

**PELATIHAN KOMPETENSI KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA  
DALAM MEMPERSIAPKAN MASYARAKAT SADAR WISATA  
DI KOTA SIAK SRI INDRAPURA KABUPATEN SIAK**

Welly Wirman, Ringgo Eldapy Yozani, Genny Gustina Sari, Chelsy Yesicha  
[Welly.wirman@yahoo.com](mailto:Welly.wirman@yahoo.com), [ringgoeldapiyo@gmail.com](mailto:ringgoeldapiyo@gmail.com), [gennygustina@gmail.com](mailto:gennygustina@gmail.com),  
[cyesicha@gmail.com](mailto:cyesicha@gmail.com)

Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FIISIP Universitas Riau

**ABSTRAK**

Kabupaten Siak Sri Indrapura adalah salah satu kabupaten yang konsisten dalam mengembangkan industri pariwisata di provinsi Riau. Hal ini dibuktikan dengan perubahan wajah Kota Siak Sri Indrapura yang bersiap dan berbenah untuk menyambut wisatawan yang lebih banyak setiap tahunnya, selain itu juga dibuktikan dengan terpilihnya Istana Siak sebagai situs terpopuler dalam Anugran Sapta Indonesia Tahun 2017 oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Pada *Event Tour De Siak* yang diadakan tahun 2016 lalu, penulis sempat melakukan perbincangan dengan masyarakat setempat mengenai kondisi yang terjadi saat event ini berlangsung. Mayoritas peserta dan wisatawan mancanegara yang datang tidak fasih berbahasa Indonesia apalagi Bahasa Melayu dan sebaliknya juga masyarakat setempat selaku tuan rumah tidak lancar berbahasa Inggris. Berdasarkan realitas di atas, penulis tertarik untuk melakukan pelatihan tentang bagaimana kompetensi yang seharusnya dimiliki oleh masyarakat Siak guna mempersiapkan Siak sebagai daerah tujuan wisata. Sasaran dalam pelatihan ini lebih difokuskan pada generasi muda yang tinggal di Siak dan belum bekerja, pelatihan ini akan membuka ladang pekerjaan baru di Siak dan tentunya melalui pelatihan yang diadakan dapat bermanfaat menjadikan Siak kabupaten yang tidak hanya layak anak tetapi juga sebagai salah satu daerah tujuan wisatawan dalam dan luar negeri.

Pelatihan yang dilakukan pada tanggal 12 September 2018 menghasilkan antusias warga yang sangat tinggi. Kami melihat bukan hanya pemerintah yang bersemangat memajukan daerah namun juga masyarakat yang terlihat antusias menyiapkan daerahnya sebagai tujuan wisata Provinsi Riau. Selain pelatihan, kami juga memberikan praktek *public speaking* kepada masyarakat untuk menyambut wisatawan yang datang. Kami sedang mengupayakan artikel untuk dimuat di Jurnal Nasional sebagai bentuk publikasi ilmiah serta pamflet yang nantinya akan dibagikan dan disebarakan tidak hanya di Siak tetapi juga di lokasi strategis seperti bandara dan pelabuhan.

Kata Kunci : Komunikasi Lintas Budaya, Sadar Wisata, Siak Sri Indrapura.

## **ABSTRACT**

*Siak Sri Indrapura Regency is one of the districts that is consistent in developing the tourism industry in Riau province. This is evidenced by the changes in the face of Siak Sri Indrapura City that is preparing and improving to welcome more tourists every year, and it is also proven by the election of Istana Siak as the most popular site in 2017 Anugran Sapta Indonesia by the Ministry of Tourism and Creative Economy. At the De Siak Tour Event held in 2016, the author had a conversation with the local community regarding the conditions that occurred during this event. The majority of participants and foreign tourists who come are not fluent in Indonesian, especially in Malay and vice versa, the local community as the host does not speak English fluently. Based on the reality above, the authors are interested in conducting training on how competencies that should be owned by the Siak community to prepare Siak as a tourist destination. The target in this training is more focused on the younger generation who live in Siak and have not worked, this training will open new fields of work in Siak and of course through the training held can be useful to make Siak district that is not only child-friendly but also as a tourist destination domestic and foreign.*

