

**STRATEGI KOMUNIKASI EKSTERNAL DALAM  
MEMPUBLIKASIKAN WISATA ALAM BONO  
(Studi Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga  
Kabupaten Pelalawan)**

**NAMA : SUHRA GERTI UGINA**

[sgertyugina@yahoo.co.id](mailto:sgertyugina@yahoo.co.id)

**CONSELOUR: NURJANAH  
Ilmu Komunikasi FISIP UR  
*ABSTRACT***

The uniqueness of nature bono owned Pelalawan is something to be thankful for the people of Pelalawan. However the uniqueness of nature has yet to be well publicized so that the persistence of the external public who do not know the nature bono. In this case that is responsible for publishing bono is the Departement of Culture, Tourism, Youth dan Sports of Pelalawan Regency. The Departement build the external communication strategies with the external public to publish bono. The purpose of this study was to determine the external communication strategy to publicize bono conducted by the Departement of Culture, Tourism, Youth and Sports of Pelalawan Regency and to determine the factors that influence the success of the external communication strategy of the Departement of Culture, Tourism, Youth and Sports of Pelalawan Regency to publicize nature bono.

This study used descriptive qualitative method that is based on the facts on the field through observations, interviews and documentation. Locations and time of study is in the Departement of Culture, Tourism, Youth and Sports of Pelalawan Regency in March 2013 to August 2013. Informants in this study is 10 people. Data analysis technique used is interactive analysis model using data validity checking techniques with the extension of participations.

The results showed that the external communication strategies conducted by the Departement is establishing a relationship with the external public of Teluk Meranti villagers by doing a homestay accommodation socializing in the village community, while people in Pekanbaru disseminate natural tourist sites of bono. Meanwhile, the communication strategy with environmentalists (LSM) are working hand in every event in nature bono, while the media is free to cover every event in bono. And the last strategy is to establish communications with the tourists through social media websites. The external communications strategies are aimed to strengthen the relationship between the Departement and the external public and also to publicize nature bono. Factors that influence the success of the Departement of Culture, Tourism, Youth and Sports of Pelalawan Regency in publicizing bono nature are the human resources (HR), openness, technological progress and the progress of fashion.

***Keyword: communication, communication strategy, communication strategy external, publishing.***

## **Pendahuluan**

Keunikan wisata alam bono yang dimiliki Kabupaten Pelalawan adalah sesuatu yang patut disyukuri masyarakat Pelalawan mengingat wisata alam bono tersebut memiliki banyak keuntungan. Namun keunikan wisata alam bono tersebut sampai saat ini belum terpublikasikan secara baik sehingga masih adanya publik eksternal yang tidak mengetahui wisata alam bono. Keindahan alam ini tidak akan dikenal oleh publik eksternal tanpa peran dari pemda setempat yaitu melalui Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan. Adapun peran Dinas yaitu mempublikasikan wisata alam bono kepada publik-publik eksternalnya dengan menggunakan strategi. Strategi yang digunakan Dinas yaitu menjalin strategi komunikasi eksternal dengan publik eksternalnya. Dimana yang menjadi publik eksternal Dinas ialah masyarakat Desa Teluk Meranti dan masyarakat Pekanbaru, Pemerhati Lingkungan (LSM), media dan wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Adapun strategi komunikasi eksternal yang dijalin Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dengan masyarakat Desa Teluk Meranti diantaranya yaitu mengadakan program bahasa Inggris bagi masyarakat Desa Teluk Meranti didesa Pare Kabupaten Pelalawan agar nantinya para wisatawan mancanegara dapat berkomunikasi dengan masyarakat setempat. Sedangkan strategi komunikasi eksternal yang dilakukan Dinas dengan masyarakat Pekanbaru yaitu melakukan sosialisasi wisata alam bono di Pekanbaru seperti ikut berpartisipasi dalam Sosialisasi Masterplan Bono di Hotel Grand Central Pekanbaru. Sedangkan strategi komunikasi eksternal dengan Kelompok Pemerhati Lingkungan (LSM) yaitu menjalin kerjasama sebagai sesama pemerhati bono serta saling terlibat kegiatan-kegiatan baik yang diadakan LSM ataupun Dinas. Strategi komunikasi dengan media yaitu media dapat meliput setiap event yang diadakan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dalam mempublikasikan wisata alam bono. Sedangkan strategi komunikasi dengan para wisatawan yaitu adanya komunikasi eksternal yang baik melalui media sosial website. Hal ini merupakan bentuk strategi komunikasi eksternal yang dibangun Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dengan publik eksternalnya.

Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan membawahi Bidang Pariwisata bertugas mempublikasikan wisata alam bono. Adapun bentuk publikasi yang dilakukan ialah melakukan kerjasama dengan para publik eksternal dengan cara melakukan promosi-promosi ke media massa lokal dan media massa internasional, majalah wisata dan surat kabar harian seperti Tribun Pekanbaru, Riau Pos dan Media Indonesia. Sedangkan untuk media elektronik ialah aktif dalam mempromosikan ke stasiun-stasiun TV lokal maupun swasta serta mempublish ke situs internet. Selain itu Bidang Pariwisata selama dua tahun yakni 2012 dan 2013 ikut berpartisipasi dalam pameran Pariwisata yang diadakan di JCC Jakarta pada bulan Maret 2013 lalu hingga pameran di ITB Berlin, Jerman pada bulan Juni 2013.

Dalam hal ini publikasi wisata alam bono Teluk Meranti tersebut pertama kali dilakukan oleh pihak LSM Yayasan Mitra Insani. LSM Yayasan Mitra Insanilah bukanlah pemerintah melainkan lembaga yang peduli akan lingkungan

alam di Riau dan LSM Yayasan Mitra Insani merupakan pihak eksternal Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan.

Maka dari fenomena ini, penulis mengamati strategi komunikasi eksternal dalam mempublikasikan wisata alam bono yang dilakukan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dan faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi komunikasi eksternal Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dalam mempublikasikan wisata alam bono.

### **Tinjauan Pustaka**

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris *Communication* yang berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama yaitu sama makna. Menurut Hovland (dalam Effendy, 2002:10) komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol (kata-kata, *figure*, grafik dan lainnya).

Menurut Chandler (dalam Rangkuti, 2006:3) mengatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak-lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi menurut Stephanie K. Marrus (dalam Umar, 2003:31) adalah proses penentuan rencana para pimpinan puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi yang disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*management communication*) untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan. Dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda-beda waktu, tergantung kepada situasi dan kondisi (Effendy, 2003:32).

Bagi suatu perusahaan hubungan dengan publik di luar perusahaannya merupakan suatu keharusan yang mutlak. Sesuai dengan sifatnya, dalam masyarakat modern tidak akan ada kemungkinan bagi seorang insan atau suatu badan bisa hidup menyendiri. Masing-masing akan saling membutuhkan satu sama lain, seperti halnya suatu perusahaan, tidak mungkin bisa hidup kalau tidak bisa mendatangkan bahan baku, kemudian menyalurkan dan memasarkan hasil produksinya, (Suhandang, 2012:79).

Lebih lanjut menurut Ruslan (2005:88) menyatakan komunikasi eksternal berlangsung atau terjadi dua arah antara pihak organisasi/lembaga dengan pihak luar. Misalnya komunikasi dengan pihak kreditor (Perbankan), rekan bisnis/usaha, pelanggan, *community relations* (hubungan komunitas), supplier, pemasok, kalangan pers dan pejabat pemerintahan dan lain sebagainya. Keberhasilan dalam membina hubungan eksternal, merupakan keberhasilan pihak pejabat Humas/PR dalam upaya memperoleh dukungan, pengertian, kepercayaan, partisipasi, kerja sama dan lain sebagainya dengan pihak publiknya.

Komunikasi publik eksternal hakikatnya adalah sarana organisasi untuk berkomunikasi dengan publik eksternal. Melalui praktik komunikasi ini, organisasi diharapkan mampu memahami dan merespon harapan-harapan publik

eksternalnya. Sehingga antara publik dan organisasi dapat terjalin hubungan yang baik.

Menurut kamus Webster, publikasi adalah suatu informasi yang bernilai dengan maksud untuk menambah perhatian kepada suatu tempat, orang atau sebab yang biasanya dimuat dalam suatu media cetakan atau penerbitan (printed material) dan selalu menyangkut kepentingan publikasi yang dapat berbentuk berita, laporan dan opini, (dalam Ruslan, 2007:60).

Publikasi dapat diartikan pengumuman tentang suatu hal yang disiarkan lewat media elektronik atau diterbitkan di media cetak. Publikasi dimaksudkan untuk memberikan informasi atau pengumuman tentang suatu hal kepada khalayak eksternal.

