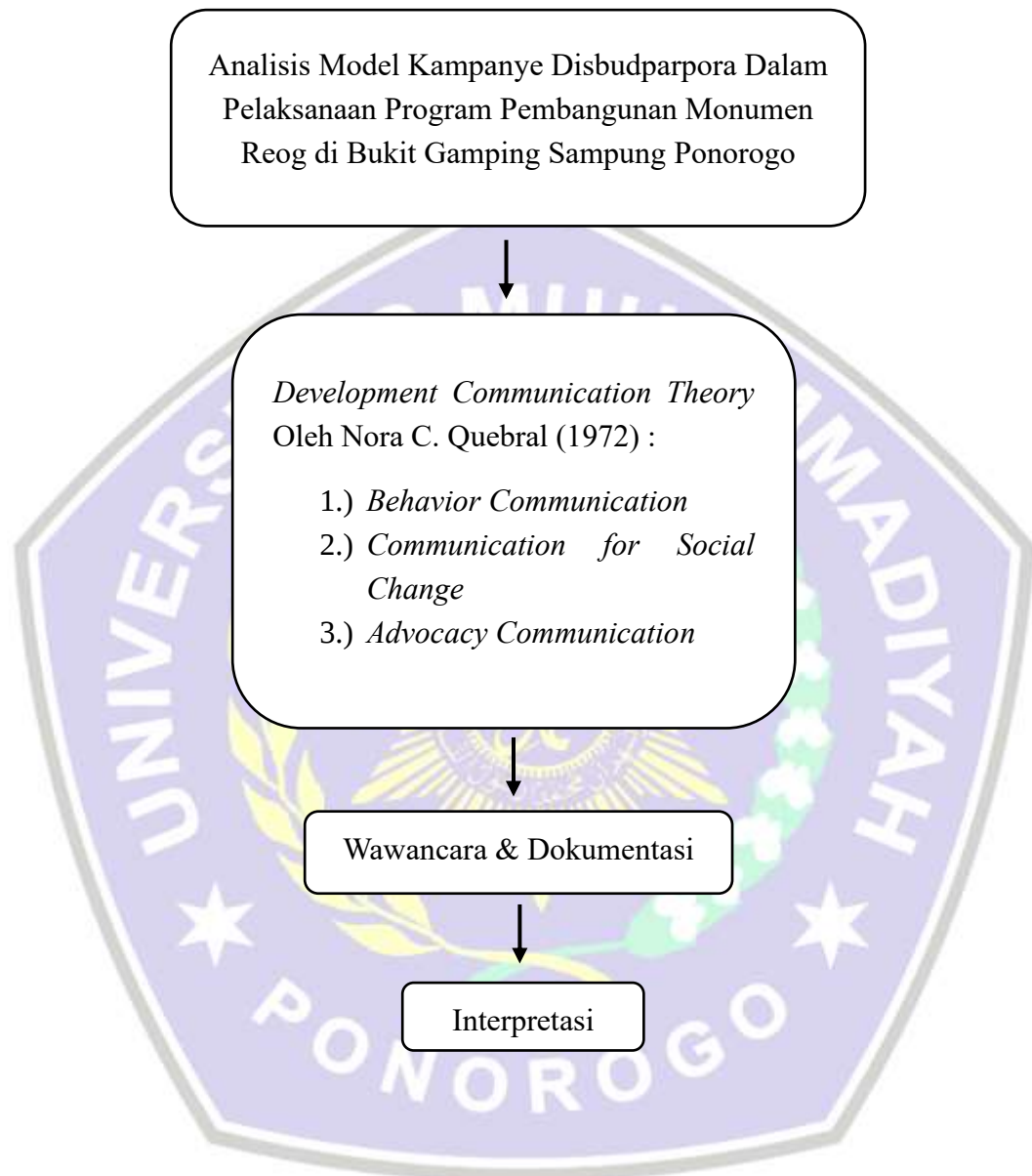
pendekatan *Development Communication*, sehingga penting untuk melakukan pendekatan perubahan perilaku untuk menekankan pada pengimplementasian masyarakat.

I. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan skema pemikiran dan melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka berpikir ini, peneliti akan menjelaskan pokok masalah penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan teori, observasi, fakta dan kajian pustaka dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Dari penjelasan diatas berikut adalah alur pemikiran peneliti yang diaplikasikan dalam bagan berikut :

Tabel 2.2 Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1.) Tempat penelitian

Pelaksanaan penelitian ini bertempat di lingkungan masyarakat di area pembangunan Monumen Reog di Jalan Sadewo, Dukuh Sampung Kidul RT/RW 03/02, Desa Sampung, Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo dan Disbudparpora Kabupaten Ponorogo. Alasan memilih tempat penelitian ini adalah lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh peneliti, yang dimana Monumen Reog dan Museum Peradaban merupakan sebuah pariwisata yang menarik untuk diteliti karena akan menjadi ikon baru yang megah di Ponorogo serta menjadi representasi budaya yang kuat bagi masyarakat Ponorogo dan sekitarnya.

2.) Waktu penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak September 2024 hingga Januari 2025, saat proses bimbingan berlangsung sampai pada waktu penyajian skripsi ini selesai.

B. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang diterapkan yaitu penelitian kualitatif artinya penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong Lexy J, 2004). Pendekatan penelitian ini berfokus pada analisis mendalam secara deskriptif terhadap isi data yang bersifat kualitatif yang dimana analisis isi merupakan teknik penelitian yang digunakan untuk menggambarkan secara objektif, sistematis, dan kualitatif isi komunikasi yang sebenarnya (Adnani, 2021).

Metode pendekatan deskriptif kualitatif lebih spesifik digunakan pada penelitian ini guna memperoleh data serta informasi yang akan digali untuk mendeskripsikan Analisis Model Kampanye Disbudparpora dalam Pelaksanaan Program Pembangunan Monumen Reog di Bukit Gamping Sampung. Pendekatan deskriptif memungkinkan peneliti mengungkap lebih banyak tentang data dan informasi secara detail sehingga temuan penelitian dengan cara yang lebih jelas dan mudah dicerna.

Studi ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana analisis model kampanye yang diterapkan oleh Disbudparpora terkait dengan pelaksanaan program pembangunan Monumen reog Ponorogo untuk menggambarkan dan menjelaskan realitas yang sedang terjadi Di lapangan saat ini.

C. Objek dan Subjek Penelitian

1.) Objek Penelitian

Menurut Nasution, objek penelitian merujuk pada atribut, kualitas, atau nilai dari individu, benda, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu. Variasi ini ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan dijadikan dasar dalam menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah upaya Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (Disbudparpora) dalam melaksanakan program pembangunan Proyek Monumen Reog yang terletak di Bukit Gamping, Kecamatan Sampung, Kabupaten Ponorogo.

2.) Subjek Penelitian

Hendrarso dan Suyanto menjelaskan bahwa subjek penelitian berfungsi sebagai informan yang akan memberikan beragam informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Subjek penelitian ini terdiri dari berbagai pihak, antara lain: Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif di Adyatama, Kepala Desa Sampung, Ketua RT Dukuh Sampung Kidul, serta masyarakat sekitar Monumen Reog dan Museum Peradaban di Bukit Gamping, Ponorogo.

D. Data dan Sumber Data

1.) Jenis Data

a.) Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya oleh peneliti (Sugiyono, 2013). Data ini bersifat asli dan dikumpulkan melalui teknik wawancara mendalam yang dilakukan peneliti saat terjun lapangan. Wawancara akan dilakukan dengan informan yang mewakili masing-masing dari kerangka kerja yang ada.

a.) Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung dari sumbernya (Sugiyono, 2013). Data sekunder diperlukan untuk memperluas perspektif peneliti, di mana pertimbangan dan referensi tambahan ini dapat melengkapi serta mendukung temuan yang dihasilkan selama proses penelitian.

2.) Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian adalah individu atau entitas dari mana data tersebut diperoleh. Dalam penelitian ini, dua sumber yang digunakan adalah e-journal dan data hasil penelitian lapangan.

a.) Penelitian e-journal

Data penelitian ini diambil dari jurnal yang tersedia di internet, khususnya melalui platform Google Scholar. Ini digunakan untuk mencari

landasan teori terkait dengan topik penelitian.

b.) Penelitian Lapangan (Wawancara)

Pengumpulan data melalui wawancara dilakukan secara tertulis atau lisan. Peneliti melakukan observasi yang cermat, termasuk analisis terhadap dokumen-dokumen yang ada serta penjelasan kontekstual yang mendetail berdasarkan kuesioner dan catatan yang dibagikan kepada informan.

3.) Teknik Menentukan Informan

Menurut Moleong (2006), informan adalah individu yang bertugas memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi yang menjadi latar belakang penelitian. Informan kunci adalah perwakilan dari kelompok yang diteliti, yang telah lama berinteraksi dengan budaya tersebut, sehingga memiliki pengetahuan mendalam mengenai norma dan bahasa budaya yang ada (Dayman dan Hoorway).

