

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi Sumatera Barat terdiri dari 12 Kabupaten dan 7 Kota dengan berbagai objek wisata yang tersebar di tiap daerah Kabupaten dan Kotanya yang ramai dikunjungi oleh berbagai wisatawan lokal maupun internasional. Potensi Pariwisata Sumatera Barat meliputi pegunungan, dataran rendah, hingga pesisir pantai serta didukung oleh adat istiadat yang menjadikan Pariwisata di Sumatera Barat tidak kalah dengan daerah-daerah lainnya yang tersebar di Indonesia. Kota Padang adalah salah satu Kota di Provinsi Sumatera Barat yang sekaligus menjadi ibukota Provinsi, yang secara Geografi, Kota Padang terletak dipesisir pantai Sumatera.

Kota Padang juga memiliki banyak objek wisata yang sangat diminati oleh para wisatawan baik lokal maupun internasional, mulai dari wisata alam, adat, budaya, kuliner, sejarah, serta religi. Salah satu objek wisata religi yang banyak dikunjungi adalah Masjid Raya yang merupakan sebuah ikon dari kota padang yang menjadi lokasi utama yang akan dikunjungi jika ingin berkunjung ke Kota Padang, dengan kontruksi masjid yang terdiri dari tiga lantai ruang utama yang digunakan sebagai ruang shalat. Denah masjid berbentuk persegi yang melancip di empat penjuruanya, bentuk sudut lancip sekaligus mewakili atap bergonjong pada rumah adat Minangkabau *Rumah Gadang*.

Lain kebutuhan yang di inginkan oleh wisatawan dalam berkunjung ke Kota Padang, jika berbicara soal wisata Kuliner, Kota Padang memiliki sebuah kuliner dengan khas nya kuliner Sumatera Barat, yaitu Rendang, yang dapat di temui di beberapa titik pusat oleh-oleh dan restoran yang ada di Kota Padang. Kemudian untuk wisata alam yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan yang berkunjung adalah Pantai Muaro Lasak, Puncak Paralayang, Gunung Padang, Ngungun Saok, Lumin Park, Kota Tua, jembatan Siti Nurbaya, Rumah Adat Kajang Padati, dan juga objek wisata lainnya nya yang menjadi daya tarik bagi pengunjung yang berwisata ke Kota Padang.

Pada saat ini Kota Padang sedang dalam perkembangan yang didukung oleh berbagai potensi wisata yang ada di dalamnya. Dalam upaya mengembangkan dan mempromosikan pariwisata Kota Padang. Pengembangan potensi wisata yang diharapkan tentunya melibatkan banyak pihak baik itu pemerintah, investor, dan juga masyarakat. Setiap daerah pasti mempunyai keunikan baik itu segi budaya maupun pandangan alam yang menjadi modal utama bagi pendirian objek wisata. Remaja adalah media atau penggerak yang tentunya cukup efektif dalam mengembangkan pariwisata Kota Padang, dengan kemampuan teknologi, sosialisasi, relasi, dan program yang dapat dilakukan.

Namun seiring dengan perkembangan zaman saat ini, remaja Kota Padang masih banyak yang masih belum mengetahui mengenai pariwisata, adat dan budaya yang ada di Kota Padang. Kurangnya pembekalan atau pemaparan materi mengenai pariwisata adat dan budaya membuat remaja saat ini tidak mengetahui apa saja pariwisata adat dan budaya yang ada di Kota Padang, yang mana mestinya remaja lah yang seharusnya menjadi penerus dan yang melestarikan pariwisata adat dan budaya sebagai bentuk warisan leluhur dari generasi ke generasi. Pada 2015 Pemerintah Kota Padang bersama dengan Dinas Pariwisata Kota Padang membentuk adanya Uda Uni Kota Padang melalui beberapa tahapan seleksi untuk dapat memenuhi kriteria menjadi Uda Uni Duta Wisata, dengan kemampuan komunikatif, informatif dan berpenampilan yang menarik.

Tentunya dengan kecakapan Uda Uni diharapkan dapat menarik perhatian masyarakat serta sekaligus mengedukasi tentang wisata kota Padang. keterlibatan Uda Uni sebagai Duta Wisata juga bertujuan untuk memperkenalkan secara luas tentang potensi pariwisata yang ada di Kota Padang. Di Kota Padang untuk Uda Uni sendiri tidak bernama Ikatan Uda Uni Kota Padang seperti kabupaten kota lainnya, melainkan Bernama ADWINDO (Asosiasi Duta Wisata Indonesia) Kota Padang, ADWINDO merupakan sebuah organisasi kepemudaan Nasional yang bergerak di bidang kepariwisataan dan kebudayaan.

