

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN PELALAWAN DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA CAGAR BIOSFER DUNIA

Hevi Susanti, Nurjanah, Chelssy Yesicha
Universitas Riau
Email: hevi.susanti@lecturer.unri.ac.id.

Abstrak

Kabupaten Pelalawan memiliki hutan alami yang masih berfungsi sebagai suaka margasatwa yang ada di Kecamatan Kerumutan, Kabupaten Pelalawan. Hutan tersebut dikenal dengan nama hutan suaka margasatwa Kerumutan. Kawasan hutan ini menjadi salah satu hutan lindung. Kondisi hutan yang masih hijau, air sungai yang jernih dan pemandangan satwa yang akan terlihat di sebagian kawasan hutan dan berpotensi menjadi destinasi wisata. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma rasionalistik digunakan dalam penelitian ini karena bertujuan untuk mengidentifikasi langkah, strategi dan media yang digunakan dapat menarik minat wisatawan datang berwisata ke hutan suaka margasatwa kerumutan yang saat ini telah di nobatkan sebagai hutan bisofer dunia oleh UNESCO. Hasil dari penelitian ini terdapat 3 hal yang dijadikan strategi dalam mencapai tujuan pemerintah setempat yaitu dengan pertama pengenalan khalayak, kemudian kedua penggunaan pesan dan yang ketiga penggunaan media sehingga strategi yang di lakuna oleh dinas terkait berjalan dengan baik dan terbukti dapat mendatangkan wisatawan lokal maupun wisatawan asing.

Kata Kunci: Strategi komunikasi, promosi wisata, hutan suaka, pelalawan.

Abstract

Pelalawan Regency has a natural forest that still functions as a wildlife sanctuary in Kerumutan District, Pelalawan Regency. The forest is known as the Kerumutan wildlife sanctuary forest. This forest area is one of the protected forests. The condition of the forest is still green, with clear river water and animal scenery that will be seen in some forest areas, and has the potential to become a tourist destination. Qualitative research methods with a rationalistic paradigm were used in this study because it aims to identify the steps, strategies, and media used to attract tourists to come travel to the wildlife sanctuary forest which has currently been designated as a world biosphere forest by UNESCO. The results of this study there are 3 things that are used as strategies in achieving the goals of the local government, namely first the introduction of the audience, then the second the use of messages and the third the use of media so that the strategies implemented by the relevant agencies run well and are proven to be able to bring in local and foreign tourists..

Keywords: *Communication strategies, tourism promotion, sanctuary forests, pelalawan..*

PENDAHULUAN

Industri pariwisata semakin besar pengaruh dan perkembangannya terhadap perekonomian global saat ini. *United Nation of World Tourism Organization (UNWTO)* menetapkan industri pariwisata sebagai industri terbesar keempat (setelah *fuels, chemicals, dan automotive products*). Banyak negara-negara di dunia yang fokus pada pengembangan pariwisata sejak beberapa tahun terakhir ini, termasuk Indonesia. Indonesia mempunyai kekayaan alam dan budaya yang merupakan komponen penting dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Salah satu dampak positif dari pengembangan pariwisata di Indonesia adalah meningkatkan pendapatan devisa. Dampak positif dari pariwisata sesuai dengan tujuan pengembangan pariwisata yang dinyatakan dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yaitu: a) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi; b) Meningkatkan kesejahteraan rakyat; c) Menghapus kemiskinan; d) Mengatasi pengangguran; e) Melestarikan alam, lingkungan dan budaya; f) Memajukan kebudayaan; g) Mengangkat citra bangsa; h) Memupuk rasa cinta tanah air; i) Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa; j) Mempererat persahabatan antar bangsa. Data menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan devisa dari tahun ke tahun sejak Tahun 2010 hingga tahun 2019. Pariwisata menempati peringkat keempat setelah sektor minyak dan gas bumi, batu bara, dan minyak kelapa sawit (Kementrian Pariwisata, 2019) Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki keindahan alam dan tempat- tempat wisata yang dapat mendukung perkembangan pariwisata.

Pengembangan daerah yang berpotensi menjadi desa wisata telah menjadi

Rencana Strategis Nasional (Renstranas) pemerintah di bawah Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata (Kemenbudpar) Republik Indonesia. Program pengembangan desa wisata ini juga menjadi salah satu program 100 hari Departemen Kebudayaan dan Pariwisata (Depbudpar). Berkaitan dengan hal tersebut, Menteri Kebudayaan dan Pariwisata, menargetkan mampu mengembangkan 104-300 daerah yang berpotensi menjadi desa wisata pada tahun 2012. Pemerintah berharap dengan dikembangkannya daerah wisata, target kunjungan wisman hingga tutup tahun 2019 mencapai 6,4 juta dan wisnus sekitar 227 juta.

