

**Sosialisasi Peraturan Walikota Nomor 21 Tahun 2013 tentang Prosedur dan
Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pariwisata Kota Dumai
(Studi Kasus Wisata Karaoke)**

Oleh :

DEBY MEILANI

(meilanideby@yahoo.com)

Pembimbing : Dr. Febri Yuliani, S.Sos, M.Si

Jurusan Ilmu Administrasi – Program Studi Ilmu Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus bina widya jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Karaoke business development in Dumai city has caused unrest in society as development of a beauty salon disguised as a karaoke place, there are no regulations governing the operational hours and tax revenues are not balance by amount of karaoke place in Dumai city. Therefore, the government of Dumai city create a new policy that is expected to overcome these problems. The Mayor's Rule Number 21 at 2013 about The Procedure granting the city's tourism business license in Dumai city is a new policy. This news policy needs to be socialization as a first step of implementation, particularly the karaoke Tourism. The purpose of this research was determine, describe and analyze the policy socialization in karaoke places that performed by Departement of culture, tourism, youth and sport and police force civil service by forming a technical team.

The concept of the theory used is a communication theory that consist of the communicator, the contents of the message, the media used, the communicant, and the effects after socialization. This research uses qualitative research methods to study descriptive data. In collecting the literature study using snowball sampling.

After the research, it was found that socialization by the technical team is still considered optimal. Many of the employers and the public karaoke users and non-users are not aware of any karaoke new policy in dumai city, so there are still many karaoke places tha do not obey with the policy that has prevailed.

Key Word : *Socialization, The Ragulation of Mayor, Karaoke*

PENDAHULUAN

Karaoke merupakan salah satu tempat hiburan yang pesat berkembang karena pengaruh kemajuan teknologi di Kota Dumai yang ditandai dengan munculnya berbagai tempat karaoke secara bersamaan dan jarak lokasi yang berdekatan. Karaoke adalah suatu usaha yang menyediakan tempat, peralatan dan fasilitas untuk menyanyi yang diiringi musik rekaman serta menyediakan restoran/ rumah makan.

Selain karena pengaruh dari kemajuan teknologi, perkembangan karaoke juga disebabkan karena tempat karaoke memiliki daya tarik tersendiri jika dibandingkan dengan tempat hiburan – hiburan yang lainnya. Daya tarik tersebut seperti waktu yang digunakan lebih fleksibel untuk pengunjung baik siang maupun malam, harganya mudah dijangkau oleh semua kalangan yaitu dimulai dari harga Rp. 30.000 untuk ruangan (*room*) small hingga Rp. 50.000 untuk ruangan (*room*) large, fasilitas lebih mendukung jika dibandingkan dengan karaoke di rumah dan sebagai tempat menyalurkan hobi bernyanyi, serta

tempatnyanya lebih memberikan privasi bagi pengguna yang ingin mengekspresikan dirinya dalam bidang tarik suara. Sampai saat ini telah berdiri 28 tempat karaoke di Kota Dumai. Wisata karaoke yang berkembang di Kota Dumai, pada awalnya disambut dan diterima dengan baik oleh masyarakat setempat. Namun pada tahun 2013, wisata karaoke yang berkembang berdampak negatif yang menimbulkan dan menciptakan keresahan ditengah – tengah masyarakat.

Adapun keresahan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Karaoke yang menyamar menjadi salon kecantikan, berdiri dalam satu bangunan
2. Jam Operasional yang belum tertata dengan baik
3. Penerimaan Pajak yang tidak seimbang dengan jumlah karaoke yang beroperasi.

Hal – hal yang menjadi penyebab keresahan masyarakat diatas telah menjadi perhatian Pemerintah Kota Dumai dengan membuat kebijakan baru yaitu Peraturan Walikota Nomor 21 Tahun

2013 tentang Prosedur dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pariwisata Kota Dumai. Perwako ini melimpahkan kewenangan kepada Badan Pelayanan Terpadu dan Penanaman Modal (BPTPM) sesuai dengan Peraturan Walikota Dumai Nomor 39 Tahun 2011 tentang pendelegasian sebagian wewenang pelayanan dan penandatanganan perizinan kepada Kantor/Badan Pelayanan Terpadu Kota Dumai yang sebagai pemberi izin usaha pariwisata terhadap masyarakat yang akan mendirikan usaha pariwisata yang menggunakan lahan negara.