Menaungi forum komunikasi Duta Wisata seluruh Indonesia yang kemudian disebut dengan dewan pengurus daerah untuk tingkat Provinsi. Organisasi ini

merupakan organisasi di bawah binaan kementerian kebudayaan dan pariwisata dan disahkan berdiri melalui kongres Nasional Duta Wisata Indonesia tahun 2005 di Bali. Untuk pemilihan generasi baru, ADWINDO juga menjadi yang pertama di Sumatera Barat, hal ini dapat dilihat dari kalender *Event* yang dibentuk oleh dinas pariwisata, Pemilihan Uda Uni Duta Wisata Kota Padang menjadi sebuah ajang tahunan yang ditetapkan dalam kalender *event* pariwisata Dinas Pariwisata Kota Padang.

Pemenang dalam ajang ini akan menjadi seorang duta wisata daerah yang nantinya akan menjadi perwakilan daerah untuk melanjutkan ajang di tingkat Provinsi. Kehadiran Uda Uni dalam pelaku penggerak pariwisata saat ini sudah sangat yang menjadi alternatif baru bagi dinas pariwisata dalam memajukan pariwisata, karena memiliki *role model* yang melambungkan dari *rang mudo jo puti bungsu*. Peran Uda Uni sebagai Duta Wisata diharapkan dapat menjadi *role model* pariwisata adat dan kebudayaan untuk mengembangkan dan menjual nilai pariwisata pada masyarakat didalam maupun diluar kota Padang.

Selain bergerak bersama Dinas Pariwisata, Uda Uni juga memiliki agenda rutin di lingkungan sosial untuk memberikan edukasi kepada masyarakat dan remaja kota padang serta memberikan pengetahuan umum mengenai pariwisata adat dan budaya. Uda Uni Duta Wisata Kota Padang juga merupakan bagian dalam suatu *pageant* yang bergerak dibidang pariwisata. Dalam hal ini, Adwindo Kota Padang memiliki banyak sekali program kerja yang dilakukan, salah satu yang menjadi *highlight* dari beberapa kegiatan lainnya yaitu ADWINDO *Goes To School*, Program kerja ADWINDO *Goes To School* ini merupakan sebuah program kerja yang dilakukan di setiap sekolah-sekolah tingkat SMA, dengan audiens adalah remaja siswa-siswi SMA Kota Padang.

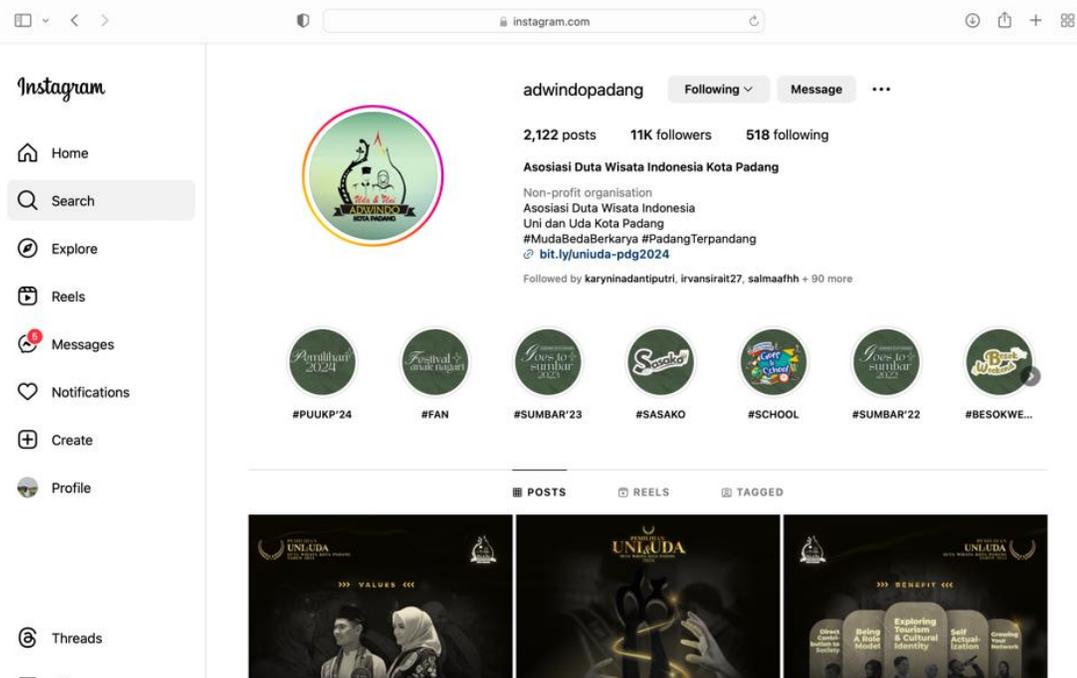
ADWINDO *Goes To School* berisikan sebuah sosialisasi kepada siswa dan siswi mengenai pariwisata, adat, dan budaya. ADWINDO *Goes To School* merupakan program kegiatan yang dilakukan atas izin dari pihak sekolah dan diketahui oleh dinas pariwisata, pihak sekolah akan memberikan waktu dan tempat untuk kedatangan ADWINDO dalam melakukan sosialisasi. Program unggulan ini berhadapan dan berinteraksi secara langsung kepada siswa siswi. Proses komunikasi yang dilakukan

