

## **PERAN DUTA WISATA DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA KABUPATEN SOLOK**

**By : Randa**  
**Conselor : Dra. Hj. Syofia Achnes, m. si**  
**Email : [randagodok69@gmail.com](mailto:randagodok69@gmail.com)**  
**Contact Person: 085363060564**  
**Tourism Department**  
**Faculty of Social and Political Science**  
**Riau University**

**Campus in Jl. Bina Widya, Jl. Soebrantas 12.5 Km Simpang Baru  
Pekanbaru 28293 Phone/fax. 0761-63277**

### **ABSTRACT**

The purpose of this research is to understand the role in promoting tourism ambassador Solok Regency tourism.

This Research carried out in the Tourism and Culture Solok Regency. To achieve the goal is meant, in writing bachelor theses qualitative analysis methods are used descriptive. Where I give the impression tourism ambassador role and tourism objects clearly and systematic. This analysis based on the data obtained from both libraries and observation, namely or directly in field by doing interviews directly to informers that are considered to be able to give a clear associated with the problems that are examined.

The Ambassador tourism was symbolic of the district level solok to tourism. That is the ambassador tourism in title as transmitted through air (male sex organ) and the European Union (women). Ambassador role tour which will be done through three promotion mix that is as follows: our through our sales is the role tour ambassador met face-to-face with the community/visitors when they were events event of the exhibition, the promotion through public relations at the ambassador role tourism information reported to attract tourists to come to Solok district, and the promotion through the information from mouth to mouth that ambassador role tour to convince people with pengalaman which are related to the tourists interested in visiting tourism Solok Regency. During the time that has been done is a promotion that people are those least represented by the Ambassador subjoin Tourism based on events that are made by Tourism Solok district such as the exhibition, in events *tour de singkarak* culture week, west Sumatra, Indonesian Independence Day Solok district, a pageant transmitted through air European Union west sumatra, and so on. This is a routine activity performed by the ambassador tourism solok district every year. The role that has been carried out the ambassador tourism during this more or less has progress at the solok district to tourism, with various promotion and event on.

*Key words: The role , The Ambassador visit, Promotion, Tourism*

## A. PENDAHULUAN

Pariwisata ini merupakan suatu kebutuhan sekunder yang akan dipenuhi oleh manusia ketika kebutuhan primer telah tercapai. Pariwisata sendiri pada dasarnya adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan juga ekonomi. Perkembangan pariwisata ini dilihat sebagai suatu cara yang tepat dan efisien dalam penggerak ekonomi rakyat karena sektor ini dianggap paling siap dari segi fasilitas, sarana prasarana dibandingkan sektor lainnya. Dengan harapan pariwisata ini dapat dikembangkan dalam suatu strategi pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan pariwisata berbasis kerakyatan atau *community-based tourism development*.

Kabupaten Solok merupakan salah satu wilayah di propinsi Sumatera Barat yang mempunyai pariwisata yang melimpah, disini memiliki objek wisata yang bermacam-macam: baik itu yang namanya wisata alam, wisata budaya maupun wisata buatanya.

Wisata alam adalah suatu tempat yang alami dengan memiliki keindahan serta daya tarik untuk menarik wisatawan berkunjung ke tempat tersebut. Dari kekayaan wisata alamnya sendiri (*ecotourism*), potensi wisata yang sangat banyak menjadikan daerah ini untuk mengembangkan hasil alam yang ada. Jika mendapat dukungan dalam pengembangan dan pembangunan maka potensi alam ini dapat dijadikan sebagai *income* kepariwisataan daerah.

Wisata budaya adalah perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas

pandangan hidup seseorang dengan cara mengadakan kunjungan ke tempat lain, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adatistiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka.

Menurut para ahli budaya memiliki banyak arti. Budaya berasal dari bahasa sansekerta yakni buddhayah yang memiliki arti segala sesuatu yang berhubungan dengan akal dan budi manusia. Secara umum, budaya berarti cara hidup yang dimiliki oleh sekelompok orang yang diwariskan kepada generasi berikutnya. Perbedaan antara suku, agama, politik, bahasa, pakaian, karya seni, dan bangunan akan membentuk suatu budaya. Selo Soemardjan dan Soelaiman Soemardi mengungkapkan bahwa kebudayaan merupakan hasil karya cipta dan rasa masyarakat. Kebudayaan memang memiliki hubungan yang sangat erat dengan perkembangan di masyarakat.

