

**THE PROMOTION STRATEGY OF THE TOURISM DEPARTMENT OF
SIAK REGENCY IN PROMOTING ART AND MALAY CULTURE
THROUGH SIAK BERMADAH EVENT**

By : Reza Listiawan

Email : rezavailah@yahoo.co.id

Counsellor : Nova Yohana, S.Sos, M.I.Kom

*Major of Communication Science – Management of Communication
Faculty of Social Political Science, Universitas of Riau
Campus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru
28293 Phone/Fax. 0761-63272*

ABSTRACTS

In effort to preservation and develop of local art culture, government of Siak Regency through The Tourism Department of Youth and Sport did Siak Praise Event Festival as annual event that had purpose to preservation local art culture, which is held for 14 times, this event can not be denied because management roles and promotion strategy that had rousing in every year that make society and art activists interest to participated in this event.

Research methodology that used in this research was kualitative research with a phenomenological approach. There were 2 informants in this research, they were directly handle this activity by using purposive technique. The technique of data collection of this research were interview, observation and documentation. The technique of data analysis were data reduction, data presentation and conclusion and also verification.

The result of this research indicate that The Tourism Department of Youth and Sports of Siak Regency in promoting art and malay culture that used structural of government function in socialization, that this event was an event of local cultural preservation which its scope was very limited, for Siak Regency only, so that the demand envoy delivered to districts and coaching did the cooperation with the school through the study of art extracurricular, thus breeding envoy takes place on an ongoing basis to the future generations, in used of media is not too published, because this event is only for Siak Regency, so very little or even can be said media not appear in use to publicize the event, in addition to interest of enthusiasts can also be seen from the festive event, the prize for the winners and invited abroad guests to enliven the event, as well as artists of capital to enliven the opening and closing ceremonies.

Keywords : Promotion Strategy, Motive, Communication Experience, Art and Culture

**STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA KABUPATEN SIAK
DALAM MEMPROMOSIKAN KESENIAN BUDAYA MELAYU
MELALUI KEGIATAN SIAK BERMADAH**

**Oleh : Reza Listiawan
Email : rezavailah@yahoo.co.id
Pembimbing : Nova Yohana, S.Sos, M.I.Kom**

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau, Pekanbaru
Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru
28293 Telp./Fax. 0761-63272

ABSTRAK

Dalam upaya pelestarian dan pengembangan seni budaya daerah, pemerintah Kabupaten Siak melalui Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga melaksanakan kegiatan Festival Siak Bermadah sebagai event Tahunan yang bertujuan untuk melestarikan seni budaya daerah, yang mana kegiatan siak bermadah ini telah terselenggara yang ke 14 kalinya, tentunya tidak terlepas dari peran manajemen dan strategi promosinya mengingat kegiatan ini setiap tahunnya memiliki kemeriahan yang semakin menarik masyarakat maupun penggiat seni yang berpartisipasi di dalamnya.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Informan dalam penelitian ini adalah 2 orang pejabat yang menangani kegiatan ini secara langsung dengan menggunakan teknik purposif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data mencakup reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dinas pariwisata pemuda dan olahraga kabupaten siak dalam mempromosikan kesenian budaya melayu lebih memanfaatkan fungsi struktural pemerinah dalam sosialisasinya, yaitu kegiatan ini merupakan ajang pelestarian budaya di daerah saja sehingga cakupannya sangat terbatas, untuk kecamatan siak saja, sehingga permintaan utusan disampaikan ke kecamatan dan pembinaan dilakukan adanya kerjasama pihak sekolah melalui study kesenian ekstrakurikuler, sehingga pembibitan utusan berlangsung secara berkelanjutan hingga ke generasi-generasi selanjutnya, dalam penggunaan media tidak terlalu di publikasikan, karena kegiatan ini hanya untuk daerah siak saja, sehingga sangat sedikit sekali atau bahkan dapat dikatakan tidak nampak media yang di gunakan untuk mempublikasikan acara tersebut, selain itu ketertarikan peminat juga dapat dilihat dari kemeriahan acara, hadiah pemenang dan tamu undangan luar negeri untuk memeriahkan acara tersebut, serta artis-artis ibukota untuk memeriahkan acara pembukaan dan penutupan.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Motif, Pengalaman Komunikasi, Seni Budaya

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang heterogen. Terdiri dari beraneka ragam seni budaya dan juga mempunyai tempat wisata yang tersebar dari sabang hingga Merauke yang begitu mempesona dengan keindahan alam serta kekentalan sejarah di dalamnya, adapun kebudayaan atau adat istiadat pada masyarakat Indonesia memiliki berbagai macam perbedaan bentuk baik dari perilaku sosial maupun dalam bidang kesenian yang sangat kental, sehingga memiliki daya tarik tersendiri untuk mengkaji suatu adat dan budaya sehingga dengan adanya perilaku sosial dan adat kesenian tersebut kebudayaan itu dapat di kenali bentuk dan ciri khasnya di kalangan masyarakat luas.