Wisata alam merupakan bentukan alam nonhayati dan hayati, dan satu dengan lainnya terjalin dalam satu ekosistem hingga membentuk daya dukung lingkungan yang mantap. Masing-masing unsur yang terpadu memang memiliki daya tahan yang tidak sama besarnya, tetapi dapat saling mengisi seandainya salah satu diantaranya rusak atau musnah. Semua bentukan alam nonhayati seperti lautan, benua dengan segala unsur hayati seperti tumbuhan dan hewan, (Darsoprajitno, 2002: 162).

Pariwisata adalah suatu kegiatan yang secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat, sehingga membawa berbagai manfaat terhadap masyarakat setempat dan sekitarnya. Bahkan pariwisata dikatakan mempunyai energi dobrak yang luar biasa, yang mampu membuat masyarakat setempat mengalami metamorphose dalam berbagai aspeknya. Pariwisata mempunyai banyak manfaat bagi masyarakat bahkan bagi Negara.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penyajian analisis secara deskriptif, yaitu usaha untuk mengumpulkan, menyusun, dan menginterpretasikan data yang ada dan menganalisa objek yang akan diteliti dengan merujuk pada prosedur-prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif. Peneliti berupaya mendeskripsikan strategi komunikasi eksternal Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dalam mempublikasikan wisata alam bono. Melalui pendekatan kualitatif, tujuan penelitian pada intinya bertumpu pada usaha untuk mengamati, mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data mengenai strategi komunikasi eksternal Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dalam mempublikasikan wisata alam bono.

Penentuan informan dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Para informan ini adalah Kepala Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan, Seksi Promosi Pariwisata, wartawan surat kabar harian Tribun Pekanbaru, Kepala Desa Teluk Meranti, Masyarakat Pekanbaru dan wisatawan. Hal ini perlu diperhatikan supaya peneliti mendapatkan gambaran jelas mengenai strategi komunikasi eksternal Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dalam mempublikasikan wisata alam bono.

Data-data yang diperoleh dari Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan difokuskan pada strategi komunikasi eksternal

dalam mempublikasikan wisata alam bono. Dalam upaya pengumpulan data yang relevan dengan objek penelitian, peneliti menggunakan beberapa metode, yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data yang dilakukan agar dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah sekaligus mempermudah penyusunan penelitian tersebut.

Proses analisis dapat dilakukan semenjak data dikumpulkan. Pengolahan dan analisa data ini dilakukan dengan tetap mengacu pada teori-teori yang berhubungan dengan masalah dan kemudian akan ditarik kesimpulan dan disertai dengan saran-saran yang dianggap perlu. Data yang diperoleh akan dikumpulkan, dikategorikan dan disesuaikan polanya terhadap permasalahan yang ada, data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk uraian deskripsi yang disusun secara sistematis agar mudah dipahami.

## **Hasil dan Pembahasan**

Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan tentunya menjalin strategi komunikasi eksternal dengan publik eksternalnya dalam mempublikasikan wisata alam bono. Selain itu diperlukannya faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi komunikasi eksternal dalam mempublikasikan wisata alam bono dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

## **Strategi Komunikasi Eksternal dalam Mempublikasikan Wisata Alam Bono yang Dilakukan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan**

### **A. Strategi Komunikasi Eksternal dalam Mempublikasikan Wisata Alam Bono dengan Publik Eksternalnya**

Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan tentunya memiliki strategi-strategi komunikasi eksternal dalam mempublikasikan wisata alam bono tersebut kepada publik eksternalnya. Adapun strategi komunikasi eksternal yang dilakukan oleh Dinas dalam mempublikasikan wisata alam bono ialah sebagai berikut :

#### **1. Komunikasi Eksternal dengan Media**

Media merupakan jembatan yang efektif dalam mempublikasikan wisata alam bono sehingga diperlukannya hubungan yang baik dengan dengan pihak media agar wisata alam bono dapat terpublikasikan dengan baik pula. Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dituntut agar dapat menjalin hubungan yang baik dengan pihak media. Strategi komunikasi eksternal yang dibangun Dinas dengan media yaitu media dapat meliput setiap event yang diadakan Dinas dalam mempublikasikan wisata alam bono.