Peraturan Walikota Nomor 21 Tahun 2013 tentang Prosedur dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pariwisata Kota Dumai merupakan sebuah kebijakan yang bersifat baru, oleh sebab itu perlu dilakukan komunikasi kepada masyarakat dalam bentuk sosialisasi. Sosialisasi mempunyai arti penting yaitu agar wisata karaoke dapat kembali menata usaha atau wisata karaokenya kembali sehingga tercipta suasana yang kondusif di Kota Dumai. Dalam hal ini yang berperan mensosialisasikan adalah BPTPM. Adapun yang menjadi sasaran

sosialisasi adalah pengusaha karaoke dan seluruh masyarakat Kota Dumai.

Hal-hal yang perlu disosialisasikan dalam perwako ini untuk usaha pariwisata khususnya wisata karaoke adalah sebagai berikut :

1. Ketentuan Umum
2. Ketentuan Perizinan
3. Kewajiban dan Larangan
4. Jam Operasional
5. Sanksi Administrasi
6. Pembinaan dan Pengawasan
7. Ketentuan Lain
8. Ketentuan Peralihan
9. Ketentuan Penutup

Ketentuan- ketentuan dalam Perwako telah disosialisasikan dalam bentuk surat edaran yang berisikan tentang kewajiban dan larangan, membuat pertemuan bersama para pengusaha, serta melalui media internet yang membahas tentang waktu operasional. Namun, Sosialisasi ini hanya diketahui oleh para pengusaha dan belum diketahui oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, sosialisasi harus dilakukan kembali dengan lebih optimal dan secara menyeluruh mengenai semua ketentuan yang ada dalam perwako. Sehingga dapat terhindar dari distorsi

atau penyimpangan atas kebijakan dan program yang dibuat. Hal ini penting karena semakin tinggi pengetahuan kelompok sasaran atau pengusaha hiburan bahkan masyarakat atas suatu kebijakan dan program, maka akan mengurangi tingkat penolakan dan kekeliruan dalam mengaplikasikan program dan kebijakan dalam ranah sesungguhnya dan masyarakat pun tidak lagi resah atas keberadaan tempat hiburan serta akan tercipta suasana yang kondusif di Kota Dumai. Berdasarkan gejala atau fenomena diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Sosialisasi Peraturan Walikota Nomor 21 Tahun 2013 tentang Prosedur dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pariwisata (Studi Kasus : Wisata Karaoke)”.

A. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan fenomena yang ditemui di lapangan, maka dapat penulis rumuskan masalah pokok yang akan dibahas selanjutnya adalah bagaimana sosialisasi Peraturan Walikota Nomor 21 Tahun 2013 tentang Prosedur dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pariwisata?

B. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisa Sosialisasi Peraturan Walikota Nomor 21 Tahun 2013 tentang Prosedur dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pariwisata.

C. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis adalah sebagai bahan untuk menambah pengetahuan dan menjadi tambahan ilmu tentang administrasi publik khususnya dibidang Kebijakan Publik.
2. Manfaat Praktis adalah sebagai informasi untuk pembaca dan peneliti lain serta menjadi bahan untuk dinas atau lembaga yang menjalankan fungsi sosialisasi terhadap Peraturan Walikota Nomor 21 Tahun 2013 tentang Prosedur dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pariwisata agar menemukan sesuatu yang baru untuk membuat sosialisasi dapat terlaksana dengan optimal.

D. METODE

Metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu menjelaskan permasalahan yang ada dengan memberikan jawaban atas permasalahan yang dikemukakan. Pemecahan masalah yang dilakukan dengan cara menggambarkan suatu keadaan, data, status fenomena berdasarkan fakta-fakta yang ada.