Untuk mempertahankan dan melestarikan suatu kebudayaan dari generasi ke generasi berikutnya tentu bukanlah hal yang mudah, Indonesia sebagai negara yang memiliki ragam budaya tentunya telah mengkaji hal tersebut untuk mempertahankan dan melestarikan suatu budaya yang mana budaya merupakan suatu gambaran sebuah negara yang harus di jaga dan dilestarikan, karena peranan budaya sangat berpengaruh terhadap pembangunan nasional, dapat mengundang wisata asing dalam perolehan devisa negara dan memberikan manfaat kepada masyarakat terhadap suatu kegiatan budaya itu sendiri, sehingga Indonesia telah membentuk sebuah badan untuk menjaga dan melestarikan budaya yaitu melalui Kementerian Pariwisata, adapun peranan pariwisata dalam pembangunan nasional, disamping sebagai sumber perolehan devisa juga banyak memberikan sumbangan terhadap bidang-bidang lainnya.

Diantaranya menciptakan dan memperluas lapangan usaha, meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong pelestarian lingkungan hidup dan budaya bangsa, memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa dan lain sebagainya.

Untuk mempertahankan sebuah budaya agar tetap terjaga eksistensinya untuk generasi berikutnya perlunya strategi komunikasi untuk menunjangnya, strategi komunikasi adalah paduan untuk perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan, adapun menyusun strategi komunikasi harus memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat seperti, mengenali sasaran komunikasi, faktor situasi dan kondisi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, peranan komunikator dalam komunikasi, daya tarik sumber, kredibilitas sumber, pentingnya peran strategi komunikasi dalam mempromosikan suatu budaya, Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

Pada zaman yang semakin modern dan dengan diikuti perkembangan Globalisasi yang membuat para kaula muda terlena dan cenderung konsumtif. Oleh

karna itu banyak yang melupakan dan acuh untuk merangsang kaula muda dengan kegiatan yang mampu menumbuhkan semangat kaula muda untuk produktif menghasilkan karya-karya terbaik mereka. Seperti kita ketahui bersama kemajuan teknologi yang begitu pesat membuat dunia menjadi transparan seolah-olah bagaikan sebuah perkampungan tanpa batas dan ini menyebabkan pengaruh budaya asing mudah diterima dan tersosialisasi dengan baik dikalangan ramaja saat ini. Sehingga membawa pengaruh yang negatif terhadap kegiatan-kegiatan pumuda/i itu sendiri, dengan adanya program dinas pariwisata yaitu kegiatan siak bermadah di kabupaten siak tentunya dapat mengarahkan mereka ke suatu acara yang cenderung menuntut mereka untuk lebih keratif khususnya dibidang seni.

Festival siak bermadah keunikan dan ketertarikannya adalah iven ini dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan kualitas baik dari segi acara maupun peminat, peningkatannya yaitu dari pertama kali dilaksanakan pada tahun 2002 hingga sekarang memiliki perbedaan tema untuk tiap tiap tahunnya, pertama kali lomba siak bermadah ini tidak begitu di perhatikan oleh masyarakat, dan setelah lama dilaksanakan iven ini terus bertambah mulai dari peserta dan jenis lomba, selain itu karena adanya iven siak bermadah ini munculnya banyak sanggar sanggar dan paguyuban-paguyuban kesenian di kab siak itu sendiri, sehingga inilah yang menjadi ketertarikan peneliti untuk meneliti lebih dalam tentang siak bermadah, apakah yang menyebabkan iven ini yang dulunya tidak terlalu populer sehingga

menjadi begitu di minati masyarakat hingga saat ini, Berdasarkan dari penjelasan peniliti diatas dapat disimpulkan permasalahannya yaitu bagaimana perkembangan kesenian budaya melayu di siak melalui kegiatan siak bermadah yang mempromosikan kesenian budaya melayu, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti **“Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Kesenian Budaya Melayu Melalui Kegiatan Siak bermadah”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.

Demikianlah pula strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.

Seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Banyak teori

komunikasi yang sudah diketengahkan oleh para ahli, tetapi untuk strategi komunikasi teori yang memadai baiknya untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi ialah apa yang dikemukakan oleh *Horald D. Lasswell* yaitu cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah menjawab pertanyaan “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” komponen komunikasi yang berkolerasi secara fungsional pada paradigma *Lasswell* itu merupakan jawaban pertanyaan yang diajukan.

- Who Siapa : Komunikator
- Says What Mengatakan apa : Pesan
- In Which Channel Melalui saluran apa : Media
- To Whom Kepada siapa : Komunikasikan
- With What Effect Dengan efek apa : Efek

1. *Who* (Komunikator)

Dalam proses komunikasi ada komunikator, yaitu orang yang mengirim dan menjadi sumber informasi dalam segala situasi. Penyampaian informasi yang dilakukan dapat secara sengaja maupun tidak sengaja.