Daerah-daerah di Indonesia termasuk Provinsi Riau banyak memiliki potensi wisata sebagai daya tarik bagi wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Sayangnya, potensi yang menjadi kekayaan lokal tersebut belum sepenuhnya digarap dan dikembangkan dengan baik oleh penda setempat. Salah satu potensi wisata tersebut adalah Daerah Aliran Sungai yang memiliki keunikan dan kearifan local serta nilai estetik dan eksotik tersendiri dilihat dari originalitas dan keunikannya.

Nilai-nilai inilah yang dapat dijual kepada wisatawan sebagai potensi asli daerahnya. Mengingat pada tahun-tahun terakhir, ternyata wisata alam sangat diminati wisatawan, disamping agrotourism dan ekowisatanya. Wisata alam dan ekowisatanya yang masih seperti konsep tradisional pada gilirannya membuat orang bosan karna tidak adanya sesuatu yang baru itu, oleh karnanya perlu dikembangkan komunikasi wisata pesona hutan suaka marga satwa di kecamatan kerumutan hal ini di karenakan peneliti melihat pesona yang di tawarkan oleh hutan ini sangat banyak sekali

terbukti sepanjang sungai kerumutan yang masih sangat alami kita dapat pula melihat banyaknya burung-burung yang saling bersautan seolah ingin menyampaikan kepada wiasatawan akan ramahnya mereka dan hutan yang sangat asri dapat kita nikmati sepanjang sungai.

Kabupaten Pelalawan memiliki hutan alami yang masih berfungsi sebagai suaka margasatwa yang ada di Kecamatan Kerumutan, Kabupaten Pelalawan. Hutan tersebut dikenal dengan nama hutan suaka margasatwa Kerumutan. Luasnya sekitar 93.222.20 hektare, dan merupakan hutan perawan yang masih dihuni oleh flora dan fauna yang dilindungi. Terdapat cukup banyak tanaman flora tropis dan juga fauna hutan tropis yang mendiami hutan ini. Di antara fauna unik dan khas yang bisa ditemukan di hutan ini adalah Meranti, Punak, Rengas, Perupuk, Nipah, dan Pandan. Sementara untuk fauna di antaranya kuntul putih, monyet, Ikan Arwana, Owa dan Itik Liar, beruang madu, harimau sumatera dan enggang.

Hutan Kerumutan tersebut merupakan hutan yang berada di dataran rendah. Hutan ini terbagi dalam tiga kawasan, yakni kawasan inti (swaka margasatwa) dengan luas seluas 93.223 ha, kawasan lindung gambut seluas seluas 52.213 ha dan kawasan bukan inti yang merupakan penyelamatan ekosistem hutan rawa gambut dengan luas 1.176.734 ha.

Pada tahun 2009, kawasan hutan ini telah ditetapkan oleh UNESCO sebagai cagar biosfer dunia. Kawasannya terdiri dari 75% rawa gambut, dan 25% rawa kering. Kawasan hutan ini menjadi salah satu hutan lindung yang dibutuhkan oleh bumi, bukan hanya untuk Riau dengan kondisi cuaca yang memang panas. Untuk menikmati keindahan

pemandangan Hutan Kerumutan, idealnya dengan menyusuri sungai yang membelah di Kerumutan. Dengan menggunakan speed boat, pengunjung akan bisa menyaksikan pemandangan yang asri. Hutan yang masih hijau, air sungai yang jernih dan pemandangan satwa yang mungkin akan terlihat di sebagian kawasan hutan.

Destinasi wisata ini menjadi lokasi yang menantang bagi para pecinta alam. Mengambil spot terindah di atas speed boat dengan latar belakang pemandangan hutan yang hijau dan air sungai yang tenang dan jernih merupakan hal menarik yang bisa Anda coba. Waktu yang ideal untuk menyusuri sungai tersebut adalah di pagi hari sekitar pukul 7 pagi.

Pada pagi hari, cuaca belum panas dan pengunjung bisa mendengarkan suara aneka satwa di hutan tersebut. Seperti suara monyet, burung, yang akan menambah keeksotikan suasana di tengah deburan air sungai yang terpacu perahu. Seperti wisata air pada umumnya, menyusuri sungai ini selama satu jam juga akan memberikan efek perut cepat lapar dan keroncongan. Terlebih lagi jika Anda menyusurnya di pagi hari. Menikmati sarapan di atas perahu akan menjadi hal menarik yang bisa dilakukan pengunjung di tempat ini. Pada bagian tepian sungai juga terdapat perahu-perahu kecil, rumah penduduk dan tanaman-tanaman yang tumbuh di air yang akan membuat pemandangan menjadi lebih indah.