*The training conducted on 12 September 2018 resulted in very high enthusiasm of the residents. We see that not only the government is passionate about advancing the area but also the people who look enthusiastic about preparing their area as a tourist destination for Riau Province. In addition to training, we also provide public speaking practice to the public to welcome incoming tourists. We are working on articles to be published in the National Journal as a form of scientific publications and pamphlets that will be distributed and distributed not only in Siak but also in strategic locations such as airports and ports.*

*Keyword : Cross Cultural Communication, Tourism Awareness, Siak Sri Indrapura*

## PENDAHULUAN

Kabupaten Siak merupakan bagian dari Kesultanan Siak Sri Inderapura. Di awal kemerdekaan Indonesia, Sultan Syarif Kasim II, merupakan Sultan Siak terakhir menyatakan kerajaannya bergabung dengan negara Republik Indonesia. Kemudian wilayah ini menjadi wilayah Kewedanan Siak di bawah Kabupaten Bengkalis yang kemudian berubah status menjadi Kecamatan Siak. Pada tahun 1999 berdasarkan UU No. 53 Tahun 1999, meningkat statusnya menjadi Kabupaten Siak dengan ibukotanya Siak Sri Indrapura.

Kabupaten Siak Sri Indrapura adalah salah satu kabupaten yang konsern dalam mengembangkan industry pariwisata di provinsi Riau. Hal ini dibuktikan dengan perubahan wajah Kota Siak Sri Indrapura yang bersiap dan berbenah untuk menyambut wisatawan yang lebih banyak setiap tahunnya, selain itu juga dibuktikan dengan terpilihnya Istana Siak sebagai situs terpopuler dalam

Anugran Sapta Indonesia Tahun 2017 oleh Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, disamping itu juga Provinsi Riau sendiri dinobatkan menjadi juara umum dalam ajang penganugrahan tersebut. (<http://www.kabarmelayu.com/news/5319/provinsi-riau-raih-juara-umum-di-anugerah-pesona-indonesia-2017.html>)

Selain itu juga di Kabupaten Siak sendiri terdapat sejumlah objek wisata yang layak untuk di jual yang menjadikan Kabupaten Siak sebagai daerah tujuan wisatwan. Bahkan di Siak tersebut terdapat beberapa event International seperti Tour de Siak, Festival Siak Bermadah, Siak BMX yang membuat Siak kedatangan wisatawan mancanegera setiap tahun. Selain itu juga terdapat beberapa objek wisata unggulan yang layak untuk dijual, yakni Istana Siak, Kapal Kato, Mesjid Sultan Syarif Hasim, Makan Sultan Syarif Kasim II, Danau Zamrud, serta puluhan objek wisata lainnya yang tersebar di Kabupaten Siak.

Pada event tour de siak yang diadakan tahun 2016 lalu, penulis sempat melakukan perbincangan dengan masyarakat setempat mengenai kondisi yang terjadi saat event ini berlangsung. Mayoritas peserta dan wisatawan mancanegara yang datang tidak fasih berbahasa Indonesia apalagi Bahasa Melayu dan sebaliknya juga masyarakat setempat selaku tuan rumah tidak la ncar berbahasa Inggris. Hal ini membuat komunikasi menjadi terhambat. Komunikasi terjadi hanya melalui nonverbal dimana nonverbal sendiri juga memiliki banyak dan perbedaan makna, tergantung dari factor latar belakang budaya kita. Adanya kesulitan dalam berkomunikasi tersebut berlangsung membuat sebagian besar pendatang tidak memahami makna dan symbol dari event wisata dan objek wisata yang terdapat di Siak. Berdasarkan wawancara awal dengan wisatawan mancanegara penulis menemukan bahwa bagi mereka yang tidak paham mengenai bahasa, symbol-

simbol dan nonverbal yang terdapat di Siak. Siak yang berbudaya melayu memiliki banyak symbol-simbol baik dari arsitektur bangunan, makanan, tulisan, bahkan bahasa khas yakni bahasa melayu yang tidak dipahami oleh wisatawan mancanegara. Pada akhirnya wisatawan yang datang sedikit kecewa tetapi terhibur dengan atraksi yang ada. Beberapa pendatang mengaku bahwa kesulitan menemukan “tempat bertanya” tentang event dan objek wisata yang berlangsung membuat mereka sedikit kecewa.