2. *Says What* (Pesan)

Komunikator menyampaikan pesan-pesan kepada sasaran yang dituju. Pesan yaitu sesuatu yang dikirimkan atau yang disampaikan. Pesan yang disampaikan dapat secara langsung maupun tidak langsung dan dapat bersifat verbal maupun non verbal.

3. *In Which Channel* (Media yang digunakan)

Dalam menyampaikan pesan-pesannya, komunikator harus menggunakan media komunikasi yang sesuai keadaan dan pesan

disampaikan. Adapun media adalah sarana yang digunakan untuk menyalurkan pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.

4. *To Whom* (Komunikan)

Komunikasikan merupakan individu atau kelompok tertentu yang merupakan sasaran pengiriman seseorang yang dalam proses komunikasi ini sebagai penerima pesan, Dalam hal ini komunikator harus cukup mengenal komunikan yang dihadapinya sehingga nantinya diharapkan mendapatkan hasil yang maksimal dari pesan yang disampaikan.

5. *With What Effect* (Efek)

Efek adalah respon, tanggapan atau reaksi komunikasi ketika ia atau mereka menerima pesan dari komunikator. Sehingga efek dapat dikatakan sebagai akibat dari proses komunikasi.

Dengan berpolakan formula *Lasswell* itu, komunikasi didefinisikan sebagai “proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui suatu media yang menimbulkan efek”.(Effendy, 1991 : 68)

Promosi

Kata promosi memberikan interpretasi dan bahasa yang bermacam-macam. Pada dasarnya maksud kata promosi adalah untuk memberitahukan, membujuk atau mengingatkan lebih khusus lagi. Promosi merupakan suatu proses menyampaikan informasi kepada target pasar, tentang hal-hal yang menyangkut produk, harga, tempat produk dijual dengan melakukan persuasif agar target mau melakukan pembelian (Yoety, 2002:141).

Promosi meliputi semua alat-alat dalam kombinasi pemasaran

yang peranan utamanya adalah untuk mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk promosi merupakan suatu proses komunikasi dari penyampaian amanat atau berita tentang produk/barang atau jasa dari penjual kepada para pembeli potensial (konsumen atau wisatawan).

Promosi merupakan salah satu bagian dalam bauran pemasaran, yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhannya (Lupiyoadi 2001:108).

Pada dasarnya promosi secara sederhana bertujuan untuk memberitahukan kepada orang banyak atau kelompok tertentu bahwa ada produk yang ditawarkan untuk dijual. Sebagai usaha menarik minat calon pembeli terhadap barang yang ditawarkan, dilakukanlah promosi yang bertujuan memperkenalkan produk, kelebihan yang dimiliki dibandingkan dengan produk lain, serta manfaat dan kegunaannya. dengan langkah ini khalayak umum akan menjadi kenal dengan produk yang kita miliki. selanjutnya diharapkan kepada mereka akan membeli atau menggunakan produk tersebut. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi dalam pariwisata adalah arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan calon wisatawan atau lembaga usaha pariwisata kepada tindakan yang mampu menciptakan pertukaran (jual-beli) dalam pemasaran produk pariwisata.

Seni

Seni pada mulanya adalah proses dari manusia, dan oleh karena itu merupakan sinonim dari ilmu. Dewasa ini, seni bisa dilihat dalam intisari ekspresi dari kreativitas manusia. Seni juga dapat diartikan dengan sesuatu yang diciptakan manusia yang mengandung unsur keindahan.

Seni adalah suatu cara dari diri kita sendiri untuk mengekspresikan sesuatu, yang mungkin tidak dapat kita ungkapkan dengan kata2 dan bisa dengan musik, bisa dengan lukisan, bisa dengan tarian sesuai dengan ciri khasnya.

Bangsa Indonesia sebagai negara yang beraneka ragam budaya (BHINEKA TUNGGAL IKA), yang sekaligus merupakan ciri khas dan aset dari bangsa Indonesia, memang sebagian besar dari generasi muda sudah banyak sekali jenis-jenis kebudayaan di miliki bangsa terlupakan dari ingatan generasi bangsa Indonesia, tidak banyak orang yang peduli dengan keberadaan budaya, apakah akan berkembang atau menciut, dan pemberian apresiasi kepada pecinta seni dan budaya pun tidak banyak, seolah-olah keinginan untuk mengembangkan budaya tidak ada dalam benak sangpenerus bangsa.

Tidak seharusnya juga kita melupakan dikarenakan perkembangan zaman dan pengaruh dari budaya barat yang memang sangat berbeda jauh dengan akar budaya yang tertanam sejak Indonesia Merdeka.