Para fotografer menjadikan lokasi ini sebagai destinasi pengambilan gambar yang menarik. Uniknya lagi, Anda bisa mengayuh perahu atau speed boat di tengah air yang kanan kirinya berdiri batang-batang pohon yang rindang. Suasana teduh dan benar-benar bisa dinikmati sebagai pemandangan sungai dan hutan yang alami. Sayangnya, potensi

yang menjadi kekayaan lokal tersebut belum sepenuhnya digarap dan dikembangkan dengan baik oleh pemda setempat. Strategi promosi yang dilakukan kelurahan kerumutan saat sekarang ini salah satunya dengan menggunakan media sosial yaitu facebook dan instagram.

Dinas pariwisata kabupaten pelalawan memberikan wewenang luas terhadap pemda setempat dalam mempromosikan hutan suaka margawatwa ini. Hal ini di buktikan dengan menjadi salah satu nominasi dalam wisata pesona indonesia 2019. Kelurahan sudah mulai membenahi segala sesuatu terhadap kawasan wisata ini tidak hanya memberikan susasana yang sejuk dan alami yang menjadi pesona wisatanya tapi juga kelurahan berusaha untuk membuat spot-spot foto agar pengunjung dapat mengabadikan momen-momen indah berkunjung di hutan suaka margasatwa keumutan. Dengan strategi promosi yang dilakukan oleh pemda setempat belum dapat dikatakan bahwa pesona yang di tawarkan hutan suaka marga satwa kerumutan dapat mendatangkan wisatawan di luar dari orang-orang kerumutan sendiri, hal ini terlihat dari data yang berkunjung ke hutan suaka marga satwa kerumutan sendiri dari tahun ke tahun tidak mengalami kenaikan.

Pada tahun 2019, Kementerian Pariwisata RI melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Riau mengadakan "Bimbingan Teknis Penyuluh Pengembangan Sadar Wisata dan Potensi Masyarakat Destinasi Pariwisata tahun 2019" dan pada tahun 2018 mengadakan "Workshop Pengembangan Sistem Sadar Wisata dan Sapta Pesona" untuk meningkatkan pengembangan Sadar Wisata dan 5 Sapta Pesona. Pembangunan Kepariwisata diarahkan untuk

mewujudkan prinsip pembangunan inklusif sebagaimana amanah dari sila kelima Pancasila yakni mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Pembangunan kepariwisataan merupakan integrasi antara pembangunan sarana dan prasarana daya tarik serta manusia di destinasi pariwisata. Program Sadar Wisata dan Sapta Pesona ini memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman mengenai konsep Sadar Wisata dan Sapta Pesona sebagai unsur penting dalam pengembangan kepariwisataan di tingkat nasional maupun di daerah yang akan bermuara pada peningkatan kesejahteraan rakyat, memberikan acuan bagi segenap pihak dan pemangku kepentingan dalam pengembangan kepariwisataan mengenai pelaksanaan Sadar Wisata dan Sapta Pesona ke dalam langkah-langkah kebijakan dan program-program yang nyata dan dapat diterapkan, mendorong peran aktif segenap komponen masyarakat dalam mendukung upaya terwujudnya Sadar Wisata dan Sapta Pesona (pariwisata.riau.com di akses tanggal 26 Juli 2019). Kabupaten Pelalawan merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Riau yang menjadi kawasan pengembangan pariwisata karena memiliki banyak potensi pariwisata yang menarik.

Peran pemerintah Kabupaten Pelalawan Khususnya Kecamatan Kerumutan sebagai motor penggerak dalam memajukan sektor pariwisata yang ada ialah dengan menentukan strategi-strategi pembangunan kepariwisataan. Selain pemerintah daerah, sektor pariwisata juga dapat dimajukan dengan didukung sejumlah pemberitaan dari media massa sebagai bentuk promosi objek wisata di Kecamatan Kerumutan. Dengan perkembangan teknologi yang semakin mutakhir maka surat kabar yang merupakan media massa sebagai