Dalam penelitian kualitatif ini, teknik yang sering digunakan untuk mengidentifikasi informan adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang disesuaikan dengan kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian (Sugiyono, 2012).

Informan dalam penelitian ini mencakup perwakilan dari Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Ponorogo, Pemerintah Desa Sampung, serta masyarakat yang tinggal di sekitar Monumen Reog.

Tabel 3.1 Data Informan dikelola oleh peneliti

No	Nama Informan	Bidang
1.	Puteri Dyah Ayu Puspitasari, S.Sos.	Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif
2.	Sujoso, S.Sos	Kepala Desa Sampung
3.	Makun	Ketua RT Dukuh Sampung Kidul
4.	Siti	Pekerja Batu Gamping

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, Hamidi menjelaskan bahwa pengumpulan data dimulai dengan melakukan wawancara kepada informan kunci dan berakhir saat informasi yang diberikan oleh sumber yang tidak lagi memberikan wawasan baru. Proses ini menempatkan responden atau informan sebagai fokus utama dalam upaya memperoleh informasi yang berkualitas. Untuk itu, peneliti akan mengadopsi tiga metode pengumpulan data (Bugin, 2007), yaitu:

1.) Metode Wawancara

Metode wawancara yang diterapkan dalam penelitian ini melibatkan sesi tanya jawab secara langsung antara pewawancara dan informan atau narasumber. Dengan melakukan wawancara mendalam, diharapkan peneliti dapat mengumpulkan data yang relevan dan aktual, yang akan memberikan kontribusi penting terhadap kelancaran proses penelitian.

2.) Metode Observasi

Menurut Bugin, observasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan informasi melalui pengamatan dan pencatatan. Dalam konteks ini, peneliti melakukan observasi dengan terjun langsung ke lapangan guna mengamati proses pembangunan monumen Reog Ponorogo, perkembangan para pekerja tambang batu kapur, serta dampak yang dirasakan oleh masyarakat sekitar akibat proyek tersebut buku-buku yang sesuai penelitian dan data tertulis lainnya. Peneliti akan mengambil beberapa dokumentasi wawancara bersama Disbudparpora dan juga Narasumber lainnya.

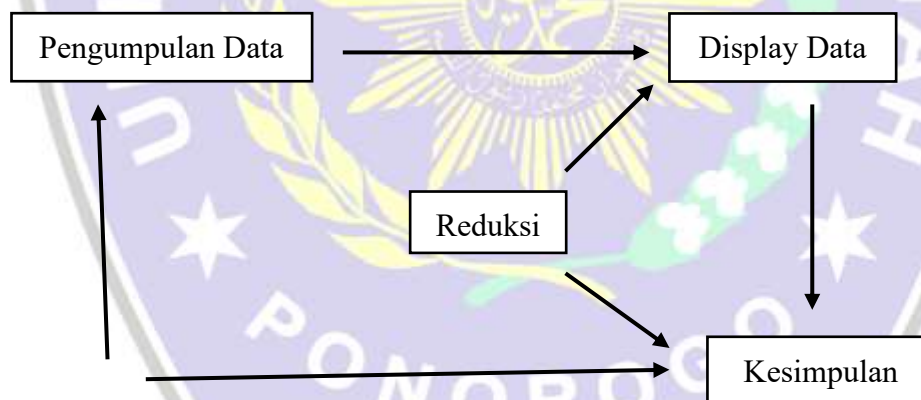
3.) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data (Menurut, Rianto, 2008). Tujuan dari dilakukannya metode ini adalah untuk memperoleh informasi yang dapat mendukung analisis dan interpretasi data. Beberapa sumber dokumentasi yang dapat digunakan antara lain foto, laporan penelitian, kurikulum penelitian, dan data tertulis lainnya. Peneliti akan mengumpulkan beberapa dokumentasi wawancara bersama Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga, serta narasumber lainnya.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Lexy J. Moelong, teknik analisis data merupakan suatu kegiatan pemeriksaan terhadap instrument penelitian seperti dokumen, catatan dan rekaman di dalam suatu penelitian. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif model Mies dan Huberman (2007, 16) mengatakan bahwa analisis data kualitatif merupakan sebuah proses analisis yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Adapun penerapan analisis data di gambarkan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Analisis Data



1.) Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses penyusunan dan peringkasan, pemilihan hal-hal pokok, pemusatan perhatian pada hal-hal yang penting, pengumpulan data secara selektif dan pemilahan secara sistematis. Sebagai

proses pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan abstraksi yang muncul dari catatan lapangan sehingga dapat digunakan data yang tepat sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian.

Peneliti melakukan proses reduksi data dengan cara mengumpulkan semua informasi melalui wawancara dan observasi lapangan, serta mengumpulkan dokumen-dokumen yang terkait dengan pembangunan monumen. Dengan demikian, data yang diperoleh sesuai dengan tujuan peneliti, yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga dengan masyarakat sekitar pada saat pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban di Bukit Gamping Ponorogo.

2.) Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif berupa uraian singkat, diagram, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Akan tetapi, sebagian besar teks yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menyajikan data adalah teks naratif. Penyajian data berupa informasi yang tersusun secara sistematis. Proses penyajian data yang dilakukan oleh peneliti disajikan secara deskriptif pada penyajian data di Bab IV agar proses penyampaian informasi yang diberikan pada langkah selanjutnya dapat

dipahami secara menyeluruh.

3.) Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Simpulan penelitian kualitatif bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang dirumuskan di awal. Namun, hal ini tidak selalu dapat dilakukan karena masalah dan nama masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat awal dan berkembang setelah data diketahui dari hasil temuan penelitian di lapangan proses penarikan kesimpulan yang dapat diperoleh dari sajian data dan analisis yang dilakukan oleh peneliti di lapangan membuahkan hasil yang mampu menjawab pertanyaan seputar strategi Dinas Kebudayaan, Pariwisata, dan Olahraga dalam pengembangan Monumen Reog dan Museum Peradaban di Bukit Gamping Ponorogo.

Kesimpulan dari penelitian ini menghadirkan pengetahuan baru yang sebelumnya belum ada. Hasil dari penelitian kualitatif dapat memberikan gambaran atau representasi objek yang dulunya tidak terlihat jelas, sehingga menjadi lebih terang setelah dilakukan penelitian. Hasil tersebut bisa berupa klausa, hubungan interaktif, hipotesis atau bahkan teori (Sugiyono, 2013).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV ini peneliti akan menguraikan data dari hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan pada Bab 1, yaitu mengenai Analisis Model Kampanye Disbudparpora Dalam Pelaksanaan Program Pembangunan Monumen Reog Di Bukit Gamping Sampung Ponorogo.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menggunakan teknik wawancara dengan informan sebagai bentuk pencarian data dan dokumentasi langsung yang kemudian peneliti analisis. Analisis ini sendiri berfokus pada bagaimana model kampanye yang diterapkan oleh Disbudparpora dalam program pembangunan Monumen Reog.

A. Gambaran Objek Penelitian

Sampung adalah sebuah kecamatan yang terletak di Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur. Kecamatan ini berada sekitar 17 kilometer di barat laut pusat pemerintahan Kabupaten Ponorogo, yang pusatnya berada di Desa Sampung. Sebagai salah satu kecamatan yang terletak di bagian paling barat, Sampung berbatasan langsung dengan Kabupaten Wonogiri di sebelah barat, Kecamatan Parang dan Kabupaten Magetan di sebelah utara, Kecamatan Sukorejo dan Kauman

di sebelah timur, serta Kecamatan Badegan di sebelah selatan dan Kecamatan Jambon di sebelah tenggara.

Visi Desa Sampung adalah “Sampung Maju Sejahtera (SMS)” Visi ini bertujuan agar masyarakat dapat merencanakan dan mencapai kondisi masa depan yang lebih baik, sebagai cita dari situasi yang diinginkan dibandingkan dengan kondisi saat ini. rumusan visi diharapkan dapat menjadi panduan perubahan menuju keadaan yang lebih positif, meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengelola dan mengarahkan perubahan, mendorong peningkatan kinerja, memicu persaingan yang sehat diantara anggota masyarakat, menciptakan motivasi untuk perubahan dan memperkokoh persatuan diantara anggota masyarakat.

Untuk mencapai visi desa seperti yang telah diuraikan sebelumnya, dengan mempertimbangkan aspek-aspek permasalahan dan potensi yang ada di desa berdasarkan potret desa, kalender musim dan kelembagaan desa maka dirumuskan misi Desa Sampung sebagai berikut :

- a.) Menyelenggarakan pembentukan individu yang memiliki budi pekerti luhur.
- b.) Prioritas diberikan pada pelaksanaan musyawarah untuk mencapai mufakat dengan mengutamakan nilai-nilai kejujuran dengan keterbukaan.
- c.) Menyusun dan mengembangkan seluruh aspek kehidupan, termasuk yang bersifat fisik dan non-fisik dengan mengedepankan prinsip keadilan dan kesetaraan.

d.) Meningkatkan kesatuan dan kerja sama antara perangkat desa dalam struktur pemerintahan desa.