Berdasarkan realitas di atas, penulis tertarik untuk melakukan pelatihan tentang bagaimana kompetensi yang seharusnya dimiliki oleh masyarakat Siak guna mempersiapkan Siak sebagai daerah tujuan wisata. Penulis ingin memberika pemahaman tentang pentingnya komunikasi yang efektif dalam mempersuasif dan memberikan penjelasan-penjelasan tentang event dan objek wisata, memahami perbedaan-perbedaan dalam berkomunikasi baik

secara verbal dan nonverbal, serta perbedaan-perbedaan dalam berkomunikasi lintas budaya. Pada akhirnya nanti para wisatawan yang datang ke Kabupaten Siak untuk menyaksikan event-event internasional serta menikmati objek wisata yang ada di Siak merasa nyaman dan aman karena masyarakat yang ramah, dan terbuka dalam menerima orang baru untuk masuk dan berwisata di daerahnya. Oleh sebab itu pemahaman akan komunikasi lintas budaya perlu diperhatikan oleh masyarakat setempat agar masyarakat dapat dan siap menjadi masyarakat yang sadar wisata. Dengan memberikan pelayanan prima kepada para pengunjung, masyarakat sebagai *guide* local tentunya sangat membantu pemerintah dalam upaya mempromosikan event-event serta objek wisata yang ada di Siak ini sehingga menjadi salah satu daerah tujuan wisata yang dituju calon wisatawan, baik dalam maupun luar negeri.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Komunikasi Persuasif

Menurut Dedy, 1994 komunikasi persuasif adalah suatu proses komunikasi dimana terdapat usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk tanpa memaksanya. Dalam prinsip komunikasi persuasif ada 5 (lima) prinsip, diantaranya:

1. Membujuk demi konsistensi  
Khalayak lebih memungkinkan untuk mengubah perilaku mereka apabila perubahan yang dianjurkan sejalan dengan kepercayaan, sikap, dan nilai sat ini. Sikap didefenisikan sebagai predisposisi mengenai suka atau tidak suka. Nilai sebagai pernyataan terakhir yang lebih abadi dari eksistensi atau mode yang luas dari perilaku. Kepercayaan adalah tingkat keyakinan.
2. Membujuk demi perubahan-perubahan kecil  
Khalayak lebih

memungkinkan untuk mengubah perilaku mereka apabila perubahan yang dianjurkan khalayak merupakan perubahan kecil dan bukan perubahan besar perilaku mereka.

3. Membujuk demi keuntungan Khalayak lebih mungkin mengubah perilakunya apabila perubahan yang disarankan akan menguntungkan mereka lebih dari biaya yang akan mereka keluarkan.
4. Membujuk demi pemenuhan kebutuhan Khalayak lebih mungkin untuk mengubah perilaku mereka apabila perubahan yang disarankan berhubungan dengan kebutuhan-kebutuhan mereka.
5. Membujuk berdasarkan pendekatan-pendekatan gradual Bergantung pada penerimaan khalayak terhadap perubahan yang disarankan pembicara dalam kehidupan mereka. Pendekatan gradual menganjurkan yang lebih

memungkinkan untuk bekerja dibandingkan pendekatan yang meminta khalayak untuk segera berubah perilakunya.

Persuasi bisa dilakukan secara rasional dan secara emosional. Dengan cara rasional, komponen kognitif pada diri seseorang dapat dipengaruhi. Aspek yang dipengaruhi berupa ide ataupun konsep. Persuasi yang dilakukan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi, yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional, aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah.