media pemberi informasi lambat laun bergeser ke arah digital. Hal ini semakin memudahkan dalam penyebaran informasi dengan cepat dan murah. Media yang telah digunakan pemerintah daerah sejauh ini hanya media sosial saja padahal ada media yang dapat menyebarkan informasi secara cepat dan tepat yaitu yang ditersebut dikenal dengan nama media online, media baru yang dapat dengan mudah diakses dimana saja dan kapan saja. Media online dapat dijadikan media promosi yang sangat baik dalam mempromosikan objek wisata di Kecamatan Kerumutan untuk itu penelitian ini akan menyampaikan tentang strategi komunikasi dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten pelalawan dalam mempromosikan hutan eksotis suaka margasatwa kerumutan sebagai wisata cagar biosfer dunia.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, maka metode penelitian yang sesuai digunakan untuk penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif dengan paradigma rasionalistik sangat sesuai digunakan dalam penelitian ini karena bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang dilakukan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten pelalawan dalam mempromosikan hutan eksotis suaka margasatwa kerumutan sebagai wisata cagar biosfer dunia.

Objek Penelitian

Objek pengamatan dalam penelitian ini adalah strategi yang dilakukan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten pelalawan dalam mempromosikan hutan eksotis suaka margasatwa kerumutan sebagai wisata cagar biosfer dunia.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi lapangan, dokumentasi, wawancara terstruktur, dan studi dokumen. Wawancara terstruktur merupakan wawancara yang menggunakan pedoman atau menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun berdasarkan teori. Teknik wawancara terstruktur sesuai digunakan untuk penelitian ini, karena penelitian ini membutuhkan informasi yang terfokus pada strategi komunikasi yang dilakukan. Bagaimana strategi khalayak, pesan dan penggunaan media dalam mempromosikan hutan eksotis suaka margasatwa kerumutan sebagai cagar wisata biosfer dunia. Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik memilih informan sesuai dengan kriteria tertentu. Teknik ini dipilih agar informan yang diwawancarai memiliki kompetensi yang sesuai dengan informasi yang ingin didapat. Informan yang dipilih adalah kepala dinas kebudayaan dan pariwisata pelalawan, lurah kecamatan kerumutan dan sekretaris lurah kerumutan.

Pengumpulan data dengan dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data langkah-langkah yang dilakukan dinas dan pemerintah setempat selama setahun kemudian gambar maupun foto mengenai objek penelitian. Hasil dari dokumentasi dapat digunakan sebagai bukti sekaligus mendukung hasil penelitian saat dianalisis atau pada saat dilaporkan secara tertulis maupun secara verbal. Pengumpulan data dengan studi dokumen dilakukan untuk mendalami informasi mengenai promosi yang dilakukan, langkah-langkah dinas dan pemerintah setempat. Studi dokumen dilakukan dengan mempelajari catatan-catatan, jurnal-jurnal, maupun sumber-

sumber tertulis lainnya yang diperoleh saat proses penelitian.

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, manusia merupakan instrumen utama, karena manusia dalam hal ini bertindak sekaligus sebagai perencana, pengumpul data, penganalisis, penafsir data, dan pada akhirnya yang melaporkan hasil penelitian. Hal ini tentu sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengidentifikasi strategi khlayak, strategi pesan dan penggunaan media, manusia merupakan instrumen yang paling peka dibandingkan menggunakan instrumen lainnya. Meskipun demikian, tetap dibutuhkan alat pendukung untuk melakukan keseluruhan tugas tersebut. Alat-alat pendukung dalam penelitian ini seperti alat tulis dan buku catatan untuk mencatat hasil observasi, alat perekam suara (recorder) untuk wawancara, pedoman wawancara, dan kamera digital untuk mengambil foto objek penelitian.

Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian terkait dengan tahapan penelitian dan teknik pengumpulan data. Menurut Moleong (2011: 127), proses penelitian kualitatif secara umum terdiri dari empat tahap yaitu tahap pralapangan, tahap pekerjaan lapangan, tahap analisis data, dan tahap penulisan laporan penelitian.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan menggunakan pendekatan deduktif-kualitatif. Analisis data diawali dengan melakukan penyusunan atau pengklasifikasian data lapangan ke dalam bentuk yang sistematis agar memudahkan dalam melakukan analisis. Setelah data diklasifikasikan, dilanjutkan dengan tahap konfirmasi yaitu mencari hubungan antara satu data dengan data lainnya, dan

mengelompokkan data menurut hubungan-hubungan tersebut. Hal ini dilakukan pada seluruh data yang didapatkan di lapangan, baik dari data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dokumentasi, maupun dari hasil studi dokumen. Proses selanjutnya adalah proses dialog antara data dan dialog antara data dengan teori yang digunakan. Dengan demikian data yang telah dikelompokkan nantinya akan didialogkan dengan teori mengenai strategi komunikasi. Proses terakhir dari kegiatan analisis data adalah proses penyimpulan hasil temuan, berdasarkan dialog data dan teori yang telah dilakukan sebelumnya.