Jumlah penduduk Desa Sampung adalah kisaran 6000 jiwa. Di antara mata pencahariannya adalah pegawai negeri, pegawai swasta, tani dan buruh tani. Desa Sampung sendiri terdiri dari enam dukuh yaitu Dukuh Sampung kidul, Dukuh Sampung lor, Dukuh Medang, Dukuh Bogem, Dukuh Ngunut dan Dukuh Boworejo. Mata pencaharian yang menjadi unggulan atau menonjol pada tahun 1980-1990 an bahkan sebelumnya, Desa Sampung disebelah barat yang berdekatan dengan Bukit Gamping itu adalah mencari batu kapur yang lokasi tersebut bukan di tanah desa melainkan tanah negara. Tanah tersebut dulu sebelum Indonesia merdeka disebut tanah ED (dalam bahasa Belanda Eigendom), pada masa penjajahan Belanda, gamping atau kapur diambil dan dibakar ditempat pembakaran yang disebut Stom. Setelah itu, hasil pembakaran tersebut dibawa ke suatu tempat yang tidak diketahui oleh warga Sampung. Namun, yang jelas kapur tersebut dibawa keluar dari Desa Sampung.

Setelah Indonesia merdeka, tanah tersebut dinyatakan sebagai tanah milik negara. Pada tahun 1990-an pembangunan diwilayah Sampung, seperti pembangunan rumah dan jalan dengan talut menggunakan kapur sebagai bahan pengikat, belum menggunakan semen seperti saat ini. Dengan tingginya permintaan kapur di pasaran, mata pencaharian di sekitar bukit Gamping menjadi andalan.

Hingga di Desa Sampung yang lokasinya dekat dengan Bukit Gamping, banyak warga yang merasa penghasilannya sudah mencukupi, bahkan ada yang menganggap anak-anak mereka tidak perlu disekolahkan. Namun diwilayah timur jalan raya mata pencaharian masyarakatnya berbeda, ada yang bekerja sebagai tani, ada yang menjalankan usaha dan ada pula yang mencari kayu.

Dengan perubahan zaman, penggunaan batu kapur sebagai bahan bangunan semakin berkurang dibandingkan sebelumnya, karena pembangunan kini lebih banyak menggunakan semen. Akibatnya, masyarakat yang bergantung pada pengolahan batu kapur merasa penghasilannya menurun dibandingkan sebelumnya. Pada masa kepemimpinan Bupati Ipong, Kabupaten Ponorogo memiliki perusahaan daerah yang disebut PDP Sari Gunung (Perusahaan Daerah Perindustrian Sari Gunung). Perusahaan ini mengelola lokasi penambangan batu kapur yang diambil menggunakan metode peledakan atau dinamit. Pada saat itu, beberapa bagian gunung kapur telah membentuk gua akibat peledakan menggunakan dinamit yang menghasilkan bongkahan batu kapur. Karena adanya perubahan, Bupati Ipong mengusulkan pembangunan pabrik pengolahan kapur yang direncanakan untuk memproduksi bahan kosmetik, pupuk dan produk lainnya. Dimana usulan tersebut memunculkan berbagai tanggapan, baik pro maupun kontra. Pihak yang mendukung usulan tersebut adalah mereka yang sudah kehilangan penghasilan akibat menurunnya permintaan kapur di pasaran. Sementara, pihak yang masih

sedikit ada permintaan bertahan melayani pasar kapur cenderung menolak usulan tersebut. Akhirnya, argumen dari pihak kontra menjadi lebih kuat karena adanya kekhawatiran kehilangan mata pencaharian setelah masa jabatan Bupati Ipong berakhir dan digantikan oleh Bupati Sugiri Sancoko. Hal ini disebabkan oleh dua alasan utama yaitu :

- a.) Perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan atau penambangan batu kapur dinilai tidak mampu mencapai target atau standar yang telah ditetapkan. Hasil kerja atau pencapaiannya dianggap kurang memenuhi harapan baik dari segi kualitas dan kuantitas dampak yang dihasilkan. Hal ini dapat mencakup kegagalan dalam mencapai keuntungan, produktivitas yang rendah, pelayanan yang kurang memuaskan dan hasil kerja yang tidak sesuai dengan kebutuhan atau harapan pemangku kepentingan.
- b.) Setelah masa jabatan Bupati Ipong berakhir, muncul perbedaan pandangan di kalangan masyarakat mengenai bagaimana pemanfaatan Bukit Gamping dimasa depan. Kelompok yang pro cenderung mendukung pemanfaatan Bukit Gamping untuk kegiatan penambangan yang dianggap dapat meningkatkan pendapatan daerah dan menciptakan lapangan pekerjaan. Mereka beranggapan bahwa eksploitasi sumber daya ini dapat memberi manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal. Disisi lain kelompok yang kontra menentang pemanfaatan Bukit Gamping dengan

alasan seperti kerusakan lingkungan, pencemaran limbah dari abu pembakaran kapur, hutan gundul akibat penebangan pohon untuk keperluan membakar gamping dan ancaman lain terhadap keberlanjutan sumber daya alam. Perbedaan pendapat ini menciptakan dinamika sosial yang berpotensi menimbulkan konflik jika tidak dikelola dengan baik. Hal ini juga menunjukkan adanya kebutuhan untuk mencari solusi yang dapat menyeimbangkan antara kepentingan ekonomi dan kelestarian lingkungan.

Bupati Sugiri Sancoko kemudian mengusulkan ide untuk memanfaatkan tanah negara tersebut sebagai pusat pariwisata dengan program pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban guna meningkatkan perekonomian masyarakat Sampung. Namun, ide ini juga memunculkan pro dan kontra. Kelompok yang menolak berasal dari para pekerja pembakaran batu gamping karena lokasi pembangunan Monumen Reog merupakan area yang sudah lama digunakan untuk kegiatan tersebut. Sebaliknya, pihak yang mendukung adalah mereka yang tidak terlibat dalam aktivitas pembakaran batu gamping dan tidak memiliki penghasilan tetap. Mengingat adanya pro dan kontra, keputusan yang diambil kedepannya diharapkan dapat mengutamakan kepentingan masyarakat secara umum bukan hanya kelompok tertentu saja.

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Data dari hasil penelitian ini didapatkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan peneliti selama bulan Januari 2025. Berdasarkan hasil wawancara dengan 4 informan, peneliti dapat menganalisis tentang Model Kampanye Disbudparpora Dalam Pelaksanaan Program Pembangunan Monumen Reog di Bukit Gamping Sampung Ponorogo yang meliputi :

1. *Behavior Communication*

Behavior Communication merupakan sebuah cara seseorang menyampaikan pikiran, perasaan dan maksud melalui tindakan baik secara verbal maupun non verbal. Pernyataan ini bertujuan untuk memberdayakan individu dan masyarakat agar memiliki kemampuan serta kebebasan dalam menilai, memahami dan mengambil keputusan yang tepat terhadap berbagai jenis informasi yang diterima masyarakat. Dengan kata lain, hal ini mencakup upaya untuk mengenai sumber informasi sehingga masyarakat tidak hanya mampu mengenai informasi yang terpercaya melainkan juga dapat menyaring informasi yang menyesatkan, berbahaya dan tidak relevan. Melalui langkah ini diharapkan setiap individu dapat menjadi lebih mandiri dalam mengambil keputusan, sementara masyarakat secara kolektif dapat memperkuat daya tahan terhadap dampak negatif dari penyebaran hoaks, propaganda dan informasi yang bias.

Dari pernyataan berikut bahwa masyarakat Sampung harus memiliki

kemampuan untuk menilai, memahami dan mengambil keputusan terhadap informasi yang disampaikan oleh Disbudparpora Kabupaten Ponorogo dalam acara sosialisasi terkait pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban yang dapat dikaitkan dengan konsep *Behavior Communication*. Kemampuan ini sangat penting agar masyarakat dapat mengidentifikasi informasi secara kritis, memahami maksud, tujuan dan dampak pembangunan yang disampaikan, baik melalui komunikasi verbal seperti presentasi, maupun nonverbal seperti contoh visual dan model proyek. Selain itu, masyarakat juga diharapkan mampu mengartikulasikan pandangan atau pertanyaan mereka dengan jelas, baik untuk mendukung, memberikan masukan, maupun menyampaikan keberatan terhadap proyek tersebut. Dengan pemahaman yang baik, masyarakat Sampung dapat mengambil keputusan yang terinformasi, menentukan sikap dan bertindak secara tepat berdasarkan kebutuhan mereka, potensi manfaat, serta dampak pembangunan tersebut terhadap kehidupan mereka.

