

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pembangunan bertujuan untuk perubahan atau perbaikan kualitas hidup. Proses ini dijalani sebagai hubungan tripartit antara negara, pihak swasta dan masyarakat (*civil society*) secara harmonis. Peran sentral berada di tangan negara atau pemerintah sebagai perencana dan pelaksana program pembangunan. Sehingga, keberlangsungan pembangunan sangat ditentukan proses organisasi dalam struktur pemerintahan. Pihak ketiga dan masyarakat, hanya menjadi patner pendukung jalannya pembangunan. Secara universal hal ini berlaku di belahan mana saja.

Dalam konteks Indonesia pasca otonomi daerah, peran pemerintah daerah sangat sentral menentukan kemajuan dan peningkatan kesejahteraan masyarakatnya. Lewat semangat otonomi dan *good governance*, setiap pemerintah daerah dapat mengupayakan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program pembangunan serta melibatkan pihak ketiga tanpa terbentur mekanisme dengan pemerintah pusat. Harapan yang diusung adalah bagaimana daerah dapat secara simultan dan kontinu serta mempercepat perubahan dan pembangunan setiap daerah. Kembali pada kalimat awal, kemajuan atau perubahan kualitas hidup lewat pembangunan mesti diupayakan dengan organisasi yang solid dari jajaran pemerintah daerah. Baik dari level kepala daerah, jajaran SKPD(Surat Keputusan Pemerintah Daerah) hingga tataran di level kelurahan atau desa.

Dalam kajian komunikasi, kesolidan dari jajaran pemerintah daerah sebagai sebuah organisasi dapat diamati atau menjadi objek kajian utama bagi pendekatan komunikasi organisasi. Pendekatan komunikasi organisasi ditujukan memberikan gambaran tingkat kompleksitas komunikasi yang terjadi dalam sebuah organisasi, terlebih dalam tata pemerintahan daerah.

Menurut Redding dan Sonborn (dalam Muhammad, 2005:65), kajian komunikasi organisasi terkait dengan pengiriman, penerimaan serta kemampuan komunikasi dalam memproses informasi hingga evaluasi dari proses tersebut dalam sebuah organisasi. Selanjutnya, kembali pada konteks penelitian ini; peneliti memulai dari kondisi pembangunan yang terjadi di Kabupaten Pematang Jaya, lewat kesolidan organisasi tata pemerintahan daerah Kabupaten Pematang Jaya.

Secara kasat mata terutama dari segi fisik, banyak perubahan yang terjadi di berbagai bidang. Namun, dalam amatan peneliti; ada beberapa bidang yang justru tidak bergerak serta bersama kemajuan pembangunan fisik tadi. Salah satunya bidang pariwisata. Secara geografis di sebelah selatan Kabupaten Pematang Jaya berupa dataran tinggi yang berhawa sejuk penuh dengan panorama alam pegunungan, sedangkan belahan utara adalah daerah pantai dengan pemandangan yang mempesona. (*Profile Tourism in Pematang Jaya Regency*, 2004:2)

Keadaan geografis yang mendukung ini maka sektor pariwisata dimungkinkan dapat meningkatkan pendapatan daerah. Hal ini ditambah dengan adanya objek wisata unggulan dan potensi objek wisata baru yang

dikembangkan oleh pemerintah Kabupaten Pemalang serta dipenuhi berbagai macam industri kerajinan yang khas Pemalang seperti industri tenun, konveksi, kulit ular dan masih banyak lagi. (*Profile Tourism in Pemalang Regency*, 2004:2)

Di samping itu, masih terdapat sarana penunjang lainnya seperti hotel, restoran tempat - tempat hiburan, pusat perbelanjaan, perbankan, *tour operator* meskipun masih dalam skala kecil, tetapi dengan adanya faktor tersebut mampu menciptakan suasana yang kondusif, bagi kegiatan pengembangan wisata. Potensi yang cukup baik untuk menambang devisa (Pendapatan Asli Daerah) ini sampai sekarang belum dikembangkan secara optimal.