Media massa lokal dan media massa internasional, majalah wisata dan surat kabar harian seperti Tribun Pekanbaru, Riau Pos dan Media Indonesia aktif dalam mempublikasikan wisata alam bono. Selain itu Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan juga aktif dalam mempublikasikan wisata alam bono ke media-media elektronik, mengingat media elektronik dapat

mencapai khalayak yang tersebar luas seperti Riau Televisi dalam program jelajah wisata dan TV One yang membahas wisata alam bono dan juga kehidupan sosial masyarakat desa Teluk Meranti.

## 2. Komunikasi Eksternal dengan Pemerhati Lingkungan (LSM)

Mengingat wisata alam bono dipublikasikan pertama kali oleh LSM maka Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga tentunya harus menjaga hubungan baik dengan pihak LSM. Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan menjalin hubungan yang baik dengan LSM Yayasan Mitra Insani Pekanbaru. Hal ini terlihat dengan adanya hubungan yang baik antara kedua belah pihak dimana saling berpartisipasi dalam setiap *event*. Baik yang diselenggarakan oleh Dinas maupun LSM Yayasan Mitra Insani. Selain itu Dinas kerap meminta LSM Yayasan Mitra Insani untuk menjadi *Event Organizer* dalam *event* yang diselenggarakan Dinas.

## 3. Komunikasi Eksternal dengan Masyarakat

Masyarakat merupakan publik eksternal yang memerlukan informasi-informasi terkait wisata alam bono. Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan menjalin hubungan eksternal dengan masyarakat Desa Teluk Meranti dengan cara mengadakan program bahasa Inggris bagi masyarakat Desa Teluk Meranti. Selain itu seiring berkembangnya wisata alam bono, tingkat kemajuan usaha di Kabupaten Pelalawan mulai meningkat. Hal ini ditandai dengan mulai adanya penginapan bagi wisatawan dan juga rumah makan yang diawasi langsung oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan.

Selain masyarakat setempat Kabupaten Pelalawan sebenarnya masyarakat Pekanbaru juga memerlukan informasi mengenai wisata alam bono. Hal ini bertujuan untuk mengubah persepsi bahwa Propinsi Riau juga memiliki potensi wisata alam sehingga masyarakat Pekanbaru tidak lagi melirik ke wisata alam ditempat lain. Strategi yang digunakan Dinas ialah melakukan sosialisasi-sosialisasi di Pekanbaru yang ditujukan kepada masyarakat Pekanbaru.

## 4. komunikasi Eksternal dengan Wisatawan

Tingkat kesuksesan suatu pariwisata diukur dari seberapa banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung ketempat wisata tersebut. Sehingga Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan tidak cukup hanya melakukan publikasi saja tanpa adanya hubungan yang baik bagi keduanya. Adapun strategi komunikasi eksternal yang dibangun Dinas dengan wisatawan ialah dengan melakukan pembuatan *website* dengan tujuan *website* dapat menginformasikan secara cepat dan tanpa batas sehingga wisatawan dapat mengetahui informasi mengenai wisata alam bono.

Selain pembuatan *website*, wisatawan juga memiliki andil dalam mempublikasikan wisata alam bono kepada wisatawan lainnya dengan cara mempromosikan wisata alam bono dari mulut ke mulut. Tentunya publikasi melalui mulut ke mulut juga merupakan strategi yang efektif karena mampu menimbulkan rasa tertarik dan penasaran kepada wisatawan lainnya.

## **B. Bentuk Strategi Komunikasi Eksternal dalam Mempublikasikan Wisata Alam Bono**

Publikasi wisata alam bono sungai Kampar tersebut pertama kali dilakukan oleh pihak LSM Yayasan Mitra Insani. LSM Yayasan Mitra Insanilah merupakan lembaga yang peduli akan lingkungan alam di Riau dan LSM Yayasan Mitra Insani merupakan pihak eksternal Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan. LSM Yayasan Mitra Insanilah yang terlebih dahulu mempublikasikan wisata alam bono dibandingkan dengan pihak Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan. Hal ini tentu menunjukkan persepsi bahwa pihak Dinas tidak bisa bekerja sendiri tanpa bantuan pihak lain sehingga memerlukan kerjasama dengan orang lain yaitu publik eksternal. Sehingga fungsi publikasi informasi wisata alam bono yang ada di Kabupaten Pelalawan tersebut tidak dipublikasikan secara baik Dinas hanya meneruskan publikasi yang sebelumnya telah dilakukan oleh LSM Yayasan Mitra Insani.

Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan melakukan beberapa strategi publikasi melalui publik eksternalnya dengan cara yaitu sebagai berikut :

1. Iklan  
Iklan yang diproduksi oleh PT. Djarum Indonesia tersebut sangat membantu Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dalam mempublikasikan wisata alam bono. Dari iklan tersebut banyak masyarakat yang tadinya tidak tahu wisata alam bono menjadi tahu dan tertarik akan wisata alam bono.
2. Pameran  
Selama dua tahun berturut-turut kami berpartisipasi dalam pameran Pariwisata yang diadakan di JCC Jakarta pada bulan Maret 2013 hingga pameran di ITB Berlin, Jerman pada bulan Juni 2013.
3. Seminar  
Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan mempunyai tugas dan fungsi mensosialisasikan wisata alam bono dan juga fasilitas-fasilitas yang tersedia. Baik itu fasilitas utama maupun fasilitas pendukung.
4. Mengisi siaran radio maupun televisi  
Melalui siaran radio dan televisi tersebut tentunya membantu peran Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dalam mempublikasikan wisata alam bono. Sehingga publik eksternal yang mendengar radio maupun menonton tayangan tersebut dapat mengetahui wisata alam bono Kabupaten Pelalawan.
5. Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan mengadakan sosialisasi festival bekudo bono yang event bekudo bono tersebut akan berlangsung bulan November mendatang. Dalam menyelenggarakan event tersebut di butuhkan sponsor dari perusahaan-perusahaan yang ada di Kabupaten Pelalawan. Berdasarkan sosialisasi tersebut telah didapatkan hasil yaitu sebanyak 32 perusahaan di Kabupaten Pelalawan ikut berpartisipasi untuk menjadi sponsor dalam festival bekudo bono tersebut.

#### 6. Penyelenggaraan *Event*

*Event* menjadi jembatan bagi Dinas untuk menyampaikan informasi-informasi terkait wisata alam bono kepada publik eksternalnya. Melalui publikasi yang dilakukan, publik eksternal dapat mengetahui wisata alam bono.

### **C. Media Eksternal Publikasi**

Kelancaran penyampaian informasi dan publikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dalam menjangkau khalayaknya diperlukan peran media eksternal. Hal ini dilakukan untuk mempublikasikan wisata alam bono. Adapun media yang digunakan ialah sebagai berikut :

1. Booklet, Leaflet dan Brosur  
Publikasi melalui media Booklet Profil Pariwisata Pelalawan tentunya mempermudah para publik eksternal untuk mengetahui dan mengenal wisata alam bono. Booklet Profil Pariwisata Pelalawan tersebut telah dicetak sebanyak tiga kali cetakan.
2. Spanduk  
Spanduk sangat membantu dalam proses publikasi. Dengan adanya spanduk, masyarakat akan mengetahui dan bahkan mengikuti kegiatan yang diadakan.
3. *Billboard*  
*Billboard* diletakkan dipinggir jalan lintas timur. Sehingga para pengguna jalan yang berasal dari dalam dan luar Kabupaten Pelalawan dapat melihat *billboard* tersebut.
4. Banner atau Baliho  
Banner dan baliho digunakan ketika mengadakan atau mengikuti suatu acara seperti acara pameran atau acara lain.
5. Foto  
Foto merupakan publikasi yang juga paling tepat di dalam proses kelancaran memperkenalkan suatu wisata alam bono kepada publik eksternalnya.

### **Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Strategi Komunikasi Eksternal Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dalam Mempublikasikan Wisata Alam Bono**

Sebagai pihak yang bertugas memberikan informasi dan menjalankan tugasnya dalam mempublikasikan wisata alam bono Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan tentu memiliki faktor pendukung yang mempengaruhi keberhasilan strategi komunikasi eksternal Dinas dalam mempublikasikan wisata alam bono.

Adapun yang menjadi faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi komunikasi eksternal Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dalam mempublikasikan wisata alam bono ialah sebagai berikut :