Keberadaan Monumen Reog dan Museum Peradaban tersebut menjadi stimulus baru yang mempengaruhi pola pikir dan tindakan masyarakat lokal. Dengan meningkatnya daya tarik wisata, masyarakat terdorong untuk memanfaatkan peluang ekonomi yang muncul. Stimulus ini menciptakan kesadaran kolektif tentang pentingnya peran budaya dalam membangun kesejahteraan ekonomi. Selain itu, interaksi antara masyarakat lokal dan wisatawan mendorong perubahan

perilaku masyarakat menjadi lebih proaktif dalam menangkap peluang yang ada. Proses pembelajaran melalui observasi harus terlihat dalam kehidupan masyarakat Sampung yang ketika mereka melihat individu atau kelompok lain berhasil mendapatkan keuntungan dari sektor pariwisata, mereka terdorong untuk mengikuti langkah serupa. Dampak positif dari pembangunan ini memberikan penguatan yang signifikan terhadap perubahan perilaku masyarakat. Peningkatan jumlah wisatawan dan bertambahnya pendapatan ekonomi lokal menjadi bukti nyata yang memperkuat keinginan masyarakat untuk terus mendukung sektor pariwisata. Hal ini menciptakan lingkaran positif di mana keberhasilan ekonomi memberikan dorongan bagi masyarakat untuk terus berkembang dan berkontribusi.

Peran komunikasi dari Disbudparpora Kabupaten Ponorogo juga tidak kalah penting. Melalui sosialisasi dan promosi media sosial masyarakat diberi pemahaman dan dukungan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Komunikasi yang efektif membantu mengalahkan masyarakat menuju pola perilaku yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan pelestarian budaya. Dengan demikian, pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban tidak hanya menjadi simbol budaya, tetapi juga menjadi pemicu perubahan sosial dan ekonomi yang signifikan.

Behavior Communication memberikan kerangka untuk memahami bagaimana stimulus, pembelajaran, penguatan dan komunikasi dapat menciptakan transformasi yang mendalam dalam kehidupan masyarakat Sampung. Hal ini

menunjukkan bahwa budaya tidak hanya menjadi identitas, tetapi juga aset yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh. Dengan demikian, keberhasilan sosialisasi oleh Disbudparpora Kabupaten Ponorogo sangat bergantung pada kemampuan masyarakat untuk berkomunikasi dan memahami informasi secara efektif sesuai dengan prinsip *Behavior Communication*.

2. *Communication for Sosial Change*

Communication for sosial change merupakan pendekatan komunikasi yang bertujuan untuk mendorong perubahan sosial dan pembangunan masyarakat secara berkelanjutan. Pendekatan ini melibatkan proses dialog yang partisipatif antara individu, kelompok dan komunitas untuk membangun kesadaran dengan membagikan pengetahuan dan motivasi tindakan kolektif dalam menghadapi masalah sosial, ekonomi dan lingkungan. Pernyataan ini menekankan pentingnya partisipasi aktif dari semua pihak yang terlibat dalam suatu proses untuk memperkuat dan memperkaya ide-ide strategis. Partisipasi ini menciptakan ruang bagi berbagai perspektif dan pengalaman yang beragam, sehingga dapat memperkuat dialog yang sedang berlangsung dan memastikan bahwa proses yang telah dimulai dapat berjalan lebih efektif, inklusif dan berkelanjutan dengan melibatkan partisipasi dan ide-ide yang strategis dapat berkembang menjadi rencana atau tindakan yang lebih konkret dan relevan yang pada akhirnya mampu meningkatkan kualitas hasil dari dialog dan proses tersebut.

Communication for Social Change dapat menjadi pendekatan yang relevan dalam memberi pemahaman kepada masyarakat Sampung terkait pembangunan Monumen reog dan Museum Peradaban, terutama dalam menjawab kekhawatiran mereka tentang potensi kehilangan mata pencaharian. Melalui pendekatan ini, dialog partisipatif dapat dilakukan untuk melibatkan masyarakat dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan. Dialog ini bertujuan untuk membangun kesadaran kolektif tentang manfaat pembangunan Monumen reog dan Museum Peradaban bagi kemajuan sosial dan ekonomi.

Disbudparpora Kabupaten Ponorogo menjelaskan bagaimana proyek tersebut tidak hanya bertujuan melestarikan budaya, tetapi juga membuka peluang baru, seperti peningkatan sektor pariwisata, peluang usaha lokal dan lapangan pekerjaan yang mendukung kehidupan masyarakat sekitar. lebih jauh, masyarakat juga perlu didorong untuk berbagi pengetahuan dan ide mereka terkait potensi dampak pembangunan ini. Dengan demikian, kekhawatiran tentang hilangnya mata pencaharian dapat diatasi melalui kolaborasi, seperti pelatihan ketrampilan baru atau pemberdayaan ekonomi yang berorientasi pada sektor pariwisata dengan pemberian contoh kawasan wisata Tebing Breksi di Jogja. Pendekatan *Communication for Social Change* ini memastikan bahwa masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga turut berkontribusi dalam merancang solusi yang berkelanjutan, sehingga pembangunan Monumen reog dan Museum

Peradaban ini dapat menjadi pendorong perubahan sosial yang positif tanpa mengabaikan kebutuhan dan kesejahteraan mereka.

3. *Advocacy Communication*

Advocacy communication adalah proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi opini publik, pengambilan kebijakan atau kelompok sasaran tertentu guna mendukung tindakan dan kebijakan terhadap suatu isu. Proses strategis yang melibatkan berbagai pihak untuk mencapai perubahan sosial, kebijakan dimulai dengan membangun koalisi yaitu mengumpulkan individu yang memiliki visi dan misi sejalan agar bekerja secara efektif melalui pembagian peran, perencanaan dan pelaksanaan strategi bersama yang melibatkan pemangku kepentingan seperti pemerintah, komunitas, media dan sektor swasta. Dengan jaringan yang kuat upaya untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan kebijakan menjadi lebih efektif. Selain itu, mempengaruhi persepsi publik menjadi penting untuk menciptakan dukungan masyarakat terhadap isu yang diperjuangkan. Persepsi publik dapat melalui kampanye, media dan aktivitas edukasi yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat. Ketika persepsi publik mulai berubah, norma-norma sosial yang berlaku juga berpotensi berubah sehingga tercipta lingkungan yang mendukung tujuan koalisi.

Advocacy Communication adalah strategi yang relevan dalam kampanye media sosial yang dilakukan oleh Disbudparpora Kabupaten Ponorogo untuk

meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat. Melalui pendekatan ini, Disbudparpora Kabupaten Ponorogo dapat menyampaikan pesan-pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi opini publik dan mendorong dukungan terhadap kebijakan pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban kepada masyarakat Sampung. Dalam kampanye media sosial, Disbudparpora Kabupaten Ponorogo menggunakan narasi yang persuasif, visual yang menarik serta cerita-cerita inspiratif yang menyoroti nilai budaya reog dan manfaat ekonomi yang dapat diperoleh dari sektor pariwisata. Dengan melibatkan masyarakat secara aktif melalui platform digital, kampanye ini tidak hanya meningkatkan kesadaran, tetapi juga membangun dukungan kolektif untuk program-program pariwisata. Selain itu, *Advocacy Communication* dapat digunakan untuk mengatasi mis komunikasi atau kekhawatiran yang muncul di masyarakat, misalnya melalui dialog interaktif di media sosial, kolaborasi dengan tokoh masyarakat atau pelibatan generasi muda sebagai duta budaya. Dengan demikian, kampanye ini tidak hanya bersifat informatif tetapi juga menjadi alat untuk mendorong perubahan positif dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga warisan budaya sambil memanfaatkan potensi pariwisata secara berkelanjutan.

4.2.1 Model Kampanye Disbudparpora

Berdasarkan wawancara mendalam yang peneliti lakukan terhadap informan

mengenai bagaimana model kampanye Disbudparpora dalam pelaksanaan program pembangunan Monumen Reog di Bukit Gamping Sampung Ponorogo, diperoleh hasil yang hampir serupa antara jawaban satu dengan jawaban lainnya dari masing-masing informan.

Pertama peneliti memberikan pertanyaan kepada ibu Puteri Dyah Ayu Puspitasari, S.Sos. sebagai informan pertama pada tanggal, 15 Januari 2025 mengenai bagaimana kampanye yang dilakukan Disbudparpora kepada masyarakat Sampung sebelum pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban, dan Ibu Puteri Dyah Ayu Puspitasari memberikan keterangan sebagai berikut :

“Pada saat itu Disbudparpora Kabupaten Ponorogo mengadakan sosialisasi dengan penduduk setempat dengan memberikan gambaran dampak dibangunnya Monumen Reog dan Museum Peradaban”

Disbudparpora Kabupaten Ponorogo telah melakukan sosialisasi terkait dengan proyek pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban kepada masyarakat di Kecamatan Sampung. Bertepatan di Balai Desa Sampung, Bupati mendatangkan tokoh masyarakat, Kiai, Koramil dan semua pemangku kepentingan untuk melakukan musyawarah. Dalam sosialisasi tersebut Bupati Sugiri Sancoko menyampaikan maksud dan tujuan dibangunnya Monumen Reog dan Museum Peradaban. Bupati Sugiri Sancoko sengaja mengajak musyawarah dari hati ke hati sekitar 20 orang penambang dan pembakar batu kapur dengan solusi beralih ke usaha pariwisata yang optimis Monumen Reog dan Museum Peradaban akan

memberikan pengaruh terhadap peningkatan kondisi penghidupan di Kecamatan Sampung baik secara langsung maupun tidak langsung.