Para pengolah seni bukan tidak mau mewariskan budaya-budaya yang memang turun temurun dari leluhur pewaris budaya, tetapi keinginan dari sang penerus yang memang sudah enggan karena

beranggapan bahwa seni nenek moyangnya yang ada di Indonesia, sudah tidak level lagi dengan pergaulan yang hampir kebablasan akibat pengaruh perubahan zaman.

Jika kita menengok kemasa yang lalu dimana kebudayaan Indonesia yang sangat dibanggakan dan di cintai, serta apresiasi mereka (masyarakat dan penggerak seni), seiring dan berdampingan demi terlaksananya pementasan budaya, sangat membanggakan sekali dan sangat jauh berbeda sekali dengan kebaradaannya sekarang yang semakin terpojok dan tertinggal.

Berbeda-beda tapi satu tujuan “Bhineka Tunggal Ika” dengan beraneka ragam seni dan budaya tapi tetap Bangsa Indonesia, apakah memang kebudayaan turun temurun ini akan hilang diterjang badai zaman yang tidak menentu, dan kapankah kebangkitan kebudayaan Indonesia akan kembali di banggakan oleh seluruh rakyat Indonesia, dan menjadi tameng Indonesia kepada bangsa lain bahwa bangsa Indonesia memang layak untuk diperhitungkan.

Budaya

Budaya atau kebudayaan berasal dari bahasa Sanskrit yaitu buddhayah, yang merupakan bentuk jamak dari buddhi (budi atau akal) diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia. Dalam bahasa Inggris, kebudayaan disebut culture, yang berasal dari kata Latin Colere, yaitu mengolah atau mengerjakan. Bisa diartikan juga sebagai mengolah tanah atau bertani. Kata culture juga kadang diterjemahkan sebagai “kultur” dalam bahasa Indonesia.

Kebudayaan sangat erat hubungannya dengan masyarakat.

Melville Jean Herskovits (1895 – 1963) dan Bronisław Kasper Malinowski (1884-1942) mengemukakan bahwa segala sesuatu yang terdapat dalam masyarakat ditentukan oleh kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri. Istilah untuk pendapat itu adalah Cultural-Determinism. Herskovits memandang kebudayaan sebagai sesuatu yang turun temurun dari satu generasi ke generasi yang lain, yang kemudian disebut sebagai superorganic. Menurut Andreas Eppink, kebudayaan mengandung keseluruhan pengertian, nilai, norma, ilmu pengetahuan serta keseluruhan struktur-struktur sosial, religius, dan lain-lain, tambahan lagi segala pernyataan intelektual dan artistik yang menjadi ciri khas suatu masyarakat.

Menurut Sir Edward Burnett Tylor (1832-1917), kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks, yang di dalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat. Sedangkan menurut Kanjeng Pangeran Haryo Prof. Dr. Selo Soemardjan dan Soelaiman Soemardi, kebudayaan adalah sarana hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat diperoleh pengertian mengenai kebudayaan yaitu sistem pengetahuan yang meliputi sistem ide atau gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia, sehingga dalam kehidupan sehari-hari, kebudayaan itu bersifat abstrak. Sedangkan perwujudan kebudayaan adalah benda-benda yang diciptakan oleh

manusia sebagai makhluk yang berbudaya, berupa perilaku dan benda-benda yang bersifat nyata, misalnya pola-pola perilaku, bahasa, peralatan hidup, organisasi sosial, religi, seni, dan lain-lain, yang kesemuanya ditujukan untuk membantu manusia dalam melangsungkan kehidupan bermasyarakat.

Special Event

Menyelenggarakan acara atau kegiatan khusus (*Special Event*) dalam *Public Relations* merupakan salah satu kiat untuk menarik perhatian media pers dan publik terhadap perusahaan atau produk tertentu yang akan ditampilkan dalam acara tersebut.

Special Event adalah sebuah *event* yang biasanya dilaksanakan untuk mendapatkan perhatian pada media untuk klien, perusahaan atau produk

Event tersebut juga dapat didesain untuk mentransfer pesan spesifik tentang produk anda contohnya, fakta yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memberikan kesempatan yang sama kepada semua pekerja, perusahaan tersebut merupakan tempat yang tepat untuk bekerja, bertanggung jawab terhadap lingkungan sosial, merupakan tetangga yang baik memberikan tempat pada kemajuan wanita, memproduksi produk berkualitas nomor satu atau perusahaan tersebut merupakan pembayar pajak yang patuh. Sebuah *Special Event* dapat juga berupa peluncuran produk atau publisitas produk.

Rachmat Kriyantono (2008:27) menyampaikan bahwa Arti *Special Event* menurut istilah lain sebagai berikut:

1. *Special*, atau spesial berarti sesuatu yang “istimewa”, pengecualian (khas) dan tidak umum.
2. *Event*, Suatu kejadian penting atau peristiwa khusus, baik yang terjadi secara internal, lokal, maupun nasional dan bahkan berkaitan dengan suatu peristiwa (*event*) secara internasional.