E. HASIL

Peneliti menyajikan data – data yang diperoleh dari Badan Pelayanan Terpadu dan Penanaman Modal (BPTPM), pengusaha karaoke, masyarakat pengguna karaoke dan yang bukan pengguna karaoke Kota Dumai sebagai informan. Dari hasil ini terkumpul sejumlah data yang diperlukan dengan menggunakan teori *Laswell* yaitu sebagai berikut :

1. Komunikator (*Who*)

Optimalisasi yang diakui oleh komunikator jauh berbeda dengan optimalisasi yang sesungguhnya. Jika hanya surat edaran dijadikan bukti untuk sesuatu yang optimal, maka sudah terdapat kesalahan dalam pemikiran komunikator atau

pelaksana sosialisasi. Sosialisasi yang dikatakan optimal itu jika pelaksana sosialisasi sudah menyampaikan pesan secara menyeluruh selain surat edaran yang diakui oleh komunikator tersebut walaupun surat edaran ditegaskan untuk ditempelkan di pintu masuk. Optimal tersebut dapat dicapai melalui penggunaan media-media lain yang tersedia di Kota Dumai selain pertemuan yang hanya dilakukan kepada sasaran tertentu seperti televisi, radio, koran, spanduk, baleho dan lain sebagainya, sehingga masyarakat secara menyeluruh mengetahui, memahami dan mengaplikasikan kebijakan yang harus mereka aplikasikan ditengah - tengah aktivitas.

2. Pesan (*Says what*)

Dari hasil wawancara menjelaskan bahwa isi atau pesan yang disampaikan didalam sosialisasi belum menyeluruh. Hanya beberapa bagian atau ketentuanyang disampaikan yaitu ketentuan mengenai kewajiban, larangan dan jam operasional saja. Pemilik tempat karaokebelum mengetahui peralihan lembaga yang berwenang tentang perizinan usaha karaoke Kota Dumai

dan juga belum mengetahui ketentuan – ketentuan lain yang juga wajib mereka dan ketahui dan aplikasikan sebagaimana mestinya. Hal ini merupakan salah satu bukti bahwa sosialisasi yang dilakukan belum optimal. Seharusnya semua ketentuan – ketentuan yang ada atau yang tertulis di dalam Peraturan Walikota Nomor 21 Tahun 2013 tentang Prosedur dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pariwisata Kota Dumai harus disosialisasikan dan disampaikan dengan baik, benar, jelas dan tepat kepada sasaran sehingga tidak ada ketentuan – ketentuan yang tidak diketahui oleh penerima sosialisasi atau komunikan dan tingkat pelanggaran akan berkurang serta tingkat penolakan atas kebijakan juga berkurang.

3. Media (*In Which Channel*)

Ada dua media yang digunakan selama proses sosialisasi yakni surat edaran dan radio. Jika dibandingkan dengan media – media yang terdapat di Kota Dumai, sosialisasi Perwako belum dapat dikatakan optimal. Hal ini dikarenakan media yang digunakan terlalu sedikit dan media tersebut juga belum menjamin pesan atau informasi yang harus

disampaikan dapat diterima, dan diketahui oleh seluruh masyarakat luas yang ada di Kota Dumai yang luasnya yaitu 1.727,38 Km² dengan penduduk Kota Dumai berjumlah 293. 863 jiwa yang tersebar di beberapa Kecamatan. Sebaiknya lembaga – lembaga maupun tim teknis yang telah dibentuk dan diberi kepercayaan untuk mensosialisasikan Peraturan Walikota Nomor 21 Tahun 2013 tentang Prosedur dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pariwisata dapat lebih banyak menggunakan media seperti televisi, pertemuan yang berkelanjutan dan lain sebagainya agar informasi maupun pesan yang ingin disosialisasikan dapat tersampaikan kepada seluruh masyarakat tanpa terkecuali sehingga kebijakan tersebut dapat juga diaplikasikan di daerah – daerah terpencil yang terletak jauh dari pusat Kota Dumai.

