



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1. Latarbelakang Penelitian

Pembangunan pariwisata merupakan sektor ekonomi yang sangat menjanjikan untuk pertumbuhan ekonomi dan pengurangan kemiskinan. Pembangunan pariwisata dapat berdampak bagi kesejahteraan penduduk lokal (Kim, Uysal, & Sirgy, 2013), dan dukungan dari penduduk setempat juga sangat penting bagi industri pariwisata. Penduduk lokal merupakan pemangku kepentingan utama dalam proses pencapaian pembangunan berkelanjutan di bidang pariwisata (Eligh, Welford & Ytterhus, 2002; Lundberg, Erik, 2017: 46). Dengan meningkatnya pertumbuhan pasar pariwisata ini, industri budaya dan kreatif bermunculan dengan berbagai bentuk serta memberikan manfaat signifikan bagi pembangunan sosial dan ekonomi.

Oleh akrenanya, pembangunan pariwisata di daerah sebagai salah satu sektor pembangunan tidak dapat dilepaskan dengan pembangunan masyarakat secara keseluruhan. Selain itu, pembangunan keparwisataan harus bersifat berkelanjutan dan bersinergi secara nasional. Sebagaimana dijelaskan bahwa transisi menuju pariwisata berkelanjutan memerlukan inovasi baik dalam pengertian teknologi dan kelembagaan (Van Wijk et al., 2015). Pembangunan pariwisata melibatkan banyak hal terutama dalam berinovasi dan berkreasi dalam hal baru serta pemeliharaan warisan budaya kearifan lokal dan kelestarian alam. Vibriyanto *et al.*, (2015) menyatakan kehadiran wisatawan dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dengan menjaga kawasan alam untuk keberlangsungan wisata alam. Tanpa keindahan dan konservasi lingkungan tidak akan ada aktivitas wisata, dan itu berarti tidak ada manfaat ekonomi bagi masyarakat.

Sejak disahkannya Undang-Undang (UU) Nomor 25 Tahun 2002 tentang Pembentukan Provinsi Kepulauan Riau, yang merupakan hasil pemekaran dari Provinsi Induk Riau, maka Riau mengalami penurunan dalam hal kunjungan wisatawan khususnya wisatawan mancanegara yang selama ini menjadi andalan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

pemasukan pendapatan asli daerah. Penyebabnya adalah konsentrasi daerah wisata yang lebih terpusat di Pulau Batam dan sekitarnya yang memang secara geografis sangat strategis. Oleh karena itu, Provinsi Riau harus menata kembali bidang pariwisata agar dapat menjadi salah satu sektor yang menyumbangkan pendapatan asli daerah baik wisata berbasis lingkungan alam maupun budaya. Peenataan ini harus didukung dengan potensi yang ada untuk mengembangkan industri pariwisata di Riau (Haris, 2017: 40).

Perekonomian dan masyarakat selalu mengalami perubahan sejalan dengan persaingan dalam industri pariwisata. Namun perubahan belum pernah terjadi intens dan datang dengan kecepatan tinggi seperti dalam beberapa tahun terakhir (Porter dan Heppelmann, 2014). Ada banyak tujuan wisata yang tak terbatas dengan berbagai layanan dan penawaran dalam skala global. Inovasi yang berorientasi pasar dan berbasis budaya masyarakat adalah persyaratan untuk menciptakan, menemukan kembali dan memperbaiki tujuan wisata tersebut. Sebagaimana dijelaskan bahwa industri pariwisata membutuhkan layanan dan produk inovatif. Tren, nilai keberlanjutan, ekonomi dan sosial budaya dan perubahan lokal atau global adalah beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan saat melakukan inovasi (Pechlaner et al., 2006).