## **2. Teori Kompetensi Komunikasi Lintas Budaya**

Spitzberg dan Cupach (1984) mengisolasi tiga dimensi utama dari kompetensi komunikasi lintas budaya yaitu pengetahuan (*knowledge*), motivasi (*motivation*), dan ketrampilan (*skill*). Interaksi yang kurang salah satu dari dimensi ini memberikan kemungkinan

komunikasi antar budaya yang kompeten, berkurang secara signifikan.

1. Pengetahuan (*Knowledge*)

mengacu pada kesadaran atau pemahaman informasi yang diperlukan dan tindakan kita untuk menjadi kompeten secara lintas budaya. Seorang komunikator berpengetahuan membutuhkan informasi tentang orang-orang, aturan komunikasi, konteks, dan harapan normative yang mengatur interaksi dengan anggota-anggota dari budaya lain. Tanpa informasi ini, komunikator selalu akan membuat misattributions, memilih strategi komunikasi yang salah, melanggar aturan etika, atau menyebabkan kehilangan muka untuk diri sendiri atau lainnya. Selain itu, ketidaktahuan komunikator mungkin tidak dapat menganggap alasan kesalahan atau bisa mengatasinya.

Untuk mendapatkan pengetahuan yang dibutuhkan untuk berkomunikasi secara kompeten, orang harus peka terhadap umpan balik dari orang lain (Berger, 1979) serta menjadi kognitif fleksibel untuk mengakomodasi bahwa umpan balik (Gudykunst, 1992). Dengan demikian komponen pengetahuan ini memerlukan informasi sebagai salah satu kebutuhan serta skema kognitif yang diperlukan untuk mengasimilasi pengetahuan untuk menjadi komunikator antar budaya yang kompeten.

2. Motivasi (*motivation*) mengacu pada satu set perasaan, niat, kebutuhan, dan dorongan (*drive*) yang terkait dengan antisipasi atau keterlibatan actual dalam komunikasi antarbudaya. Faktor-faktor seperti kecemasan, jarak social yang dirasakan, daya tarik, etnosentrisme, dan prasangka dapat

mempengaruhi keputusan individu untuk berkomunikasi dengan yang lain.

Jika kita ketakutan, tidak suka, dan kecemasan mendominasi kita mempengaruhi orang lain, kita akan memiliki motivasi negative, dan kita akan cenderung untuk menghindari interaksi, bahkan jika merasa kita memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan untuk melakukan. Namun, jika kita percaya diri, minat, suka, dan niat baik mendominasi kita mempengaruhi orang lain, kita akan memiliki motivasi yang positif dan akan mencari dan terlibat dalam interaksi dengan yang lain (Morreale, Spitzberg, & Berge, 2001). Dengan demikian, komunikator harus mahir belajar untuk mengurangi pengaruh negative dan meningkatkan pengaruh positif pada motivasi mereka untuk berkomunikasi

dengan anggota budaya yang berbeda.

3. Keterampilan merujuk pada kinerja actual dari perilaku yang dirasakan efektif dan tepat dalam konteks komunikasi. Untuk Spitzberg (2000) keterampilan harus diulang dan berorientasi pada tujuan. Jika seseorang sengaja menghasilkan perilaku yang dianggap kompeten, ini tidak akan cukup, karena orang mungkin tidak dapat meniru perilaku yang sama dengan efek yang sama. Orang harus dapat melakukan *Script* (naskah) lancar dan tujuan (yaitu alasan yang tepat untuk kinerja). Hal ini membawa kita pada pengertian bahwa ketrampilan harus berorientasi pada tujuan. Harus ada beberapa dasar teleologis untuk kinerja, atau yang lain itu hanya perilaku, bukan perilaku terampil. Tujuan pribadi, diadik, social, atau kontekstual.