Menurut artikel website Badan Promosi Wisata Pemalang; ada empat persoalan mendasar berkaitan dengan kondisi internal pengembangan kepariwisataan di Pemalang, yaitu:

*Pertama*, implementasi kebijakan pengembangan obyek wisata yang belum optimal dilakukan, kendati potensi cukup tersedia. *Kedua*, strategi promosi wisata yang cenderung masih konvensional. *Ketiga*, pelayanan dalam arti luas kepada wisatawan yang masih kurang terutama dalam pengamalan Sapta Pesona dari *stakeholders* di bidang pariwisata khususnya. *Keempat*, masih relatif lemahnya koordinasi antara pelaku pariwisata, Pemerintah Daerah dan pihak terkait. (Urun Rembug Pengembangan Pariwisata Pemalang, <http://pemalangkab.go.id>, diakses pada Selasa 27/09/2011, pukul 18:30). Sebagai contoh pembangunan wisata air di pantai Widuri yang menghabiskan anggaran

milyaran rupiah, namun tidak mendatangkan *multistage* efek bagi pembangunan pariwisata di Pematang Jaya.

Persoalan di atas timbul lebih banyak diakibatkan ketidaksolidan komunikasi organisasi dari pelaksana teknis kepariwisataan pemerintahan daerah Kabupaten Pematang Jaya. Sehingga, dalam pandangan peneliti; *point of view* utama dalam penelitian ini adalah ketidakadaan niat baik komunikasi (*communication will*) terkait kebijakan promosi objek wisata Kabupaten Pematang Jaya. Akar persoalan bermula melalui kebijakan promosi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya.

Padahal kebijakan promosi objek wisata merupakan perencanaan jangka panjang yang mencakup tujuan promosi pariwisata dan cara atau prosedur pencapaian tujuan tersebut yang dibuat dalam pernyataan-pernyataan formal seperti hukum dan dokumen-dokumen resmi lainnya. Kebijakan yang dibuat pemerintah harus sepenuhnya dijadikan panduan dan ditaati oleh para *stakeholders*.

Sehingga, rancangan penelitian ini didasarkan pada fenomena kebijakan promosi objek wisata yang belum menghasilkan formula baik untuk kemajuan pariwisata Kabupaten Pematang Jaya. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk melihat komunikasi organisasi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya mengenai kebijakan promosi objek wisata di wilayah Kabupaten Pematang Jaya.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menggali proses komunikasi organisasi kebijakan promosi objek wisata di Kabupaten Pematang Jaya; melalui

tiga tahap. *Pertama*, perumusan kebijakan promosi; dari mana pengambil keputusan (*decision maker*) dan *stakeholder* mengambil referensi informasi, media apa yang digunakan untuk mengetahui informasi tersebut serta hasil akhir proses perumusan kebijakan promosi objek wisata. *Kedua*, pelaksanaan kebijakan promosi; saluran dan kebijakan komunikasi penerapan kebijakan promosi objek wisata dan *ketiga*, pengawasan kebijakan promosi objek wisata yaitu ukuran pengawasan serta keberhasilan proses mengkomunikasikan penerapan kebijakan promosi objek wisata yang kesemuanya berada pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian di atas, maka ditemukan permasalahan yaitu;

1. Bagaimana implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya tentang perumusan kebijakan promosi pariwisata?
2. Bagaimana implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya tentang pelaksanaan kebijakan promosi pariwisata?
3. Bagaimana implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya tentang pengawasan kebijakan promosi pariwisata?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang dipaparkan di atas serta agar penelitian ini nantinya akan lebih terarah, maka ditetapkan suatu tujuan penelitian, sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tentang perumusan kebijakan promosi pariwisata.
2. Untuk mendeskripsikan implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tentang pelaksanaan kebijakan promosi pariwisata.
3. Untuk mendeskripsikan implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tentang pengawasan kebijakan promosi pariwisata.

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka diharapkan bermanfaat baik secara praktis maupun teoritis dapat diperoleh dalam penelitian ini. Manfaat tersebut meliputi:

#### **1. Manfaat Praktis**

- a. Memberikan masukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tentang pola-pola interaksi dan komunikasi anggota dari Dinas tentang kebijakan promosi pariwisata Kabupaten Pemalang.

- b. Memberikan masukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tentang efektifitas komunikasi organisasi mengenai program kepariwisataan sehingga kebijakan promosi tersebut cukup disosialisasikan kepada satu pihak atau orang yang menjadi *opinion leader* pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang.

## **2. Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran pada keterkaitan kajian pembangunan terutama pariwisata dengan kajian komunikasi terlebih komunikasi organisasi.
- b. Dapat menambah khazanah keilmuan bagi peneliti sendiri tentang jaringan komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tentang kebijakan promosi pariwisata di Kabupaten Pemalang.