oleh Uda Uni Duta Wisata Kota Padang dalam sosialisasi ini dapat membuat siswa siswi mengerti dengan pesan yang disampaikan, untuk mengingatkan kembali pentingnya memahami mengenai adat dan budaya serta melestarikan pariwisata.

Uda Uni Duta Wisata Kota Padang dapat melihat respon dan juga pemahaman siswa dan siswi mengenai materi yang disampaikan dengan memberikan sebuah *quiz* atau tanya jawab ke pada siswa siswi. Dengan memberikan *scarf* pada siswa siswi sebagai bentuk apresiasi atas antusias dan pemahaman yang didapatkan, dengan harapan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari untuk semua materi yang diberikan, Kegiatan ini dilakukan setiap 2 kali satu bulan, sesuai dengan jadwal yang disetujui oleh pihak sekolah, Pelaksanaan dari kegiatan ini adalah Uda Uni Duta Wisata yang menjabat pada tahun tersebut.

Program ini mulai dijalankan oleh Uda Uni Duta Wisata kota padang sejak tahun 2019, dengan ide dan gagasan yang didapat karena terinspirasi dari persiapan untuk pemilihan Uda Uni Duta Wisata tingkat Provinsi Sumatera Barat yang menjadikan kunjungan ke sekolah ini menjadi sebuah syarat yang harus dilakukan setiap Uda Uni Duta Wisata perwakilan Kabupaten/Kota di Sumatera Barat. Hal tersebut yang membuat peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam untuk mengetahui bagaimana Proses Komunikasi Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) pada program Goes To School Di Kota Padang.

Berikut adalah gambar jumlah pengikut dari Asosiasi Duta Wisata Indonesia Kota Padang yang terdiri dari berbagai kalangan dan baik masyarakat Kota Padang, maupun publik pada *platform* Instagram :



Gambar 1. 1 Profil Instagram Uda Uni kota Padang

Berdasarkan hasil observasi awal (pra penelitian) yang peneliti lakukan, siswa siswi di Kota Padang masih banyak yang belum mengetahui mengenai pariwisata adat dan budaya yang ada di Kota Padang, banyak nya istilah dan dan tempat-tempat yang seharusnya menjadi suatu objek yang populer di Kota Padang namun menjadi asing bagi siswa siswi saat ini, alasan ini lah yang menjadi hambatan bagaimana kurangnya pengetahuan siswa siswi mengenai adat dan budaya serta melestarikan pariwisata Kota Padang. Dengan demikian dapat dilihat bagaimana proses komunikasi yang dilakukan Uda Uni Duta Wisata Kota Padang dalam melakukan sosialisasi di sekolah-sekolah yang ADWINDO kunjungi.

Berdasarkan pada penjelasan diatas, maka peneliti merasa perlu untuk mengetahui bagaimana Proses Komunikasi Uda Uni Duta Wisata Kota Padang Pada Program ADWINDO Goes To School Di Kota Padang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah di uraikan diatas, berisi tentang bagaimana Proses komunikasi yang dilakukan oleh Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kota Padang pada program *Goes To School* Di Kota Padang.

1.3 Tujuan Penelitian

Dari inti pokok permasalahan yang dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Proses Komunikasi Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kota Padang pada program *Goes To School* Di Kota Padang, agar pesan yang disampaikan tersebut sampai dan diterima oleh siswa dan siswi (Komunikasikan)

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk perkembangan Ilmu Komunikasi, terutama komunikasi didalam sosialisasi pemerintahan, organisasi kepada Masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang bagaimana komunikasi yang baik dalam menyampaikan informasi dan sosialisasi kepada masyarakat.