Sosialisasi yang dilakukan oleh Bupati Sugiri Sancoko dan Disbudparpora Kabupaten Ponorogo menggunakan pendekatan *behavior communication*, melalui proses ini komunikasi strategis yang dirancang untuk mempengaruhi perilaku masyarakat Sampung dengan cara mengedukasi, membangun kesadaran dan mengalahkan perilaku masyarakat agar mendukung pembangunan Monumen sebagai simbol budaya.

Kemudian peneliti bertanya lebih lanjut mengenai cara mengedukasi tentang gambaran dampak dari pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban. Yang kemudian Ibu Puteri Dyah Ayu Puspitasari, S.Sos. menanggapi sebagai berikut :

“Peningkatan kunjungan wisatawan, Monumen Reog dan Museum Peradaban nanti berpotensi menarik wisatawan lokal maupun luar daerah yang secara langsung meningkatkan aktivitas pariwisata di Sampung.”

“Pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban di Sampung akan membuka peluang besar bagi terciptanya lapangan kerja baru di berbagai sektor.”

“Kehadiran wisatawan di kawasan Monumen Reog dan Museum Peradaban membawa dampak signifikan bagi peningkatan pendapatan UMKM daerah Sampung.”

“Masyarakat Sampung sadar akan budaya dan sejarah dengan keberadaan Museum Peradaban.”

Dari jawaban diatas peneliti menanyakan mengenai pendekatan *behavior*

communication, dengan pertanyaan bagaimana kampanye yang diterapkan Disbudparpora Kabupaten Ponorogo untuk meyakinkan masyarakat Sampung terkait pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban, kemudian Ibu Puteri Dyah Ayu Puspitasari, S.Sos menjawab :

“Kami Disbudparpora pada saat itu mengadakan studi banding ke Tebing Breksi dengan mengajak warga masyarakat Sampung dalam rangka ingin memberikan contoh tentang pengelolaan wisata yang dulunya merupakan gunung gamping yang masyarakatnya mata pencahariannya hampir sama dengan masyarakat Sampung.”

Disbudparpora Kabupaten Ponorogo menginisiasi program studi banding ke kawasan wisata Tebing Breksi. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah memberikan contoh nyata kepada masyarakat Sampung tentang bagaimana sebuah kawasan yang dulunya hanya berfungsi sebagai area tambang batu kapur dapat diubah menjadi destinasi wisata yang menarik dan bernilai ekonomi tinggi. Tebing Breksi merupakan salah satu contoh sukses pengelolaan wisata berbasis transformasi lahan tambang. Sebelum dikenal sebagai objek wisata, kawasan tersebut digunakan oleh masyarakat setempat sebagai mata pencaharian utama melalui aktivitas penambangan. Namun, seiring berjalannya waktu dengan pemanfaatan kreativitas dan dukungan pemerintah, Tebing Breksi berubah menjadi tempat wisata populer yang kini mendatangkan banyak wisatawan dari berbagai daerah. Melalui studi banding Disbudparpora Kabupaten Ponorogo berharap masyarakat termotivasi untuk memulai langkah serupa.

Meyakinkan masyarakat Sampung untuk beralih ke sektor pariwisata merupakan penerapan teori *behavior communication*, yang berfokus pada bagaimana komunikasi dapat mempengaruhi dan mengubah perilaku individu maupun kelompok. Dalam teori ini, keberhasilan komunikasi sangat bergantung pada penyampaian pesan yang dirancang secara efektif dengan pemilihan media yang sesuai dan peran Disbudparpora Kabupaten Ponorogo dapat memberi kepercayaan terhadap masyarakat. Untuk meyakinkan masyarakat Sampung, penting untuk memahami karakteristik budaya, tradisi dan norma sosial mereka sehingga pesan yang disampaikan relevan dan mudah diterima. Dengan pendekatan persuasif dan berbasis empati, komunikasi dapat membangun kesadaran, mengubah persepsi dan mendorong masyarakat mengambil tindakan positif dengan tujuan yang diharapkan.

Peneliti tidak hanya menanyakan tentang kampanye Disbudparpora, tetapi bagaimana keberlanjutan pekerja tambang batu kapur yang terdampak dalam pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban. dengan jawaban sebagai berikut :

“Pemerintah berkomitmen untuk memberikan kompensasi kepada seluruh masyarakat yang terdampak oleh pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban, pemerintah memastikan pemberian kompensasi difokuskan kepada mereka yang setiap harinya mencari batu, kurang lebih sekitar 126 pekerja tambang batu gamping yang mendapat kompensasi dari pemerintah sebesar 10jt per-orang. Yang dimana dana kompensasi tersebut sebagai modal awal untuk mendorong keahlian dibidang selain pencari batu gamping.”

Setelah peneliti mewawancarai informan yang bernama Ibu Puteri Dyah Ayu Puspitasari, S.Sos. peneliti lanjut mewawancarai informan yang bernama Bapak Sujoso, S.Sos sebagai Kepala Desa Sampung pada tanggal 3, Januari 2025 dengan pertanyaan Apa saja faktor yang mempengaruhi masyarakat Sampung setuju dengan program pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban. Dengan jawaban sebagai berikut :

“Saya setuju dengan ide pak Bupati Sugiri Sancoko jika tanah negara ini dijadikan sebagai pusat pariwisata dengan dibangunnya Monumen Reog dan Museum Peradaban untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Sampung. Karena yang menikmati hasil gamping hanya orang-orang tertentu saja sedangkan orang-orang biasa tidak bisa menambang gamping, dari pada masyarakat saya pro dan kontra lebih baik dengan pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban ini bisa dinikmati keseluruhan masyarakat Sampung, tinggal warga saya pinter-pinter mengambil peluang nantinya kalau sudah diresmikan oleh pak bupati.”

Kepala Desa Sampung Bapak Sujoso, S.Sos menyatakan persetujuannya terhadap pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban dalam imbuhnya :

“Setelah nantinya Monumen Reog dan Museum Peradaban beroperasi tentunya mulai dari ekonomi kreatif dan UMKM akan lebih banyak melibatkan masyarakat Sampung. Namun, sebagian masyarakat yang bekerja sebagai penambang batu dan yang memproduksi gamping matang tidak setuju karena takut kehilangan mata pencaharian, tapi apa boleh buat ini aset pemerintah daerah jadi kita tidak bisa menuntut berlebih. Ya semoga dengan di bangunnya ini bisa mengangkat kemajuan desa serta masyarakat yang kehilangan mata pencahariannya bisa tergantikan dengan cara berjualan atau berwirausaha lainnya. dari 126 orang penambang ada 14 orang yang menolak program pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban yang masih kita beri pengertian.”

Berikut adalah tabel data penambang batu gamping yang pro dan kontra :

Tabel 4.1 Data penambang gamping yang dikelola peneliti

No.	Penambang yang Pro	Penambang yang Kontra
1.	114 orang	14 orang
	Jumah Keseluruhan	126 Orang Penambang

Dari tabel diatas dapat diuraikan bahwa di antara 126 orang penambang gamping terdapat sebanyak 114 orang yang pro dan mendukung program pembangunan dan 14 orang kontra atau kurang setuju dengan program tersebut.

Dari jawaban Bapak Sujoso, S.Sos diatas peneliti mewawancarai Bapak Makun sebagai ketua RT Sampung kidul pada tanggal 3 Januari 2025 dengan pertanyaan Bagaimana cara merubah pola pikir masyarakat Sampung dalam mendorong perubahan sosial dan pembangunan masyarakat secara berkelanjutan. Dengan jawaban sebagai berikut :

“Untuk saat ini tantangan yang dihadapi dalam proses perubahan ini adalah bagaimana menggeser pola pikir masyarakat Sampung yang dari dulu menggantungkan hidupnya pada kegiatan menambang gamping. Aktivitas tersebut sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari, oleh karena itu masyarakat harus di doktrin terus pemikirannya serta diberi wawasan secara pelan-pelan agar sadar kemanfaatan dari Monumen Reog ini.”