Hasil temuan ini adalah jawaban dari pertanyaan penelitian yang telah dikemukakan sebelum penelitian. Dengan demikian, temuan ini diharapkan mampu memberikan jawaban bagaimana strategi khalayak, strategi pesan dan penggunaan media dinas kebudayaan dan pariwisata dalam mempromosikan hutan eksotis suaka marga satwa kerumutan sebagai wisata cagar budaya bisofer dunia dan sekaligus menjadi partner pemerintah dalam menyukseskan perencanaan pembangunan kepariwisataan nasional untuk kabupaten pelalawan dan Provinsi Riau sebagai indikator tercapainya tujuan dari penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Suaka margasatwa adalah kawasan hutan yang ditetapkan pemerintah sebagai tempat perlindungan satwa yang memiliki karakter khas tertentu. Perlindungan pada satwa-satwa tersebut dilakukan untuk menjamin kelangsungan hidupnya. Untuk lebih jelasnya, definisi suaka margasatwa dapat dilihat dalam Undang-Undang No. 5 tahun 1990 tentang Konservasi Sumber Daya Hayati dan Ekosistemnya, yaitu “Kawasan

suaka alam yang mempunyai ciri khas berupa keanekaragaman dan atau keunikan jenis satwa yang untuk kelangsungan hidupnya dapat dilakukan pembinaan terhadap habitatnya.

Tujuan utama kawasan khusus tersebut untuk memberi perlindungan terhadap satwasatwa tertentu agar terhindar dari kepunahan, serta dapat dimanfaatkan untuk kegiatan lain, seperti penelitian, pendidikan, dan wisata secara terbatas. Walau fokusnya pada satwa tertentu, pengelolaan kawasan suaka margasatwa juga mencakup seluruh ekosistem yang ada di dalamnya. Karenanya, kawasan suaka margasatwa dikategorikan ke dalam hutan raya, taman wisata alam dan tanaman buru.

Bagaimana pengelolaan dan penetapan kawasan? Pengelolaan kawasan suaka margasatwa di Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No 28 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Kawasan Suaka Alam dan Kawasan Pelestarian Alam. Kawasan ini dikelola oleh pihak tertentu yaitu terdiri dari pihak pemerintah, masyarakat sekitar, serta organisasi pemerintah yang fokus terhadap pelestarian kawasan konservasi.

Kegiatan utama dalam mengelola kawasan suaka meliputi kegiatan perlindungan, perencanaan, pemanfaatan, pengawetan, pemeliharaan, pengendalian dan pengawasan. Upaya tersebut bertujuan untuk mencegah satwa-satwa di kawasan suaka margasatwa menjadi saran perburuan liar yang menyebabkan kepunahan suatu spesies. Adapun mekanisme penetapan kawasan suaka margasatwa sedikit berbeda dengan cagar alam. Kawasan khusus ini ditetapkan bila memenuhi kriteria berikut:

1. Merupakan tempat berkembang biak satwa khas tertentu yang memerlukan

upaya konservasi untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya.

2. Di tempat tersebut terdapat satwa langka yang dikhawatirkan akan punah.
3. Kawasan tersebut memiliki keanekaragaman jenis satwa yang tinggi.
4. Tempat migrasi jenis satwa tertentu.
5. Luas kawasan tersebut harus mencukupi sebagai habitat hidup satwa yang bersangkutan.

Tujuan dan manfaatnya. Tujuan didirikannya kawasan suaka margasatwa sebagai kawasan konservasi antara lain:

1. Kawasan perlindungan satwa dari ancaman perburuan.
2. Kawasan pelestarian satwa agar keberlangsungan hidupnya aman dan terjamin;
3. Lokasi berkembangbiak satwa tertentu agar terhindar dari kepunahan;
4. Kawasan konservasi hewan;
5. Kawasan perlindungan ekosistem tertentu;
6. Laboratorium alam untuk penelitian khususnya satwa endemik;
7. Kawasan penelitian dan sumber ilmu bagi pendidikan yang penting bagi dunia pendidikan;
8. Mendukung budidaya;
9. Sebagai kawasan rekreasi dan pengamatan satwa endemik;
10. Aset negara meliputi berbagai sektor, seperti hutan, flora dan fauna, pariwisata, plasma nutfah dan lainnya.