Pengertian *Event of Public Relations* adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan produk, program maupun organisasi kepada khalayak dengan *Public Relations* sebagai motornya.

Special Event yaitu peristiwa khusus tersebut secara garis besarnya terdapat tiga jenis kegiatan dalam *Public Relations*, yaitu:

- Acara suatu peresmian
- Acara peringatan tertentu

Acara Komersial (*new product launching*) atau Non Komersial (*Social Community Relations*).

Siak Bermadah

Festival Siak Bermadah merupakan sebuah rangkaian visualisasi tradisi seni budaya Melayu yang telah menjadi darah dan daging bagi orang-orang Siak, dalam keseharian dan tutur laku. Madah yang bermakna sebuah perkataan, ucapan, syair senandung yang indah yang keluar dari bangsa Melayu itu sendiri, Selain itu, sebagai upaya untuk menjaga dan melestarikan seni-budaya melayu warisan generasi masa lalu, sehingga menjadi jati diri atau identitas masyarakat Siak yang berasakan pada kebudayaan Melayu, Sebagai agenda tahunan dan dalam rangka melestarikan Budaya Melayu Riau, pemerintah Kabupaten Siak menyelenggarakan suatu event yang

disebut "SIAK BERMADAH". Event ini sangat menarik, menghibur dan tentunya menambah wawasan kita, karena bukan hanya sekedar menampilkan berbagai pagelaran seni MELAYU saja, tetapi event ini dikemas dalam bentuk perlombaan yang memperebutkan aneka hadiah dan penghargaan yang cukup bergengsi bagi masyarakat Siak Sri Indrapura. Aneka lomba dan kesenian yang ditampilkan pada ajang ini antara lain Tari Tradisional Melayu, Tari Kreasi Melayu, Melawak, Syair, Adat Perkawinan Siak, Nyanyian Lagu Melayu, Nasyid, Berbalas Pantun, Pemilihan Bujang dan Dara. Dalam event ini juga diikuti seniman dari Malaysia.

Festival Siak Bermadah ini merupakan wadah kreasi dan inovasi yang dilakukan para insan-insan yang bergelut dalam seni dan budaya, melalui hasil karya yang inovatif dan kreatif memiliki nilai plus. Dari tahun ke tahun budaya dan seni menunjukkan kemajuan dan peningkatan. Para seniman telah melahirkan ide-ide kreativitas melalui hasil karya yang ditampilkan. Ini menandakan bahwa budaya Melayu itu, sangat relevan dengan kondisi dan perkembangan zaman, juga wadah bagi para pelaku dan penggiat seni budaya se-Kabupaten Siak untuk mengaplikasikan bakat, ilmu dan keterampilan dalam bidang seni-budaya melayu Siak, dan media, untuk menyaring bakat-bakat individu terbaik penggiat seni-budaya untuk diikuti sertakan dalam kompetisi yang dilaksanakan di tingkat provinsi dan juga pengutusan ke tingkat nasional, "Ini jadi alat untuk mengukur sejauh mana perkembangan sosialisasi seni-budaya Melayu Siak keseluruhan

wilayah dan masyarakat Kabupaten Siak yang heterogen, kegiatan seni-budaya untuk mengembangkan tingkat kunjungan wisata melalui potensi seni budaya yang dimiliki.

Festival yang jadi helat tahunan ini, terdiri dari tiga bagian, yakni; lomba tradisi, undangan tradisi, Adalah para tamu undangan yang diundang dari daerah lain, baik dari kabupaten yang terdapat di provinsi Riau, provinsi di luar Provinsi Riau dan dari luar negeri dan jazz festival, yakni sebuah konsep baru untuk menyemarakkan Festival Siak Bermadah, Sementara ragam perlombaan ini terdiri; lomba rebana, senandung menidurkan anak, marhaban dan berzanji, nasyid, tari zapin tradisi; lagu Melayu, joget serampang dua belas, berbalas pantun, lawak Melayu, bujang dan dara, tari kreasi, syair berpasangan, bazar dan pameran, adat istiadat mengarak pengantin dan lomba dai cilik.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang akan digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan Deskriptif, yaitu upaya untuk mencari pemecahan masalah dengan menggambarkan peristiwa-peristiwa berdasarkan fakta atau bukti yang ada (Nawawi, 2003:63). Dalam penelitian kualitatif dilakukan pengumpulan data yang dibutuhkan. Setelah data-data tersebut dikumpulkan maka peneliti menganalisa berdasarkan fakta-fakta yang tampak.