Dari pernyataan Bapak Makun diatas dapat disimpulkan bahwa *Communication for Sosial Change* dapat menjadi pendekatan yang relevan dalam memberi pemahaman kepada masyarakat Sampung, melalui dialog partisipatif dengan

melibatkan masyarakat dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan. Dengan cara mendoktrin pikiran-pikiran masyarakat Sampung diharapkan perubahan pola pikir masyarakat tercipta, sehingga mereka dapat beralih dari pekerjaan konvensional ke sektor pariwisata yang lebih prospektif.

Kemudian peneliti menanggapi dengan pertanyaan kepada Bapak Makun terkait dengan upaya koalisi yang dilakukan Disbudparpora dalam membangun kolaborasi dengan tokoh masyarakat sampung untuk pengembangan wisata. Kemudian Bapak Makun menjelaskan kembali :

“Upaya Disbudparpora membangun koalisi dengan masyarakat Sampung untuk mendukung pembangunan Monumen Reog dan Museum ini melibatkan serangkaian langkah strategis yang dirancang untuk memastikan keberhasilan proyek ini sekaligus memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Salah satu langkah pentingnya adalah menjalin komunikasi dan membangun hubungan baik dengan tokoh-tokoh berpengaruh di Desa Sampung, seperti tokoh masyarakat, kiai dan aparat TNI yang tujuannya memperkuat dukungan dan partisipasi dalam pelaksanaan proyek tersebut. yang perlu digaris bawahi bahwa pemerintah itu tidak menyita aset masyarakat Sampung, tetapi mencari trobosan menjadikan reog karena telah diakui UNESCO maka dibangunlah monumen ini”

Melalui pertemuan dengan tokoh masyarakat, kiai dan juga koramil. Upaya koalisi ini diharapkan dapat membangun kepercayaan dan menyampaikan visi pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban yang diyakini akan membawa manfaat besar bagi Desa Sampung, serta mendapatkan dukungan yang lebih luas dari masyarakat.

Advocacy communication merupakan upaya koalisi yang diterapkan oleh

Disbudparpora dengan cara menyampaikan pesan-pesan yang bertujuan mempengaruhi opini publik untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat melalui dialog interaktif secara langsung maupun di media sosial.

Yang terakhir, peneliti mewawancarai Ibu Siti pekerja tambang batu gamping pada tanggal 3 Januari 2025 dengan pertanyaan Bagaimana terkait dengan aktivitas mencari batu sampai membakarnya di tengah pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban. berikut jawaban Ibu Siti :

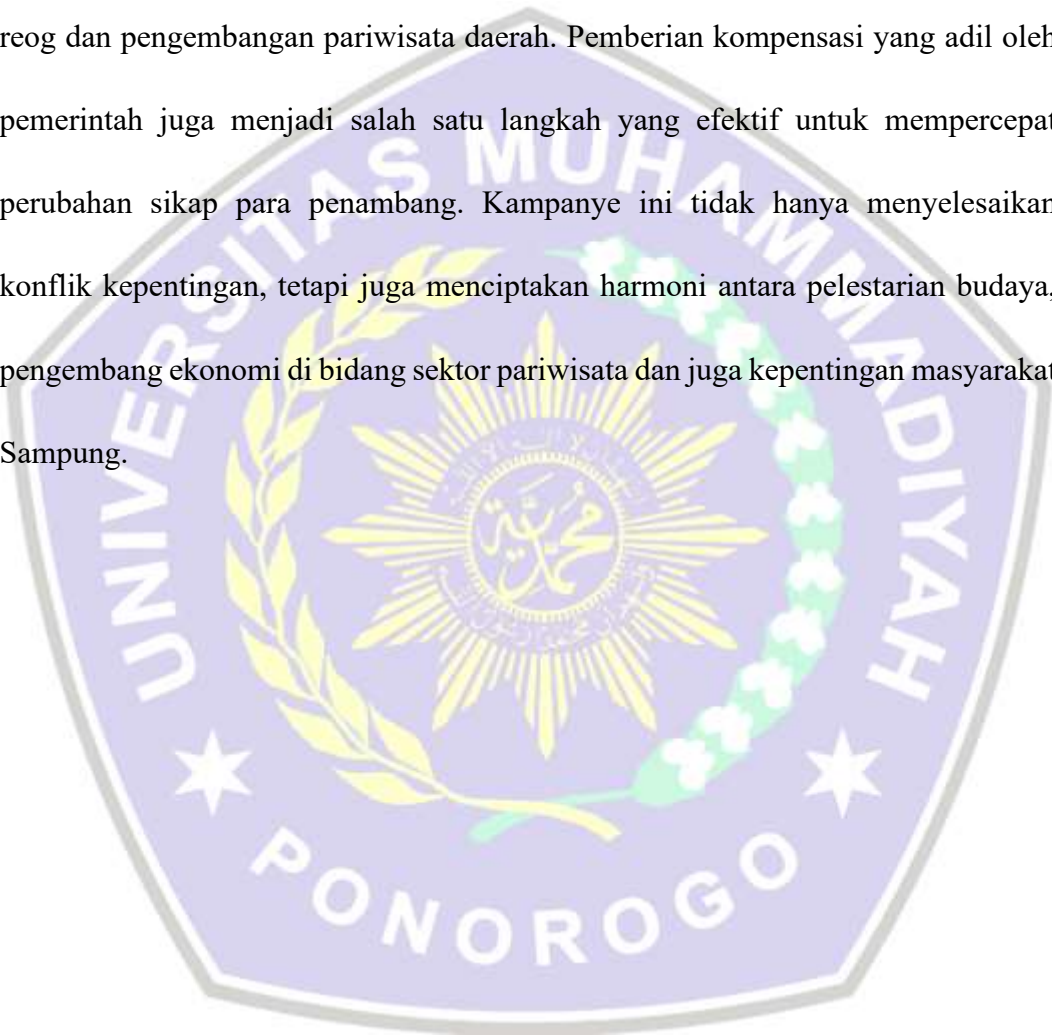
“Sakmeniko pemerintah tasek maringi kelonggaran pados gamping, dugi Monumen ipun diresmek aken. Nanging pemerintah mboten ngangsal pados gamping ten area ngandapipun poyek Monumen.”

Lalu peneliti menanggapi dengan pertanyaan, apakah kegiatan tambang batu gamping ini masih aktif setiap harinya. Dengan jawaban sebagai berikut :

“Pun mboten mbendinten mbak, semenjak wonten proyek pemerintah niki. Amargi nggih mpun diparingi duit kaleh pemerintah damel nebus ijol pados watu. Padose watu nggih nek wonten seng tumbas mawon”

Dari pernyataan Ibu Siti diatas, meskipun para penambang sudah diberi kompensasi tetapi Pemerintah masih memberi kelonggaran mencari batu gamping hingga Monumen Reog dan Museum Peradaban diresmikan. Yang dimana kegiatan menambang gamping tersebut sudah tidak dilakukan setiap hari, mengingat Pemerintah telah memberi kompensasi kepada masyarakat yang terdampak. Dalam imbuhnya Ibu Siti, aktivitas mencari batu gamping dilakukan hanya waktu ada permintaan gamping di pasaran saja.

Model kampanye yang dilakukan Disbudparpora Ponorogo dengan pendekatan *Development Communication* hingga saat ini cukup memberi rasa kesadaran kepada para penambang batu kapur mengenai pentingnya keberadaan Monumen Reog dan Museum Peradaban sebagai dari upaya pelestarian budaya reog dan pengembangan pariwisata daerah. Pemberian kompensasi yang adil oleh pemerintah juga menjadi salah satu langkah yang efektif untuk mempercepat perubahan sikap para penambang. Kampanye ini tidak hanya menyelesaikan konflik kepentingan, tetapi juga menciptakan harmoni antara pelestarian budaya, pengembang ekonomi di bidang sektor pariwisata dan juga kepentingan masyarakat Sampung.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, model kampanye yang dilakukan oleh Disbudparpora Kabupaten Ponorogo dalam mendukung pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban menunjukkan keberhasilan yang signifikan dalam menciptakan pemahaman, penerimaan dan dukungan masyarakat. Proses ini melibatkan tiga pendekatan utama yang saling melengkapi, yaitu sosialisasi, perubahan pola pikir masyarakat dan advokasi berbasis musyawarah. Langkah pertama adalah sosialisasi yang dilakukan secara intensif melalui berbagai media dan forum dialog terbuka. Disbudparpora Kabupaten Ponorogo memberikan penjelasan komprehensif mengenai dampak positif pembangunan, seperti peningkatan potensi ekonomi lokal, pelestarian budaya dan pengembangan sektor pariwisata. Pendekatan ini menggunakan prinsip *Behavior Communication*, di mana komunikasi bersifat informatif dan persuasif bertujuan untuk memberikan pemahaman baru yang diharapkan dapat mengubah perilaku masyarakat menjadi lebih mendukung pembangunan. Selain itu, perubahan pola pikir masyarakat menjadi elemen penting dalam proses kampanye ini, terutama terhadap pekerja tambang batu kapur yang pada awalnya menolak proyek pembangunan Monumen