Kompetensi komunikasi lintas budaya adalah kesan bahwa suatu perilaku yang tepat dan efektif dalam konteks tertentu. Tiga subsistem yang menunjang dalam hal ini antara lain:

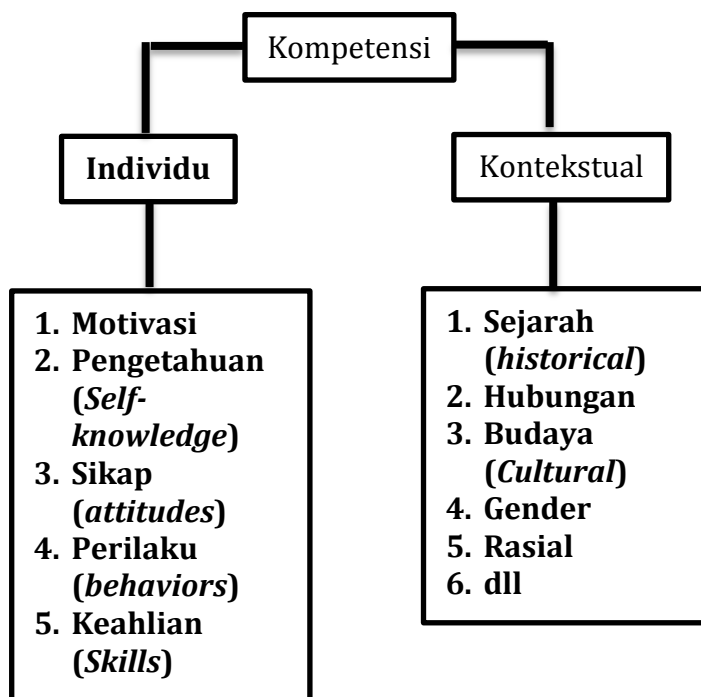
- a. Sistem individu terdiri dari karakteristik, sifat, keterampilan, dan kecenderungan dari komunikator. Pada tingkat individu, kepercayaan komunikator, hadiah terkait keyakinan efikasi, dan pendekatan disposisi yang positif dengan motivasi komunikatif
- b. Sistem episodik termasuk fitur aktor tersebut yang memfasilitasi interaksi kompetensi. Pada tingkat episodik, kompetensi komunikator, disebabkan status, dan pemenuhan harapan pada komunikasi yang mengemuka.
- c. Sistem relasional meliputi aspek-aspek kompetensi yang mempengaruhi rentang bahwa hubungan bukan hanya episode

tertentu. Akhirnya, pada tingkat relasional, pemenuhan otonomi dan kebutuhan keintiman, saling tarik, saling percaya, dan integrasi jaringan relasional berlangsung secara positif dengan kompetensi relasional. Spitzberg (2000) menekankan bahwa salah satu subsistem tidak akan cukup dalam memperoleh kompetensi komunikasi lintas budaya.

Sistem ini hirarkis dalam setiap tingkat, terserap oleh yang lain yaitu sistem individu terserap oleh sistem episodik, yang pada gilirannya, terserap oleh sistem relasional. Untuk masing-masing tiga subsistem dalam model Spitzberg itu, komponen pengetahuan, motivasi, dan keterampilan yang dianggap mempengaruhi kompetensi komunikatif. Kompetensi bergantung pada keterkaitan optimal individu, sistem episodik dan relasional.

**Gambar 1**

**Komponen Kompetensi dalam  
Komunikasi Lintas Budaya**



Sumber: Martin, Judit N 7& Thomas K. Nakayama. 2003. Intercultural Communication in Contexts. 3<sup>rd</sup> ed. California: McGraw Hill. Chapter 12

**METODE PENGABDIAN**

Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode ceramah, praktek dan diskusi interaktif yang melibatkan seluruh peserta.

a. Metode Ceramah

Ceramah dilakukan dengan media visual LCD powerpoint tentang komunikasi efektif, komunikasi lintas budaya dan komunikasi persuasif meliputi teknik berkomunikasi yang efektif, memberikan pemahaman akan

komunikasi lintas budaya baik dari verbal dan nonverbal, menyusun pesan yang persuasif serta teknik *public speaking*.