Inovasi berorientasi pasar sangat penting di sektor pariwisata, karena dapat meningkatkan kapasitas pasar pariwisata yang ada, ikut andil dalam kelangsungan pariwisata, berguna untuk mengatasi dampak negatif dan memainkan peran kunci dalam membuka pasar. Karena sifat persaingan pasar global yang ketat, maka tujuan wisata harus dapat kembangkan melalui cara yang lebih inovatif sehingga cenderung disukai oleh wisatawan, karena permintaan wisatawan bahkan lebih bervariasi bila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya (Genc & Genc, 2017: 56).

Inovasi dalam bidang pariwisata dibutuhkan untuk menciptakan objek wisata yang smart. Tujuan wisata yang *smart* adalah tempat untuk meningkatkan daya saing dan meningkatkan kualitas hidup semua orang pemangku kepentingan, termasuk warga dan wisatawan (Caragliu et al., 2011; Buhalis dan Amaranggana, 2014). Sebagian besar



1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Diarangi mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

penelitian tentang tujuan wisata cerdas berfokus pada penekanan kegiatan pengembangan bisnis dan pengembangan pariwisata secara bersama dan terarah untuk meningkatkan pengalaman wisatawan (Wang et al., 2013; Buhalis dan Amaranggana, 2014; Gretzel dkk. ., 2015). Menerapkan konsep tujuan wisata cerdas (*smart tourism destination*) menjadi sangat penting karena wisatawan yang terhubung, mendapat informasi lebih baik dan terlibat secara dinamis berinteraksi dengan tujuan, menciptakan produk pariwisata bersama dan memberi nilai tambah bagi semua orang untuk berbagi (Neuhofer et al., 2012).

Boes, et al (2016: 110) menjelaskan bahwa kecerdasan telah menjadi komponen vital dalam pengelolaan dan pemasaran tujuan wisata. Tujuan wisata cerdas akhirnya "bertujuan untuk merevolusi pembuatan pengalaman wisata, serta praktik bisnis pariwisata dan pemasaran tujuan" (Wang et al., 2013: 61). Hal ini tercermin dalam definisi oleh Gretzel dkk (2015: 3) yang mengemukakan tujuan wisata yang cerdas "dapat didefinisikan sebagai sistem pariwisata yang memanfaatkan teknologi cerdas dalam menciptakan, mengelola dan memberikan layanan/pengalaman wisata yang cerdas dan ditandai dengan berbagi informasi dan penciptaan nilai yang intensif".

Oleh karena itu, akibat pertumbuhan pesat dari pasar pariwisata, pariwisata budaya menjadi tren baru bagi wisatawan (Cisneros-Martínez & Fernandez-Morales, 2015; Torre & Scarborough, 2017; Trinh & Ryan, 2016). Dengan semakin meningkatnya perhatian terhadap perlindungan budaya tradisional dan hubungannya dengan menarik wisatawan (Lynch, Duinker, Sheehan, & Chute, 2011), studi yang lebih baru berfokus pada budaya asli, kedaulatan, dan keberlanjutan (Williams & Gonzalez, 2016), dampak ekonomi (Torre & Scarborough, 2017), dan sikap warga setempat (Brown, Kim, & Hoang, 2016). Meskipun studi pariwisata sebelumnya memberikan kontribusi signifikan terhadap penjelasan tentang bagaimana pariwisata budaya meningkatkan pembangunan ekonomi lokal, mereka mengabaikan fakta bahwa perlindungan dan perluasan budaya juga memerlukan pemahaman, kesadaran pemberdayaan masyarakat lokal.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

Semua kebijakan pembangunan pariwisata merupakan upaya untuk mendorong para pelaku di sektor pariwisata antara lain: kebudayaan daerah atau kearifan lokal dan pariwisata hendaknya dilihat dari dua sisi yang saling mendukung, dalam pengembangannya masyarakat dilibatkan bukan hanya sebagai objek tapi juga sebagai subjek pembangunan, pembangunan kepariwisataan dilakukan melalui pendekatan sistemik yang utuh dan terpadu. Kesadaran warga terhadap pembangunan pariwisata sangat penting karena merupakan dampak langsung dari pembangunannya (Easterling, 2004). Penduduk lokal juga pemangku kepentingan yang penting karena, tanpa dukungan mereka, pengembangan pariwisata tidak akan berkelanjutan (Byrd, 2007). Berdasarkan hal ini, penting untuk meneliti komunikasi pemerintah dalam membangun sikap dan dukungan masyarakat terhadap pembangunan pariwisata di pesisir pantai wilayah Provinsi Riau terutama Kabupaten Bengkalis.