Reog dan Museum Peradaban. Penolakan ini didasarkan pada kekhawatiran kehilangan mata pencaharian akibat perubahan tata ruang wilayah yang berdampak pada aktivitas sehari-hari mereka. Untuk mengatasi hal ini, Disbudparpora Kabupaten Ponorogo menggunakan pendekatan *Communication for Social Change*, yaitu dengan memberdayakan masyarakat Sampung terutama penambang batu kapur melalui studi banding di Tebing Breksi Jogja dan keterlibatan aktif dalam proses pembangunan. Pendekatan ini tidak hanya mengubah persepsi negatif masyarakat tetapi juga memberikan peluang nyata untuk meningkatkan kesejahteraan mereka di masa depan. Selanjutnya, Disbudparpora juga memanfaatkan strategi *Advocacy Communication* dengan melibatkan tokoh masyarakat, Kiayi, koramil dan pemangku kepentingan lokal dalam proses musyawarah. Keterlibatan tokoh-tokoh ini menjadi kunci dalam membangun kepercayaan masyarakat, menciptakan rasa memiliki terhadap proyek dan memperkuat dukungan pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban. Dengan pendekatan yang inklusif dan berbasis kolaborasi, tokoh masyarakat berperan sebagai agen perubahan yang mampu mendorong penerimaan masyarakat secara lebih luas.

Secara keseluruhan, model kampanye yang diterapkan oleh Disbudparpora Kabupaten Ponorogo telah berhasil mereduksi eksistensi masyarakat, meningkatkan kesadaran kolektif dan membangun dukungan terhadap

pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban. Melalui integrasi teori *Behavior Communication*, *Communication for Social Change*, dan *Advocacy Communication*, upaya ini berhasil menghadirkan pendekatan yang komprehensif dalam menjawab berbagai tantangan sosial. Diharapkan, pembangunan ini tidak hanya menjadi simbol pelestarian budaya dan identitas Ponorogo, tetapi juga menjadi penggerak perubahan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan, menciptakan keseimbangan antara pelestarian budaya dan peningkatan kesejahteraan masyarakat Sampung.

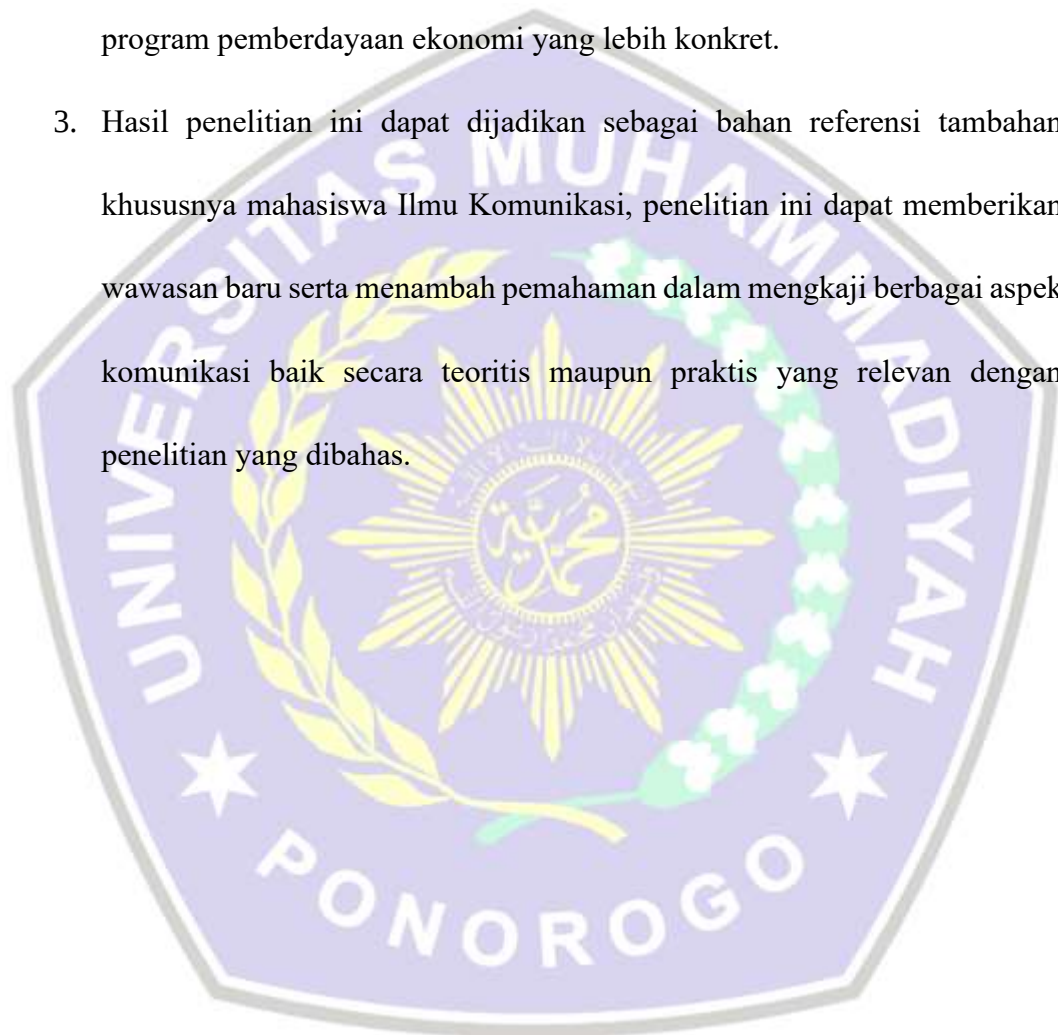
B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian mengenai Analisis Model Kampanye Disbudparpora Dalam Pelaksanaan Program Pembangunan Monumen Reog di Bukit Gamping Sampung Ponorogo, peneliti berharap dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis. Hasil penelitian ini masih banyak sikari kekurangannya, namun berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberi saran yang diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan sebagai berikut :

1. Peneliti memberi support Disbudparpora Kabupaten Ponorogo terus meningkatkan keterlibatan masyarakat secara langsung melalui program-program yang lebih partisipatif. Diskusi terbuka dengan memastikan

aspirasi masyarakat didengar dan dipertimbangkan dalam setiap tahap pembangunan.

2. Pemberdayaan ekonomi lokal agar kekhawatiran masyarakat terkait kehilangan mata pencaharian dapat diatasi sepenuhnya, perlu adanya program pemberdayaan ekonomi yang lebih konkret.
3. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi tambahan khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi, penelitian ini dapat memberikan wawasan baru serta menambah pemahaman dalam mengkaji berbagai aspek komunikasi baik secara teoritis maupun praktis yang relevan dengan penelitian yang dibahas.



DAFTAR PUSTAKA

- Adityawan, O. (2015). Visualisasi Kampanye Kesehatan Remaja Dalam Media Cetak. *Jurnal Sketsa*, 2(1).
- Alir, D. (2005). Metodologi penelitian. *Jakarta: PT Rajawali Prees*.
- Amanda, A. R. (2014). Pengaruh Employee Communication Terhadap Organizational Citizenship Behavior Yang Dimediasi Oleh Employee Engagement Pada Karyawan Di Beberapa Fakultas Universitas Trisakti Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 7(1), 111-128.
- Anggraeni, A. (2023). *PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI BAHAYA OVERSHARING UNTUK REMAJA DI KOTA BANDUNG ALVIA ANGGRAENI: 196010034* (Doctoral dissertation, Desain Komunikasi Visual).
- Chafilaudina, S. P., & Soegiarto, A. (2021). Perencanaan Strategis Program Kampanye Public Relations Narasi TV Melalui Hastag# Jadipaham. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(1), 40-51.
- Dakir, D. (2018). Manajemen humas di lembaga pendidikan era global.
- Data, D. P. (2017). A. Rancangan Penelitian.
- Djamereng, Asni. (2020). *Kehumasan di Era Digital 4.0*. Gowa: Alauddin University Press.
- Ernawati, E., & Kurniawan, T. (2002). Partisipasi Publik, Konsep dan Metode. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 18(1), 1-30.
- Hadi, A. (2018). Perkembangan dan Konsep Dasar Manajemen Humas dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Historis. *At-Ta'lim: Jurnal Pendidikan*, 4(2), 67-84.
- Hidayat, A., Kusmanto, H., & Ridho, H. (2022). Analisis Pelaksanaan Tahapan Kampanye dan Sosialisasi pada Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2020 Dalam Kondisi Bencana Covid-19. *PERSPEKTIF*, 11(3), 1105-1118.