b. Metode Praktek

Para peserta akan digiring untuk mampu menyusun pesan yang bersifat lintas budaya baik secara verbal maupun nonverbal, kegiatan ini juga akan mengajarkan secara langsung dan memberi pemahaman pada peserta bagaimana seharusnya berkomunikasi dengan orang yang berbeda latarbelakang budaya sehingga tidak terjadi kesalahan makna dalam berkomunikasi lintas budaya nantinya.

c. Metode dialog-tanya jawab

Metode ini digunakan untuk menggali lebih jauh tentang keingintahuan peserta mengenai permasalahan-permasalahan yang mereka hadapi serta solusi yang mungkin diberikan menyangkut pembelajaran komunikasi efektif dalam memahami kompetensi komunikasi lintasbudaya serta

perbedaan makna-makna secara verbal dan nonverbal dalam komunikasi lintasbudaya.

Kegiatan ini dilaksanakan selama lebih kurang empat bulan bertempat di kota Siak Sri Indrapura Kabupaten Siak. Tahapan kegiatan pengabdian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Observasi dan perizinan dengan cara mendatangi langsung pihak-pihak yang berkaitan dengan pengabdian seperti Pemerintah Daerah, pemuka adat setempat, ketua pemuda, serta masyarakat setempat.
2. Pendataan calon peserta
3. Penjelasan mengenai teknis dan materi pengabdian
4. Pelaksanaan.

Kegiatan direncanakan akan dilaksanakan selama empat bulan.

## **HASIL PENGABDIAN**

### **1. Pemahaman Masyarakat Lokal Tentang Event internasional dan**

### **objek wisata yang terdapat di Siak Sri Indrapura.**

Runtutan pelatihan yang kami sebagai tim pengabdian Kepada Masyarakat di Siak Sri Indrapura merupakan langkah awal dari rencana program pengabdian yang akan kami lakukan dalam 2 tahun kedepan. Siak Sri Indrapura sendiri sebagai sebuah kota yang kami anggap cukup siap menerima dan menampung wisatawan. Beberapa objek wisata yang ada yakni istana Siak Sri Indrapura, Makan Sultan Syarif Kasim dan jembatan Tengku Hamidah merupakan daya tarik yang bias dikembangkan.

Pelatihan yang kami laksanakan bertujuan untuk memberi pemahaman masyarakat local tentang betapa penting dan berpotensi wilayah mereka sebagai destinasi wisata yang bisa dikembangkan lebih baik daripada sebelumnya. Permasalahan yang selama ini terjadi adalah seolah tercipta dinding pemisah antara pemerintah daerah dengan

masyarakat local. Di satu sisi, pemerintah semakin giat memugar daerah menjadi tujuan wisata sementara masyarakat di sisi lain terkesan tidak tahu menahu.

Sebelum pelatihan kami lakukan, kami sebagai Tim mengadakan survey dan observasi kelapangan mengenai pengetahuan masyarakat mengenai event internasional yakni *tour de siak* dan objek wisata yang ada di Siak Sri Indrapura. Masyarakat umumnya mengetahui objek wisata yang ada sementara event internasional hanya mereka ketahui namanya saja. Apa bentuk jenis kegiatan dan kapan diadakan, sebagian besar masyarakat local mengakui tidak tahu dengan pasti kapan dan bagaimana event internasional ini dilakukan.

Selain itu, pada saat pelatihan dilaksanakan, masyarakat local mengakui bahwa kurangnya peran serta mereka dalam mengembangkan wisata budaya di Siak dikarenakan kurangnya perhatian pemerintah untuk mengajak, menjelaskan apa yang harus dilakukan dan apa saja

program-program yang akan dilaksanakan oleh pemerintah. Kami melihat hubungan yang terjalin antara pemerintah dan masyarakat menjadi actor utama yang menyebabkan masyarakat kurang memahami apa saja program-program yang dirancang oleh pemerintah.