Pemerintah daerah memang merupakan pemangku kepentingan yang sangat penting, namun terkadang dianggap menghambat pembangunan pariwisata sehingga membatasi potensi pengembangan objek wisata. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif, kolaborasi yang baik dengan pemangku kepentingan, dan sikap keterbukaan menjadi syarat penting untuk mengembangkan interaksi sinergis antar pemangku kepentingan (Heslinga, et al 2017: 1). Hal inilah yang menjadi penyebab minimnya pemahaman dan kemampuan masyarakat dalam mengembangkan daerahnya sebagai tujuan wisata. Selain itu, kurangnya adopsi teknologi, perencanaan dan kebijakan pemerintah yang tak berorientasi jangka panjang untuk sebuah solusi (hanya kepentingan proyek sesaat), kebijakan yang berubah-ubah, fasilitas dan sarana pemasaran yang bermutu rendah, manajemen yang tidak berorientasi pemberdayaan masyarakat, ketidakjelasan pembinaan, kesalahan dalam menganalisa pasar, kesalahan positioning destinasi/produk, dan rendahnya kualitas, kuantitas serta efektifitas bentuk komunikasi pemasaran adalah sederet hal yang terkait dengan permasalahan pembangunan pariwisata daerah di Kabupaten Bengkalis dan Riau umumnya.

Permasalahan ini bila tidak dikelola dengan baik dan benar, tentu akan menghambat pencapaian target kedatangan wisatawan dan menurunkan “citra” suatu



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

daerah sebagai tujuan wisata. Program-program strategis harus direncanakan dan dilaksanakan dengan tepat. Adapun strategi pembangunan parwisata untuk menuju sasaran tersebut dapat dilakukan dengan berbagai upaya, antara lain: 1) mengembangkan dan memberdayakan masyarakat atau muatan lokal, 2) pengembangan kebudayaan dan pariwisata di daerah yang relatif belum berkembang untuk mengundang investasi sektor-sektor lain.

Untuk mewujudkan kebijakan pembangunan nasional dan pembangunan daerah dalam bidang pariwisata tersebut, dibutuhkan upaya untuk menyusun kebijakan pembangunan pariwisata dan perencanaan komunikasi pariwisata yang komprehensif. Strategi pembangunan pariwisata semestinya tidak berorientasi pada pendekatan ekonomi belaka namun diarahkan ke pendekatan kebudayaan dan pemberdayaan masyarakat. Pendekatan pemberdayaan ini diukur dengan kemampuan menggali potensi keunikan, kearifan, nilai-nilai dan kebudayaan masyarakat lokal.

Oleh karena itu, dalam strategi komunikasi pariwisata melalui pemberdayaan harus memperhatikan syarat-syarat. Pertama, informasi harus sesuai dengan apa yang sudah ada pada masyarakat, artinya sudah membudaya pada masyarakat sasaran, sehingga informasi mudah dipahami. Kedua, informasi harus masuk akal (logis), sehingga masyarakat bersedia menerima informasi tersebut. Ketiga, informasi disampaikan dengan sentuhan-sentuhan, yaitu melalui pendekatan psikologis, sosiologis, dan kultural

Pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha setidaknya idealnya bersinergi dalam membangun bidang kepariwisataan. Namun kenyataannya, program-program pembangunan dan komunikasi kepariwisataan pemerintah belum menyentuh dan melibatkan masyarakat. Saat ini sektor pariwisata di Kabupaten Bengkalis belum mampu menyediakan kesempatan kerja dan memberikan manfaat yang cukup luas bagi masyarakat, sehingga perencanaan dan pengelolaan pengembangan pariwisata harus dipahami secara utuh dan berkesinambungan. Hal tersebut sesuai jika dikaitkan dengan Visi dari Kabupaten Bengkalis yaitu *“Menjadikan Salah Satu Pusat Perdagangan di Asia Tenggara, Dengan Dukungan Industri Yang Kuat dan Sumber Daya Manusia*



Yang Unggul, Guna Mewujudkan Masyarakat Yang Sejahtera dan Makmur Pada Tahun 2015”.

Kebijakan dan strategi komunikasi parwisata dalam upaya pembangunandaerah wisata yang berkelanjutan belum melibatkan masyarakat setempat secara maksimal, termasuk pengembangan mutu produk ciri khas daerah wisata, pembinaan kelompok pedagang dan pengusaha setempat. Oleh karena itu penelitian ini berupaya untuk memahami model komunikasi parwisata dalam pembangunan masyarakat pesisir di daerah Kabupaten Bengkalis.

1.2 Rumusan Masalah

Kondisi-kondisi dan permasalahan komunikasi parwisata yang muncul di daerah Kabupaten Bengkalis diakibatkan karena masyarakat kurang dilibatkan oleh pemerintah dalam pembuatan perencanaan kebijakan dan taktis pelaksanaannya. Komunikasi yang kurang komprehensif menyebabkan masyarakat tidak menyadari bahwa daerahnya berpotensi terhadap pengembangan pariwisata yang dapat memberi kemanfaatan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, berangkat dari hal ini identifikasi masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perencanaan dan kebijakan dalam pembangunan destinasi wisata di Kabupaten Bengkalis?
2. Bagaimana komunikasi parwisata dalam memberdayakan dan meningkatkan sadar wisata masyarakat di Kabupaten Bengkalis?
3. Bagaimana evaluasi komunikasi parwisata dalam pengembangan parwisata dan pemberdayaan masyarakat pesisir di Kabupaten Bengkalis?
4. Bagaimana model komunikasi parwisata dalam pengembangan pemberdayaan masyarakat pesisir di Kabupaten Bengkalis?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas, maka yang menjadi maksud dan tujuan penelitian adalah:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

1. Untuk memahami perencanaan dan kebijakan dalam pembangunan destinasi wisata di Kabupaten Bengkalis?
2. Untuk mengungkap komunikasi parwisata dalam memberdayakan dan meningkatkan sadar wisata masyarakat di Kabupaten Bengkalis?
3. Untuk memahami evaluasi komunikasi parwisata dalam pengembangan parwisata dan pemberdayaan masyarakat pesisir di Kabupaten Bengkalis?
4. Untuk menjelaskan model komunikasi parwisata dalam pengembangan destinasi wisata dan pemberdayaan masyarakat pesisir di Kabupaten Bengkalis?

1.4 Luaran/Manfaat Penelitian

Luaran penelitian ini adalah berbentuk artikel yang dipublikasikan di jurnal internasional yaitu “Tourism Management” atau “Journal of Environmental Management and Tourism”. Luaran penelitian juga dapat menjadi bahan ajar untuk mata kuliah Perencanaan dan Kebijakan Komunikasi. Kajian ini diharap menjadi buku referensi yang dapat dikembangkan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Selain itu, penelitian ini secara tidak langsung bisa menjadi sumber inspirasi dan sebagai sumbangan pemikiran bagi perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya terkait dengan perencanaan kebijakan komunikasi dalam perencanaan dan mengelola komunikasi parwisata yang tepat. Kemudian penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan masukan kepada pihak pemerintah dalam pengambilan kebijakan komunikasi baik yang bersifat strategis maupun kebijakan taktis.