1. Sumber Daya Manusia (SDM)  
Peran sumber daya manusia (SDM) tentu mempengaruhi Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dalam mempublikasikan wisata alam bono. SDM di Dinas sangat kreatif dan inovatif. Mereka aktif dalam menciptakan ide-ide baru baik itu di website, movie maupun event-event terkait wisata alam bono. Selain itu Dinas juga bekerjasama dengan ahli IT dari Bali.
2. Keterbukaan  
Strategi komunikasi eksternal yang baik dijalin Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dengan publik eksternalnya menumbuhkan sikap keterbukaan. Sikap saling terbuka dari staf/pegawai, masyarakat, pemerhati lingkungan (LSM), media dan wisatawan tentu mempermudah tugas Dinas dalam mempublikasikan wisata alam bono. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai keterbukaan tersebut :
  - a. Keterbukaan staf/karyawan  
Kepala dinas dan staf/pegawai saling mendukung dalam pelaksanaan tugas dengan adanya keterbukaan antara kepala dinas dan staf/pegawai dapat memperlancar pekerjaan staf/pegawai.
  - b. Keterbukaan Masyarakat  
Masyarakat saling terbuka untuk menerima wisatawan yang berkunjung kewisata alam bono. Masyarakat menerima wisatawan dengan tangan yang terbuka tanpa ada rasa takut untuk akan kunjungan wisatawan terutama wisatawan mancanegara. Perbedaan budaya, cara pandang, etnis dan bahasa tidak membuat masyarakat menutup diri. Sebaliknya mereka menyambut setiap kedatangan wisatawan dan bersedia menjadikan rumah mereka sebagai penginapan wisatawan.
  - c. Keterbukaan LSM  
Adanya hubungan yang baik antara Dinas dan LSM menumbuhkan sikap saling terbuka dan menjadi faktor yang mempengaruhi Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dalam mempublikasikan wisata alam bono.
  - d. Keterbukaan Media  
Dalam hal ini media bersikap terbuka dalam mempublisch wisata alam bono. Dinas memberikan kebebasan bagi media untuk meliput wisata alam bono dan media bersikap terbuka dalam memberitakan wisata alam bono baik itu event-event, keunikan wisata alam bono dan budaya maupun gaya hidup masyarakat desa Teluk Meranti.
  - e. Keterbukaan Wisatawan  
Wisatawan yang pernah berkunjung kewisata alam bono dan menceritakan wisata alam bono dari mulut ke mulut ke wisatawan lainnya tentu juga menjadi keberhasilan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dalam mempublikasikan wisata alam.
3. Kemajuan Teknologi  
Dengan kemajuan teknologi saat ini, sangat membantu Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dalam mempublikasikan wisata alam

bono. Apalagi adanya website yang dapat diakses kapanpun dan mempermudah khalayak atau publik dalam mengenal wisata alam bono. Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dapat berkomunikasi dengan para khalayak eksternalnya walaupun dengan jarak yang berjauhan seperti efektifitas dalam penggunaan website. Begitu juga dengan kemajuan teknologi yang berupa video-video surfing bono yang di upload di youtube Kemasan video-video surfing yang menarik tentunya akan menumbuhkan minat publik eksternal untuk mengetahui wisata alam bono lebih dalam.

4. **Kemajuan Fashion**

Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan memanfaatkan perkembangan fashion sebagai sarana untuk mempengaruhi keberhasilan publikasi wisata alam bono. Hal ini terlihat Dinas merancang aneka ragam sablon wisata alam bono di baju kaos maupun topi yang bergambar wisata alam bono maupun gambar surfer yang melakukan surfing digelombang tersebut. Sehingga Dinas setiap kali melakukan kunjungan ke luar seperti pameran yang diadakan di Jakarta dan Seminar di Belanda saya mengenakan kaos dan topi sablon wisata alam bono.

### **Kesimpulan**

Adapun kesimpulan yang dapat peneliti paparkan adalah sebagai berikut :

1. Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan membangun strategi komunikasi eksternal dengan para publik eksternalnya yaitu media, pemerhati lingkungan (LSM), masyarakat dan wisatawan. Bentuk publikasi yang dilakukan dengan cara iklan, pameran, seminar, mengisi siaran radio ataupun televisi dan film, sponsor dan penyelenggara event. Dengan menggunakan media booklet, leaflet, brosur, spanduk, billboard, banner atau baliho dan foto. Dari hasil penelitian diketahui bahwa strategi komunikasi eksternal yang dilakukan Dinas belum maksimal sehingga masih ada pihak eksternal yang belum mengetahui bono sebagai wisata alam bono.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan dalam mempublikasikan wisata alam bono mulai dari sumber daya manusia (SDM). Adanya saling keterbukaan baik itu staf/karyawan dengan atasan ataupun sesama karyawan, keterbukaan masyarakat, keterbukaan LSM, keterbukaan media dan keterbukaan wisatawan untuk mempublikasikan wisata alam bono. Selanjutnya kemajuan teknologi dalam mengakses website dan youtube, perkembangan fashion berupa sablon kaos dan topi bergambar wisata alam bono. Dari hasil penelitian diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi komunikasi eksternal Dinas dalam mempublikasikan wisata alam bono telah efektif karena semua faktor yang mempengaruhi telah dilakukan.