4. Komunikan (*To Whom*)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa tidak semua sasaran yang telah direncanakan mendapatkan dan menerima sosialisasi dari tim teknis. Bahkan, Pemilik karaoke yang telah memiliki izin juga mengaku tidak mendapatkan sosialisasi Peraturan

Walikota Nomor 21 Tahun 2013 tentang Prosedur dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pariwisata Kota Dumai. Selain itu, pemilik karaoke tersebut juga belum mengetahui adanya batasan jam operasional yang mewajibkan tempat karaoke beroperasi sampai pukul 24.00 WIB, sehingga sampai saat ini usaha karaoke tersebut masih beroperasi melewati batas jam operasional yang berlaku yaitu pukul 02.00 WIB pagi setiap harinya.

5. Pengaruh (*With What Effect*)

Dalam penelitian ini, efek dari sosialisasi Peraturan Walikota Nomor 21 Tahun 2013 tentang Prosedur dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pariwisata Kota Dumai terbagi dua bagian yaitu efek dari sasaran yang sudah mendapatkan sosialisasi dan efek dari sasaran yang belum mendapatkan sosialisasi. Untuk tempat karaoke sebagai sasaran yang sudah mendapatkan sosialisasi mendapatkan efek yang muncul setelah sosialisasi peraturan ini adalah kesulitan dalam mengikuti jam operasionalnya. Efek yang datang dari sasaran yang belum mendapatkan sosialisasi tentu belum bisa didapatkan. Karena tidak akan

ada *feedback* atau efek apabila pesan tidak tersampaikan kepada yang dituju.

KESIMPULAN

Dalam sosialisasi yang telah dilakukan oleh tim teknis, komunikator menganggap sosialisasi sudah cukup dilakukan sekali dalam setahun, padahal jika dibandingkan dengan luas dan jumlah penduduk Kota Dumai maka sosialisasi tidak cukup dilakukan sekali dalam setahun. Kemudian pesan yang disampaikan kepada komunikan belum menyeluruh, hanya bagian – bagian tertentu saja yang disosialisasikan. Selain itu, media yang digunakan dalam sosialisasi terlalu sedikit jika dibandingkan dengan luas dan jumlah penduduk Kota Dumai.

Selanjutnya, sasaran yang dituju dalam sosialisasi memang sudah tepat namun belum menyeluruh, hanya beberapa pengusaha karaoke yang mendapatkan sosialisasi Perwako begitu juga dengan masyarakat pengguna karaoke maupun yang bukan pengguna karaoke. Akhirnya, pengaruh yang muncul setelah

sosialisasi dilakukanpun tidak dapat dirasakan oleh sasaran dalam sosialisasi

SARAN

Kebijakan ini harus disosialisasikan secara optimal sehingga seluruh masyarakat mengetahui dan memahami kebijakan tersebut dengan baik. Hal ini bertujuan untuk menginformasikan bahwa Pemerintah Kota Dumai telah membuat peraturan yang mengatur wisata karaoke agar keresahan yang terjadi dapat berkurang. Terkait izin usaha karaoke dan dua usaha yang berdiri dalam satu bangunan yaitu salon dan tempat karaoke sebaiknya diselesaikan dengan baik agar keamanan dan kenyamanan bersama masyarakat serta suasana kondusif Kota Dumai dapat terwujud. Selain itu, target penerimaan pajak wisata karaoke harus ditingkatkan lagi sesuai dengan jumlah wisata karaoke yang berkembang di Kota Dumai.

DAFTAR PUSTAKA

AG, Subarsono. 2010. *Analisis Kebijakan Publik Konsep*

Teori dan Aplikasi.
Yogyakarta Pustaka Pelajar.

Effendy, Onong Uchijana. 2004. Ilmu komunikasi dan Praktek. Bnadung : Remaja Rosdakarya

Harwoko, Dwi. 2004. Prinsip-prinsip Perumusan Kebijakan. Jakarta : Kencana

Irawan, Koko. 2010. Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Labuhn Batu Utara. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Univeristas Sumatera Utara.