Kawasan konservasi yang telah ditetapkan tersebut setidaknya memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan jaminan kehidupan untuk satwa-satwa tertentu;
2. Habitat bagi hewan-hewan hutan;
3. Menyelamatkan hewan dari perburuan liar;
4. Pembatasan ruang terhadap spesies tertentu sehingga dapat dikelola dengan baik;
5. Bermanfaat untuk pariwisata, pendidikan, ilmu pengetahuan dan penelitian;
6. Menjadi identitas bangsa yang menarik minat wisatawan lokal dan mancanegara;
7. Menjadi bahan pertimbangan strategi konservasi.

Strategi komunikasi dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten pelalawan dalam mempromosikan hutan eksotis suaka margasatwa kerumutan sebagai wisata cagar biosfer dunia yang pertama yang harus dilakukan adalah pengenalan khalayak dalam hal ini strategi yang dilakukan oleh pemerintah terhadap SM Kerumutan adalah dilihat dari strategi pengenalan khalayak dalam perumusan strategi khalayak memiliki kekuatan penangkal yang bersifat psikologis dan sosial bagi setiap pengaruh yang berasal dari luar diri dan kelompoknya SM Kerumutan dikelilingi masyarakat yang mampu menjaga kelestarian hutan walaupun masih terdapat pula oknum-oknum tertentu yang berusaha merusak akan tetapi pemerintah setempat bahu membahu bersama masyarakat sudah membuat masyarakat setepat melek akan pentingnya hutan dalam kehidupan ini. Disamping itu khalayak tidak hanya dirangsang oleh hanya satu pesan saja melainkan banyak pesan dalam waktu yang bersamaan. Artinya terdapat juga kekuatan pengaruh dari pesan-pesan lain yang datang dari sumber

(komunikator) lain dalam waktu yang sama, maupun sebelum dan sesudahnya. Dengan demikian, pesan yang diharapkan menimbulkan efek atau perubahan pada khalayak bukanlah satu-satunya “kekuatan”, melainkan hanya satu diantara semua kekuatan pengaruh yang bekerja dalam proses komunikasi, untuk mencapai efektivitas. Jadi efek tidak lain dari paduan sejumlah kekuatan yang bekerja dalam keseluruhan proses komunikasi. Maka dari itu, pesan sebagai satu-satunya yang dimiliki oleh komunikator harus mampu mengungguli semua kekuatan yang ada untuk menciptakan efektivitas. Kekuatan pesan ini dapat didukung oleh metode penyajian, media dan kekuatan kepribadian komunikator sendiri.

Banyak hal telah dilakukan salah satunya adalah membuat SM Kerumutan dekat dengan hati masyarakat dibuatlah spot-spot foto oleh pemerintah bekerjasama dengan masyarakat agar masyarakat semakin memahami pentingnya hutan SM kerumutan. Suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang diperlukan ialah mengenal khalayak dan sasaran. Kemudian berdasarkan pengenalan dan komunikator yang dipilih, sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Hal ini dimaksudkan selain agar kekuatan penangkal yang dimiliki khalayak dapat “dijinakkan”, juga untuk mengalahkan kekuatan pengaruh dari pesan-pesan lain yang berasal dari sumber (komunikator) lain. Cara ini merupakan persuasi dalam arti yang sesungguhnya.

Hal kedua yang dilakukan dalam strategi komunikasi dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten pelalawan dalam mempromosikan hutan eksotis suaka margasatwa kerumutan sebagai wisata cagar biosfer dunia adalah penyusunan pesan setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam memengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan perhatian. Perhatian adalah pengamatan yang terpusat. Dengan demikian awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan AA Procedure atau from Attention to Action procedure. Artinya membangkitkan perhatian (Attention) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau orang banyak melakukan kegiatan (Action) sesuai tujuan yang dirumuskan.

Selain AA Procedure dikenal juga rumus klasik AIDDA sebagai *adoption process*, yaitu *Attention*, *Interest*, *Desire*, *Decision* dan *Action*. Artinya dimulai dengan membangkitkan perhatian (*Attention*), kemudian menumbuhkan minat dan kepentingan (*Interest*), sehingga khalayak memiliki hasrat (*Desire*) untuk menerima pesan yang dirangangkan oleh komunikator, dan akhirnya diambil keputusan (*Decision*) untuk mengamalkannya dalam tindakan (*Action*). Jadi proses tersebut harus bermula dari perhatian, sehingga pesan komunikasi yang tidak menarik perhatian tidak akan menciptakan efektivitas. Dalam masalah ini, Wilbur Schramm mengajukan syarat-syarat untuk berhasilnya pesan tersebut (Arifin, 2004) sebagai berikut :

1. Pesan harus direncanakan dan

disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju. Hal ini yang dilakukan oleh pemerintah setempat di kawasan sm kerumutan adalah dengan membuat masyarakat memahami akan pentingnya hutan dalam kehidupan kita yang menyumbang banyak oksigen di dalamnya selalu memberikan informasi tentang pentingnya kita menjaga kehidupan yang ada di dalam hutan.

2. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian itu bertemu.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.
4. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.

Hal lain yang menyangkut menarik perhatian khalayak, Wilbur Schramm selanjutnya mengemukakan apa yang disebut dengan *availability* (mudahnya diperoleh) dan *contrast* (kontras). Kedua hal ini menyangkut penggunaan tanda-tanda komunikasi (*signs of communication*) dan penggunaan medium.

1. *Availability*, berarti isi pesan itu mudah diperoleh sebab dalam persoalan yang sama orang selalu memilih yang paling mudah, yaitu yang tidak terlalu banyak meminta energi atau tenaga.

2. *Contrast*, berarti dalam hal menggunakan tanda-tanda dan medium pesan itu memiliki perbedaan yang tajam dengan keadaan sekitarnya. Komunikasi adalah proses yang rumit. Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperlihatkan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung/penghambat pada setiap komponen tersebut (Effendy, 2007:35).

Strategi komunikasi dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten pelalawan dalam mempromosikan hutan eksotis suaka margasatwa kerumutan sebagai wisata cagar biosfer dunia yang ketiga adalah penggunaan media. Penggunaan media sebagai alat penyalur ide dalam rangka merebut perhatian khalayak adalah suatu hal yang merupakan keharusan, sebab media dapat menjangkau khalayak yang cukup besar. Media merupakan alat penyalur, juga mempunyai fungsi sosial yang kompleks.

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Isi pesan maksudnya ialah kemasan pesan yang ditujukan untuk masyarakat luas dan kemasan pesan untuk komunitas tertentu. Untuk masyarakat luas, pesan sebaiknya disalurkan melalui media massa misalnya surat kabar atau televisi, dan untuk komunitas tertentu digunakan media selebaran atau saluran komunikasi kelompok.

Pengetahuan tentang pemilihan media di kalangan masyarakat harus

diketahui lebih dahulu berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan. Hal ini penting untuk menghindari terjadinya pemborosan biaya, waktu dan tenaga. Tidak ada gunanya memakai media televisi jika siaran yang dimaksud tidak diterima oleh masyarakat. Tidak ada artinya menggunakan media surat kabar untuk masyarakat yang tidak tahu membaca.

Media yang digunakan oleh pemerintah setempat adalah media online baik itu facebook dan instagram. Dua media online ini yang selalu di update. Sudah banyak media yang di gandeng oemerintah dan pemuda setempat untuk mempromosikan hutan wisata sm kerumutan yaitusalah satunya dengan membuat ilm dokumentar. Pemerintah mengandengan para pemuda dan pemudi dalam membuat film dokumenter ini dan hasilnya sungguh diluar dugaan banyak sekali wisatawan-wisatawan berkunjung ke sm kerumutan baik wisatawan lokal maupun inetnasional. SM kerumutan begitu menarik karena masih asri dan masih banyaknya flora dan fauna yang tinggal di dalamnya jika musim migrasi burung- burung maka hutan sm kerumutan sangat indah untuk di abadikan momennya hal ini dapat kita saksikan sebanyak 5 kali dalam setahun.

PENUTUP

Berdasarkan 3 strategi pokok dalam mempromosikan hutan eksotis kerumutan yang saat ini paling banyak digunakan adalah penggunaan media dimana pemerintah dan masyarakat bahu membahu dalam memperkenalkan dan mempromosikan SM.

Kerumutan di kancan internasional dengan memperbaharui promosi secara rutin. Strategi komunikasi dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten

pelalawan dalam mempromosikan hutan eksotis suaka margasatwa kerumutan sebagai wisata cagar biosfer dunia banyak media yang digandeng oleh pemuda dan pemerintah setempat mulai dari sosial media facebook di perbaharui secara rutin, begitu pula dengan media sosial instagram dan ke youtube dengan membuat film dokumenter yang dapat dilihat secara luas oleh masyarakat indonesia bahkan dunia.