### **Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan melakukan publikasi yang lebih jelas. Seperti menjelaskan rute yang jelas menuju lokasi bono, harga transportasi, tempat penginapan dan lain sebagainya. Pemerintah harus lebih peka dan perhatian terhadap objek-objek wisata didaerah lain sehingga tidak hanya tertuju kepada Bali dan Lombok. Wisata alam bono merupakan wisata alam yang para wisatawannya dapat melakukan olahraga surfing. Surfing merupakan olahraga yang cukup ekstrem dan berbahaya. Sebaiknya Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan tersebut bekerjasama dengan pihak asuransi. Dengan tujuan berjaga-berjaga jika terjadi kecelakaan.
2. Media, sebaiknya tidak hanya media massa tertentu yang mempublikasikan wisata alam bono seperti majalah pariwisata dan juga tidak hanya surat kabar harian Tribun Pekanbaru yang terus mempublikasikan wisata alam bono.
3. Peduli Lingkungan (LSM), tidak hanya LSM Yayasan Mitra Insani yang aktif mempublikasikan wisata alam bono. LSM lainnya juga ikut memperhatikan wisata alam bono.
4. Masyarakat, masyarakat harus lebih peduli terhadap wisata alam bono. Jangan hanya tertuju kepada wisata alam ditempat lain seperti Lombok dan Bali.
5. Wisatawan, harus memperhatikan kemampuan surfing dengan ketinggian ombak untuk menjaga keselamatan wisatawan itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. Linggar. 2008. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Arikunto, Suhartini. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan dan Praktik*. Jakarta: Rineka Citra.
- Darsoprajitno, Soewarno. 2002. *Ekologi Pariwisata*. Bandung : Angkasa
- Effendy, O.U. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Marzuki. 2002. *Metodologi Riset*. Jogjakarta : PT. Prasetia Widya Pratama
- Mill, Robert Christie. 2000. *Tourism The International Business*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- Moleong, Lexy J. 2005, *Metode Penelitian Kommikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Pendit. Nyoman S. 2006. *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Rasyid, Anuar. 2009. *Buku Ajar Kapita Selekta Humas*. Pekanbaru : Pusat Pengembangan Pendidikan
- , 2011. *Dasar-Dasar Public Relations*. Pekanbaru : Pusat Pengembangan Pendidikan
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : PT. Grafindo Persada
- , 2007. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta : PT. Grafindo Persada

------. 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta : PT. Grafindo Persada

------. 2004. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta : PT. Grafindo Persada

Soehartono, Irawan. 2008. *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2004. *Dasar-dasar Public Relations*. Jakarta : Remaja Rosdakarya

Suhandang, Kustadi. 2012. *Study dan Penerapan Public Relations*. Bandung : Nuansa Cendekia

Wahdi, Mohammad. 2011. *Keterampilan dan Strategi Komunikasi Bisnis dengan Pendekatan Praktis*. Jakarta : Buku Seru

Wasesa, Silih Agung. 2005. *Strategi Public Relations*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Wahab, Salah. 2003. *Tourism Management*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita

**Web :**

[www.wikipedia.org/pariwisatadiindonesia](http://www.wikipedia.org/pariwisatadiindonesia)

[www.wikipedia.org/publikasi](http://www.wikipedia.org/publikasi)

[www.pariwisatadanteknologi.blogspot.com/manfaat-pariwisata-dariberbagai-segi](http://www.pariwisatadanteknologi.blogspot.com/manfaat-pariwisata-dariberbagai-segi)

[www.wisatakandi.com/pengertian-azas-dan-tujuan-pariwisata](http://www.wisatakandi.com/pengertian-azas-dan-tujuan-pariwisata)

[www.pekanbaru.bpk.go.id](http://www.pekanbaru.bpk.go.id)

[www.iskandar840.blogspot.com/2012/10/modul-3-kedudukan-dan-peran-humas](http://www.iskandar840.blogspot.com/2012/10/modul-3-kedudukan-dan-peran-humas)

**Sumber Lain :**

Renstra Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan 2011-2016