Kriyantono (2006:86), penelitian kualitatif bersifat subjektif dan tidak bermaksud generalisasi, karena itu penelitian kualitatif menjadi lebih bervariasi dan fleksibel. Artinya, penelitian

kualitatif lebih bebas sistematikanya tanpa mengurangi tujuan dari penelitian tersebut. Menurut Jane Richie, ada beberapa keuntungan dalam penggunaan penelitian kualitatif. Keuntungan tersebut dapat dirasakan ketika melihat realitas sosial yang merupakan upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti (Moleong, 2005: 6). Secara umum, jenis penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan memahami suatu permasalahan sebagaimana adanya secara keseluruhan.

Bodgan dan Taylor (dalam Mulyana, 2006:169), menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan *holistic*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Kesenian Budaya Melayu Melalui kegiatan Siak Bermadah

bahwasanya untuk memsosialisasikan dan mempromosikan siak bermadah serta mempromosikan kesenian budaya yang baru dinas pariwisata bekerja sama dengan Kecamatan, dinas pendidikan dan upkd serta

masyarakat secara berkelanjutan, yang mana dapat di lihat diatas gambar dinas pendidikan merupakan sebagai tali penghubung ke sekolah dan sekolah menyampaikan kepada guru dan siswa sehingga adanya pembinaan yang berkelanjutan dari sekolah tentang iven dan kesenian itu sendiri, sehingga hal ini dapat berdampak positif dalam mempermudah sosialisasi tentang iven dan kesenian itu maupun dalam merekrut peserta yang merupakan kewajiban dari setiap kecamatan.

Pesan Yang Di Sampaikan dinas Pariwisata Melalui Kegiatan Siak Bermadah

Adapun Pesan Yang Ingin di sampaikan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Siak dapat kita lihat bahwa sejarah negeri siak begitu kental dengan budaya melayu dan aset-aset daerah peninggalan sejarah yang merupakan bekas peninggalan kerajaan melayu, yaitu kerajaan siak mengingat sejarah negeri yang begitu kental akan nilai adat dan istiadat serta budaya sehingga pemerintah kabupaten siak mencanangkan ini dalam visi pemerintahannya seperti tertuang dalam visi kabupaten siak 2016 "Terwujudnya Masyarakat kabupaten siak yang sehat, cerdas, dan sejahtera dalam lingkungan yang agamis, dan berbudaya melayu serta mewujudkan pelayanan publik terbaik di propinsi riau 2016" selain itu visi jangka panjang pemerintah kabupaten siak, menjadikan pusat kebudayaan melayu di propinsi tahun 2020, dengan adanya kegiatan siak bermadah ini salah satu pendukung nilai pariwisata kabupaten siak, sehingga kedepan kabupaten dapat di kenal di kalangan nasional

maupun internasional melalui pariwisata.

Kabupaten Siak merupakan salah satu kabupaten di propinsi Riau yang memiliki potensi wisata cukup variatif, mulai dari wisata alam, wisata religi, hingga wisata budaya dan sejarah, yang kesemuanya memiliki prospek sangat menjanjikan untuk di promosikan.

Pembangunan kepariwisataan mempunyai peran penting dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berusaha, mendorong pemerataan pembangunan daerah dan memberi kontribusi dalam penerimaan negara dan daerah yang dihasilkan dari jumlah kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara, serta berperan dalam mengentaskan kemiskinan yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pariwisata juga berperan dalam meningkatkan jati diri bangsa yang mendorong kesadaran dan kebanggaan masyarakat terhadap kekayaan alam dan budaya bangsa dengan memperkenalkan kekayaan alam dan budaya yang dimiliki kabupaten siak.

Melaui kegiatan siak bermadah yang sudah dilaksanakan ke 14 kalinya diharapkan generasi-generasi muda dapat mengenal dan mencintai kebudayaan melayu di siak, dan di harapkan juga ivent ini dapat terus berkembang, selain itu kabupaten siak telah dikenal sebagai suatu kawasan yang kaya akan peninggalan khazanah budaya yang tak ternilai harganya, beberapa khaanah budaya yang masih eksis dan menjadi saksi dalam perjalanan sejarah dari masa ke masa adalah bangunan fisik, cagar budaya, kesenian, adat istiadat, bahasa, dan lain-lain.

Festival Siak Bermadah adalah suatu ivent kepariwisataan yang bertujuan untuk mengangkat kembali berbagai khazanah budaya yang dimaksud sehingga generasi muda mampu mengembangkan aktifitas dan kreatifitasnya, dengan demikian diharapkan akan timbul rasa memiliki, kecintaan dan kebanggaan yang akhirnya timbul pula usaha pelestarian terhadap budaya sendiri yang merupakan warisan leluhur secara turun temurun, serta memperkaya aset khazanah budaya guna merangsang minat untuk terus mengkaji dan mengembangkan bakat kesenian di kabupaten siak.