Tujuan dari mempromosikan hutan eksotis suaka margasatwa kerumutan ini ialah agar membuat SM. Kerumutan lebih di kenal dekat oleh masyarakat riau khususnya dan masyarakat luas umumnya. Selain dengan pengenalan khalayak pengenalan pesan juga perlu di lakukan mengingat pesan terkadang bisa saja menjadi sesuatu yang merugikan jika salah dalam penyampaian pesan. Namun strategi yang selalu dilakukan oleh pemerintah dan pemuda setempat dalam mempromosikan SM. Kerumutan selalu di barengi dengan kecintaan terhadap alam. Sehingga pemerintah bersama pemuda selalu membuat gabungan-gebrakan baru agar semakin di kenal oleh masyarakat luas. Selain dari pengenalan khalayak, pengenalan pesan dan penggunaan media pemerintah, masyarakat dan pemuda baru-baru ini membuat acara besar-besaran yaitu mengadakan festival band melayu di SM. Kerumutan dan ini di hadiri atau diikuti oleh banyak band melayu dari luar kerumutan misalnya dari sorek, siak, pekanbaru, jambi, medan, bengkulu dan palembang. Harapan dengan diadakannya festival ini dapat mengangkat dan mempromosikan SM. Kerumutan dimata masyarakat umum dan dunia.

REFERENSI

- Ardianto Elvinaro, 2010. Metodologi Penelitian Untuk Public Relations, Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Ambarawati, Anak Agung Ayu. 2011. Evaluasi Strategi Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam Event Pesta Kesenian Bali Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara. Skripsi Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional „Veteran“.
- Arifin, Anwar. 2004. Strategi Komunikasi. Bandung: Armieo.
- Barker, C. (2002) Making Sense of Cultural Studies : Central Problems and Critical Debates. London: Sage.
- Bogdan, R.C., & Biklen, S.K.B. (1998) Qualitative Reseach for Education to Theory and Methods. Boston: Allyn and Bacon, Inc.,.
- Bourdieu, P. (1986) Distinction : A Social Critique of the Judgement of Taste. New edn. London: Routledge.
- Byker, D., & Anderson L. J., 2005, Communication In Human Resource Development, Atlantic Publisher, pp. 73.
- Cangara, H., 2011, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: Rajawali Pers.
- Cutlip, S. M., Center, A.H., Broom, G.M., 2006, Effective Public Relations, Edisi ke-9, Jakarta: Kencana Prenanda Media Group.
- Creswell, J.W. (2003) Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches. 2nd edn. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- David, F., 2002, Manajemen Strategi Konsep, Jakarta: Prehalindom, pp. 3.

- Darmesta, Basu Swastha. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Devy, Helln Angga; R. B. Soemanto. (2017). *Pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata Alam sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar (Studi Kasus Objek Wisata Air Terjun Jumog di Kawasan Wisata Desa Berjo, Kecamatan Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar)*. *Jurnal Sosiologi DILEMA*. 32(1):35.
- Effendy, O. 1992. *Spektrum Komunikasi*. Bandung: CV Mandar Maju.
- _____. 2007, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Findley, L. (2005) *Building Change : Architecture, Politics and Cultural Agency*. London: Routledge.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hutcheon, P. (1999) *Building Character and Culture*. Westport: Greenwood Publishing Group.
- Jauch, L. R., Glueck, W.F., 1998, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta:
- PT. Erlangga, cetakan ke3.
- Kellett, P. (2000) 'Voice From the Barrio, Oral Testimony and Informal Housing Processes',
- Lincoln, Y.S. and Denzin, N.K. (2000) *Handbook of Qualitative Research*. 2nd edn. London: Sage Publications.
- Moleong, Lexy J. (2011) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mumford, L. (1940) *The Culture of Cities*. Offset edn. London: Secker & Warburg.
- Oliver, Paul. 1987. *Dwellings: The House Across the World*. Oxford: Phaidon.
- Patton, M.Q. (1990) *Qualitative evaluation and research methods*. Sage Publications.
- Rani, Deddy Prasetya Maha. (2014). *Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang)*. *Jurnal Politik Muda*. 3(3):413415.
- Rahmi, Siti Atika. (2016). *Pembangunan Pariwisata dalam Perspektif kearifan Lokal*. *Jurnal Reformasi*. 6(1):77.
- Richards, L. (2009) *Handling Qualitative Data : A Practical Guide*. 2nd edn. London: SAGE.
- Rosady, R., 2003, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, Raja Grafindo Persada, pp.90-91.
- Sobur, Alex. 2009. "Analisis Teks Media : Suatu Pengantar analisis wacana, analisissemiotika, dan analisis framing". Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono, 2006, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba. Murtopo, A., 1978, *Strategi Kebudayaan*, Ijakarta: centre for Strategic and International Syudies-CSIS, pp.8.
- Supratikno, H., *Advanced Strategic Manangement; Back to Basic Approach*, Jakarta: PT. Grafindo Utama, 2003).
- Suryanto, M., 2007, *Marketing Strategu Top Brand Indonesia*, Jakarta: Cv Andi Ofset.