Islamy, Irfan M. 1997. Prinsip-prinsip Perumusan Kebijakan Negara. Jakarta : Bumi Aksara

Nawawi, Ismail. 2009. Public Policy : analisis, strategi advokasi teori dan praktek. Surabaya : Putra Media Nusantara

Nugrahani. 2003. Budaya Lokal. Jakarta : Erlangga

Nugroho, Riant. 2012. Public Policy. Jakarta. Stockholm, Kuala

- Lumpur, Chengdu : elex
Media komputindo
- Pasolong, Harbani. 2010. Teori
Administrasi Publik.
Bandung : Alfabeta
- Ruslan, Rosady. 2003. Publik
Relation dan Komunikasi.
Jakarta : Citra Aditya bakti,
PT. Grafindo Persada
- Suharto, Edi. 2005. Analisis
Kebijakan Publik : Panduan
Praktik Mengkaji Masalah
dan Kebijakan Sosial.
Bandung : Alfabeta
- Sujianto. 2008. Implementasi
Kebijakan Publik Konsep,
Teori dan Praktik. Pekanbaru :
Alaf Riau
- Sutaryo. 2005. Sosiologi
Komunikasi. Yogyakarta : Arti
Bumi Intaran
- Suwantoro, Gamal, 2004. Dasar-
dasar Pariwisata. Andi.
Yogyakarta.
- Thoha, Miftah. 2003. Manajemen
Kepariwisata. Jakarta : Raja
Grafindo Perkasa
- Wahab, Salah. 2003. Manajemen
Kepariwisata. Jakarta : PT.
Pradnya Paramita.
- Wahab, Solichin Abdul. 2008.
Pengantar Analisis Kebijakan
Publik. Malang : UMM Press
- Wibowo, Eddi dkk. 2004. Hukum
dan Kebijakan Publik.
Yogyakarta : Yayasan
Pembaharuan Administrasi
Publik Indonesia
- Widjaja, AW. 2000. Ilmu
Komunikasi Pengantar Studi.
Jakarta : Rineka Cipta
- Winarno, Budi. 2012. Kebijakan
Publik. Pringwulung : CAPS
(Center For Academic
Publishing Service), Edisi
Revisi Terbaru
- Yoeti, Oka A 2005. Pemasaran
Pariwisata Terpadu.. Bandung :
Angkasa
- Yoeti, Okaota A. Edisi Revisi 1996.
Pengantar Ilmu Pariwisata.
Bandung : Angkasa
- Dokumen :**
- Undang- undang Nomor 10 Tahun
2009 tentang Kepariwisata

Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2004 tentang Perizinan di Bidang Kepariwisata

page-1/ diakses tanggal 1 Januari 2014 jam 09.00 WIB

Peraturan Walikota Nomor 21 Tahun 2013 tentang Prosedur dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pariwisata

<http://tourismeconomic.wordpress.com/2012/10/29/wisata-pariwisata-wisatawan-kepariwisataan-unsur-unsur-pariwisata/> diakses tanggal 1 Januari 2014 jam 09:15 WIB.

Peraturan Walikota Dumai Nomor 39 Tahun 2011 tentang Pendelegasian Sebagian Wewenang Pelayan dan Penandatanganan Perizinan Kepada Kantor / Badan Pelayanan Terpadu Kota Dumai

Peraturan Walikota Dumai Nomor 48 Tahun 2011 tentang Tugas, Fungsi dan Uraian Tugas Badan Pelayanan Terpadu dan Penanaman Modal Kota Dumai

Keputusan Walikota Dumai Nomor 184/BPTPM/2014 tentang Pembentukan Tim Kerja Teknis Pelayanan Terpadu Perizinan dan Non Perizinan pada Badan Pelayanan Terpadu dan Penanaman Modal Kota Dumai Tahun 2014

Website :

<http://tabeatamang.wordpress.com/2012/08/24/definisi-pariwisata-menurut-beberapa-ahli/comment->