- Idha, A., Aminah, A., Diah, H., Laila, S., Indrastuti, Y., & Darmadi, D. (2022). Sejarah Dan Filosofi Reog Ponorogo Versi Bantarangin. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 5(1), 72-79.
- Islamiati, R. W. N. (2023). *ANALISIS FRAMING ROBERT N. ENTMAN RENCANA PEMBANGUNAN MONUMEN REOG RAKSASA DI PONOROGO PADA MEDIA ONLINE ANTARA. COM DAN DETIK. COM* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Janjani, A. (2024). *Komunikasi Publik Pada Program Jum'at Ngopi Di Pemerintah Kabupaten Kediri* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Juditha, C. (2020). Utilization of Information Communication Technology Towards Social Changes in Village Communities (Study in Suka Datang Village, Curup Utara, Rejang Lebong, Bengkulu). *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 24(1).
- Kasmirus, W. (2017). Peran Kehumasan dalam Membangun Citra Pemerintah di Kabupaten Kutai Barat. *Jurnal Administrative Reform*, 1(1), 190-208.
- Kusumadewi, R. (2017). *FUNGSI KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT. LEN INDUSTRI (PERSERO)* (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Lutvian, R. (2024). *PERAN DINAS KEBUDAYAAN PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA DALAM MEMPROMOSIKAN UMKM PONOROGO* (Study Penelitian: UMKM Sambal Mumase dan UMKM Getuk Sugeng dalam event Pekan Kreatiff Ponorogo) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Maulidika, W., Waspada, B., & Eko, A. (2014). Kampanye Memperbaiki Citra Olahraga Biliar Di Indonesia. *Visual Communication Design*, 3(1), 180555.
- Mauliqa, R. (2021). Peran humas pemerintah sebagai sarana komunikasi publik (studi pada bagian humas dan protokol pemerintah kota bogor). *UG Journal*, 14(7).
- Nurdin, A., Moefad, A. M., Zubaidi, A. N., & Harianto, R. (2013). Pengantar ilmu komunikasi.
- Pangestu, R. (2019). Penerapan kampanye sosial dalam desain komunikasi visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 4(2).

- Pebrianti, C. (2022, December 14). Monumen Reog Ponorogo senilai Rp 85 m segera dibangun, kalahkan GWK Bali. *Detiknews*. <https://news.detik.com/berita/d-6460875/monumen-reog-ponorogo-senilai-rp-85-m-segera-dibangun-kalahkan-gwk-bali/amp>.
- Pembangunan Museum Reog Ponorogo Masuk Tahap Pemasangan Panel dan Layer Terbuat Dari Kuningan*. (2024, September 5). *Cakrawala7*. <https://cakrawala7.com/pembangunan-museum-reog-ponorogo-masuk-tahap-pemasangan-panel-dan-layer-terbuat-dari-kuningan/>.
- Putra, J. M. (2020). *Strategi Komunikasi Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Bandung Dalam Sosialisasi Aplikasi Salaman Kepada Masyarakat Kota Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Rafiq, M. (2018). Pengantar ilmu komunikasi.
- Rahmatika, S. (2023). *Public Relation Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Ponorogo Dalam Mempromosikan Pariwisata* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Redaksi, & Ulum, M. (2024, August 14). Pembangunan Monumen Reog Ponorogo ditargetkan rampung Desember 2024. *Bisnis.com*. <https://surabaya.bisnis.com/read/20240814/531/1790760/pembangunan-monumen-reog-ponorogo-ditargetkan-rampung-desember-2024>.
- Servaes, J. (2003). *Approaches to development communication*. Paris: Unesco.
- Setiawan, A. (2019). Perancangan Kampanye Sosial Kebanggaan Berwirausaha Sejak Muda Untuk Lulusan SMK. *Jurnal Teknologi*, 8(1), 15-30.
- Sitompul, M. (2002). Konsep-konsep komunikasi pembangunan. *Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Sumatera Utara: USU Digital Library*.
- Sujarwoko, D. H. (2024, January 8). Pembangunan Monumen Reyog Ponorogo capai 50 persen. *Antara News*. <https://m.antaranews.com/amp/berita/3906006/pembangunan-monumen-reyog-ponorogo-capai-50-persen>.
- Umam Noer, Khaerul. (2022). *Partisipasi Publik: Model, Pendekatan, Dan Praksis*.
 Janjani, A. (2024). *Komunikasi Publik Pada Program Jum'at Ngopi Di Pemerintah Kabupaten Kediri* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).

Lampiran 1



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia
Telepon (0352) 481124, 487662 Faksimile (0352) 461796, email: akademik@umpo.ac.id
website : www.umpo.ac.id
Akreditasi Institusi oleh BAN-PT = B (SK Nomor 77/SK/BN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

Nomor : 761/IV.2/PN/2024
Lampiran : -
Perihal : PERMOHONAN IJIN PENELITIAN

Ponorogo, 27 Desember 2024

Kepada :
Yth. Kepala Bakesbangpol
Kabupaten Ponorogo

Di -
Ponorogo

Assalamu 'alaikum, wr. wb.

Dengan hormat,

Dalam rangka pencarian data untuk penyusunan Tugas Akhir Skripsi, maka kami mengharap kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin Penelitian dan Pengadaan data-data bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo, di kantor yang Bapak/ Ibu pimpin. Adapun data mahasiswa sebagai berikut:

1. Nama	: Putri Lya Nur Fatikhah
2. NIM	: 21240906
3. Fakultas/Program Studi	: FISIP/ Ilmu Komunikasi
4. Semester	: 7(tujuh)
5. Alamat Mahasiswa/HP	: Kranggan Sukorejo Ponorogo/085735082589
6. Waktu Penelitian	: 2 bulan
7. Judul Penelitian	: Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dengan Masyarakat Setempat Dalam Pembangunan Monument Reog dan Museum Peradaban di Bukit Gamping Ponorogo.

Data yang dicari : 1. Data Primer
Survey/pengamatan lapangan, wawancara
2. Data Sekunder
data lain yang berkaitan dengan penelitian

Lokasi penelitian : Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo

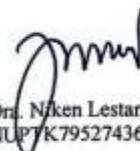
Demikian atas pemberian ijin, bantuan dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu 'alaikum, wr. wb.

Mengetahui,
Dekan,



Prof. Dr. P. Anggoro, M.Si, Ph.D
NIK: 19860325 201309 12

Dosen Pembimbing



Dra. Niken Lestari, M.Si
NUPK 7952743644231092

Lampiran 2



**PEMERINTAH KABUPATEN PONOROGO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Aloon-Aloon Utara No. 6 Telepon/Fax (0352) 485553 Kode Pos 63413
Website : <http://dpmtsp.ponorogo.go.id> Email : dpmtsp@ponorogo.go.id

PONOROGO

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 500.16.7.2/KH/151/SKP/405.15/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Ponorogo, memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

Nama Peneliti	: PUTRI LYA NUR FATIKHAH Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Alamat	: Dukuh Jayengranan Kranggan, Ds/Kel. Kranggan, Kec. Sukorejo, Kab. Ponorogo
Thema/Acara Survey/Research/ PKL/Pengumpulan Data/Magang	: Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dengan Masyarakat Setempat dalam Pembangunan Monumen Reog dan Museum Peradaban di Bukit Gamping Ponorogo
Daerah/Tempat Dilakukan PKN/Survey/Pengumpulan Data	: 1. Dinas Pariwisata Ponorogo
Tujuan Penelitian	: Mengetahui strategi komunikasi Dinas Pariwisata dengan Masyarakat setempat dalam Pembangunan MRMP
Lamanya	: 2 bulan
Bidang Penelitian/Magang/PKL	: Kualitatif
Status Penelitian	: Baru
Nama Penanggung Jawab/ Koordinator Penelitian	: Ayub Dwi Anggoro M.Si, Ph.D Dekan FISIP
Anggota / Peserta	: -
Nama Lembaga	: Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 2 Januari 2025

Ditandatangani secara elektronik oleh:

**Pth. Kepala Dinas Penanaman Modal
dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Kabupaten Ponorogo**

Ttd.

ETIK MUDARIFAH S.STP, M.Si,
Pembina Tk. I
NIP. 19770301 199511 2 001

Catatan:

- > Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSE.
- > Dokumen ini diterbitkan Aplikasi Sprinter berdasarkan data dari pemohon izin, terlampir dalam sistem Sprinter, yang menjadi tanggung jawab pemohon izin.
- > Pelayanan izin ini tidak dipungut biaya / gratis.



Lampiran 3

a.) Dokumentasi wawancara dengan Ibu Puteri Dyah Ayu Puspitasari, S.Sos.

Adyatama Kepariwisataaan dan Ekonomi Kreatif. Pada tanggal 15 Januari
2025



b.) Dokumentasi wawancara dengan Kepala Desa Sampung Bapak Sujoso,
S.Sos. Pada tanggal 3 Januari 2025



c.) Dokumentasi wawancara dengan Ketua RT Sampung Kidul Bapak Makun.

Pada tanggal 3 Januari 2025



d.) Dokumentasi wawancara dengan Ibu Situ pekerja batu Gamping. Pada tanggal 3 Januari 2025