Media Yang Di gunakan dalam Mempromosikan Kesenian Budaya Melayu Melalui Kegiatan Siak Bermadah

Perencanaan strategi promosi tidak lepas dari media, seberapa penting media berpengaruh dalam mempublikasikan ivent ini meliputi sejumlah strategi pesan dan visual, yang secara bertahap mengikuti alur perubahan, yang kemudian harus diukur secara tepat, adapun media yang digunakan dinas pariwisata kabupaten siak meliputi beberapa unsur :

1. Periklanan

Karena Festival Siak Bermadah Ini Hanya Untuk Tingkat Kabupaten Siak saja maka penggunaan media disini tidak terlalu besar karena keterbatasan anggaran, banyaknya anggaran yang teralokasi di kegiatan dan perlengkapan acara tersebut hal ini di akui oleh Kasi Bagian Promosi Dan Media Ibu Verawaty :
“untuk kegiatan siak bermadah penggunaan media tidak terlalu kami fokuskan, karena mengingat keterbatasan anggaran, Dalam hal ini

Dinas Pariwisata Kabupaten Siak melakukan *outdoor promotion* yaitu brosur yang disebar ke masyarakat sebagai usaha untuk menarik minat masyarakat, agar masyarakat awam juga mengetahui adanya kegiatan ini, adapun dimuat pada media TV, RTV, Koran hanya sebagai pemberitaan saja kegiatan ini sedang terlaksana dan selain itu juga kegiatan ini di muat pada website resmi pemerintah kabupaten siak saja”

2. Promosi Iven

Promosi Iven merupakan salah satu bagian promosi yang digunakan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga kabupaten Siak, dimana promosi Iven ini merupakan unsur penting dalam kegiatan promosi produk kegiatan yang ditawarkan. Kegiatan promosi ini mempunyai tujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, membujuk serta mengingatkan partisipan sasaran tentang iven. Seperti utusan, hadiah, dan kemegahan acara. Disamping itu promosi iven ini dapat menarik partisipan baru dan mendorong partisipan atau pengunjung dapat datang tanpa terencana sebelumnya, seperti melalui sosialisasi ke sekolah, mensurati setiap kecamatan ataupun daerah lain yang ingin berpartisipasi. Tetapi promosi ini hanya dapat dilakukan dalam jangka pendek. Seperti yang dikemukakan oleh Verawaty (Kasi Bidang Promosi):

“Promosi Iven yang dijalankan tidak dapat dilakukan secara terus-menerus. Karena selain kegiatan ini dilaksanakan Setahun Sekali, dan sekarang ini pemerintah dan sekolah-sekolah bekerja sama dalam pembinaan melalui guru kesenian mengadakan kegiatan ekstrakurikuler

sebagai tambahan pembelajaran kesenian budaya melayu ini, agar nantinya para siswa telah siap untuk mewakili setiap kecamatannya masing-masing”

Dalam hal ini juga di pertegas oleh kepala dinas Hendrisan, S.Sos, M.Si :

“Penggunaan media untuk kegiatan siak bermadah ini tidak terlalu kami fokuskan disini, selain alasan karena kegiatan ini hanya untuk kabupaten siak saja agar melestarikan kesenian yang ada di masyarakat, dan faktor keterbatasan anggaran juga menjadi prioritas kami, karena banyaknya penggunaan anggaran di lapangan”

3. Membina Hubungan yang Baik dengan Masyarakat

Membina hubungan yang baik dengan masyarakat dan media merupakan hal sangat penting. Walaupun efeknya lambat namun prosesnya bersifat berkelanjutan bagi Dinas. Karena itu hubungan yang baik dengan masyarakat sangat berperan penting dalam strategi promosi Dinas Pariwisata sendiri. Dengan tokoh masyarakat, tokoh adat, dan cendekiawan Seperti yang diungkapkan oleh Verawaty (Kasi Bidang Promosi) bahwa :

“Berhubung Siak Bermadah adalah Kegiatan Perlombaan Kesenian Budaya, peran publisitas sangat penting. Dimana kita libatkan tokoh adat, dan tokoh masyarakat untuk ikut dalam mensukseskan acara ini, awal-awal beroperasinya manajemen sangat bekerja keras untuk publikasi ini. Dimana Dinas harus berupaya bagaimana agar tujuan kegiatan siak bermadah ini tertanam di benak masyarakat dan pengunjung dan membuat kesan pemerintah melalui

dinas pariwisata menjadi sangat baik”