## **2. Pelatihan Masyarakat Lokal untuk Aktif dan Mampu Menciptakan Komunikasi yang Efektif dengan Para Wisatawan.**

Pelatihan yang kami adakan juga mengupayakan agar masyarakat local mau untuk lebih aktif dan atraktif dalam membangun komunikasi dengan wisatawan. Pentingnya untuk menciptakan komunikasi yang efektif membantu wisatawan untuk dapat kerasan dan merekomendasikan Siak Sri Indrapura sebagai salah satu destinasi wisata selain event *Tour De Siak*.

Dalam pelatihan ini kami mengajarkan, mempraktekkan dan menuntun masyarakat yang jelas sangat berminat untuk menciptakan komunikasi

efektif dengan wisatawan. Dimulai dari pendataan siapa saja yang berkompentensi menjadi pihak yang nantinya menjadi wajah siak untuk mempromosikan kegiatan dan program yang ada. Beberapa point utama yang menjadi catatan tim dalam pelatihan ini adalah ;

1. Kurangnya antusias masyarakat untuk mengembangkan wisata daerahnya. Adanya anggapan bahwa istana, makam sultan dan jembatan sebagai hal yang biasa saja sementara dimata pengunjung, semua objek wisata yang ada terlihat cantik dan anggun. Terjadi kesenjangan dalam mengarahkan wisatawan yang berkunjung ke istana Siak untuk pergi ke pasar wisata siak yaitu pasar seni Kesturi, rumah adat melayu atau lokasi wisata yang sebenarnya lokasi tersebut berada di satu kawasan. Ketua Lembaga Adat Melayu tidak sepaham dengan pihak pengelola istana karena mereka justru mengarahkan pengunjung untuk pergi mengunjungi istana. Rumah adat

melayu siak layaknya museum sehingga menarik untuk di kunjungi.

2. Berkembangnya isi makanan atau wisata kuliner Siak yang harganya tergolong sangat mahal menyebabkan masyarakat enggan untuk datang berkunjung. Siak menjadi salah satu destinasi wisata di Riau, kuliner dan buah tangan tidak biasa pisahkan. Produk dan kuliner khas destinasi harus menunjang kegiatan untuk itu pemerintah haruslah tanggap dalam mengontrol harga pasar sehingga pengunjung tidak merasa tertipu yang pada akhirnya akan merusak citra Siak. Pihak dinas pariwisata akan menertibkan pihak pihak pengusaha kuliner untuk bisa memberikan daftar menu dilengkapi dengan harga secara terbuka kepada pembeli. Hal tersebut menjadi temuan diungkapkan oleh peserta bahwa mereka ketika akhir pekan mereka membeli nasi bungkus dengan menu yang sama tetapi harga menjadi lebih mahal Rp. 3000.-. Disisi

lain pihak produsen oleh-oleh yang mengeluh karena mereka mengambil barang produk tersebut dengan harga yang murah namun pedagang di pasar seni Kesturi menjual kepada pembeli dengan harga yang lebih tinggi hingga 3x lipat dari harga eceran.

3. Adanya dinding pemisah antara masyarakat dan pemerintah dalam upaya bekerjasama mewujudkan cita-cita Siak Sri Indrapura menjadi destinasi wisata skala internasional.

## SIMPULAN

Adapun simpulan dari pengabdian ini adalah :

1. Terdapat ketidaksinkronan antara tujuan pemerintah dengan pemahaman masyarakat. Dimana masyarakat terkesan tidak mengetahui apa saja upaya dan program pemerintah dalam menarik wisatawan berkunjung.

2. Kurangnya antusias masyarakat mengembangkan wisata daerah, karena dianggap tidak menarik. Padahal wisata tersebut dinilai menarik dimata wisatawan.

## REFERENSI

- Littlejohn, Stephen W & Karen A Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- , Deddy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi*. Bandung : Widya Padjajaran.