KESIMPULAN

1. Strategi promosi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga kabupaten Siak menggunakan elemen bauran promosi yaitu iklan, promosi ieven melalui struktural dan membina hubungan yang baik dengan masyarakat. Periklanan yang dilakukan masih dalam bentuk brosur sederhana namun tetap menonjolkan keunikan dari Festival Siak Bermadah sendiri. Sedangkan promosinya sendiri masih bersifat pemanfaatan struktru pemerintahan untuk efisiensi biaya. Selanjutnya untuk membina hubungan yang baik dengan masyarakat, dengan melibatkan peran aktif masyarakat dan tokoh adat yang bergerak di bidang seni dan tetap menjaga citra yang positif di mata masyarakat.
2. Pesan yang di sampaikan Melalui kegiatan siak bermadah yang sudah dilaksanakan ke 14 kalinya diharapkan generasi-generasi muda dapat mengenal dan mencintai kebudayaan melayu di siak, dan di harapkan juga iven ini dapat terus berkembang, selain itu kabupaten siak telah dikenal sebagai suatu kawasan yang kaya akan peninggalan khazanah budaya yang tak ternilai harganya, beberapa khazanah budaya yang masih eksis dan menjadi saksi dalam perjalanan sejarah dari masa ke masa adalah bangunan fisik, cagar budaya, kesenian, adat istiadat, bahasa, dan lain-lain, serta mengangkat kembali berbagai khazanah budaya yang

dimaksud sehingga generasi muda mampu mengembangkan aktifitas dan kreatifitasnya, dengan demikian diharapkan akan timbul rasa memiliki, kecintaan dan kebanggaan yang akhirnya timbul pula usaha pelestarian terhadap budaya sendiri yang merupakan warisan leluhur secara turun temurun, serta memperkaya aset khazanah budaya guna merangsang minat untuk terus mengkaji dan mengembangkan bakat kesenian di kabupaten siak.

Media yang Di gunakan tidak terlalu banyak hanya pemanfaatan struktural dari akun media elektronik pemerintah dan outdoor promotion seperti baliho, spanduk, dan brosur.

SARAN

1. Sebaiknya Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga kabupaten Siak Bekerja Sama dengan Elemen Kecamatan-kecamatan lebih meningkatkan strategi promosi dengan memperhatikan apa yang menjadi daya tarik untuk masyarakat terhadap iven Festival Siak Bermadah.
2. Pihak Dinas harus lebih gencar lagi melakukan kegiatan periklanan dan promosi. Promosi yang dilakukan tidak hanya terbatas pada iklan media cetak dan penyebaran brosur. Apalagi brosur tidak menjangkau masyarakat secara luas dan merata. Selain itu brosur tidak bertahan lama karena setelah dibaca oleh masyarakat biasanya akan dibuang.
3. Lebih memanfaatkan media elektronik seperti televisi untuk beriklan dengan mengatur anggaran tersendiri untuk membuat iklan di televisi ataupun radio.

4. Lebih memperhatikan siapa yang menjadi segmentasi pada setiap penyampaian pesan dan informasi agar tepat sasaran sehingga meminimalisir terbuangnya waktu secara percuma untuk menyebarluaskan pesan tersebut dan pengeluaran biaya untuk pesan yang disampaikan.
5. Sebaiknya penerapan sumber daya manusia (SDM) perlu mendapat perhatian terutama di bidang promosi karena kurangnya SDM dapat menghambat kegiatan dari strategi promosi itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Citra. 2013. *Konstruksi Makna Sosialita Bagi Kalangan Sosialita di Kota Bandung*. Bandung. Universitas Komputer Indonesia.
- Ahmadi, Abu. 2002. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta
- Atkinson, Rita. L., Richard C. Atkinson, Edward E. Smith, Daryl J. Bem, 2011. *Pengantar Psikologi*. Tangerang: Interaksara
- Creswell, J. W. 1998. *Qualitative Inquiry And Research Design : Choosing Amon Five Tradition*. London : Sage Publication.
- Juliastuti, Nuraini. 2000. *Mengontrol Perempuan. (Newsletter Kunci Maskulinitas -5832)*. Yogyakarta: KUNCI Cultural Studies Center. (Edisi 8 September 2000).
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2007. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Riantiarno, N. 2011. *KITAB TEATER : Tanya Jawab Seputar Seni Pertunjukan*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian: Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Santosa, Eko, dkk. 2008. *Seni Teater Jilid 1 Untuk SMK*. Jakarta : Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan – Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah Departemen Pendidikan Nasional.
- Smith, Jonathan A. (ed.). 2009. *Psikologi kualitatif: Panduan praktis metode riset. Terjemahan dari Qualitative Psychology A Practical Guide to Research Method*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Spradley, James. 2007. *Metode Etnografi*, Jogjakarta: Tiara Wacana.
- Tubbs, Steward L & Sylvia Moss. 2006. *Human Communication, Konteks-konteks Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- West, Richard dan Lynn H. Turner, 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wirman, Welly. 2012. *Pengalaman Komunikasi Dan Konsep Diri Perempuan Gemuk, Journal of Dialectics IJAD. Vol 2 No 1*. Bandung : Pascasarjana Unpad.
- Zaini, Marhalim. 2015. *SENI TEATER Pembelajaran dan Pelatihan Teater untuk Siswa, Mahasiswa, Umum*. Yogyakarta: Frame Publishing.