Dengan begitu kayanya Kabupaten Solok dengan wisata yang ada, maka dinas pariwisata Kabupaten Solok berupaya untuk mempromosikannya. Salah satu upaya yang dilakukan oleh dinas pariwisata mengadakan pemilihan udu-uni/memilih duta wisatayang bertujuan untuk dapat mempromosikan potensi kekayaan wisata yang ada di daerahnya.

Untuk mempromosikan daerah wisata diperlukan usaha nyata yang bisa menyampaikan informasi pariwisata bisa mudah disampaikan. Dengan adanya figur yang mampu bekerjasama dengan dinas terkait untuk membantu mempromosi wisata suatu daerah. Sosok yang dirasa cukup mempuni dalam mempromosikan pariwisata daerah adalah duta wisata.

Akan dirasa memprihatinkan jika ada suatu potensi wisata yang mampu menjadi maju dan berkembang malah kurang mendapatkan perhatian dari publik maupun dari dinas terkait. Dengan adanya ajang pemilihan duta wisata nantinya diharapkan ada sosok yang mampu menjadi seorang promotor untuk mempromosikan potensi wisata yang ada di daerah tersebut.

Ajang pemilihan duta wisata yang ada di Kabupaten Solok adalah pemilihan duta wisata di Kabupaten Solok yang mana diharapkan memiliki peran yang signifikan dalam memperkenalkan Pariwisata Kabupaten Solok, namun kenyataan yang penulis temukan dilapangan bahwa duta wisata belum mampu mempromosikan pariwisata di Kabupaten Solok secara maksimal. Dan mayoritas duta wisata adalah dari golongan pelajar dan mahasiswa, yang menyulitkan perkembangan ide dan kontribusi mereka karena kesibukan pribadi. Ajang pemilihan duta wisata Kabupaten Solok hanya mencari popularitas dan seremonial saja. Dengan permasalahan tersebut maka penulis hendak menjelaskan tentang “PERAN DUTA WISATA DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA KABUPATEN SOLOK”.

## **B. KAJIAN PUSTAKA**

Teori Peran menurut Role Theory adalah teori yang merupakan perpaduan berbagai teori, orientasi, maupun disiplin ilmu. Selain dari psikologi, teori peran berawal dari dan masih tetap digunakan dalam sosiologi dan antropologi. Teori peran adalah perspektif dalam sosiologi dan psikologi sosial yang menganggap sebagian besar kegiatan

sehari-hari menjadi pemeran dalam kategori sosial (misalnya ibu, manajer, guru). Setiap peran sosial adalah seperangkat hak, kewajiban, harapan, norma dan perilaku seseorang untuk menghadapi dan memenuhi. Model ini didasarkan pada pengamatan bahwa orang berperilaku dengan cara yang dapat diprediksi, dan bahwa perilaku individu adalah konteks tertentu, berdasarkan posisi sosial dan faktor lainnya. Teater adalah metafora sering digunakan untuk menggambarkan teori peran. (Sarwono, SW. 2011; 1). Dalam hal ini, suatu organisasi harus memastikan bahwa peran-peran tersebut telah didefinisikan dengan jelas.

Duta Wisata didefinisikan sebagai remaja berusia 16 sampai dengan 26 tahun yang bisa diikuti oleh Warga Negara Indonesia. Mereka diharapkan menjadi citra teladan generasi muda yang dinamis, kreatif dan cerdas. Sekaligus berperan sebagai ujung tombak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan potensi pariwisata yang ada. Kata kunci dari definisi ini sudah jelas, bahwa yang menjadi titik bidik adalah remaja putra ataupun putri yang memiliki kompetensi diri yang tahan saing. Bahwa duta wisata merupakan perpanjangan tangan pemerintah dalam upaya memperkenalkan potensi pariwisata dengan tujuan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan baik lokal maupun asing, pemilihannya dilakukan rutin setiap tahunnya. (sumber: <http://dompu.info/duta-wisata-media-promosi-salah-kaprah-dan-salah-arah>, 28 maret 2012).

Pariwisata menjadi salah satu sumber devisa bagi Negara-negara besar dan Negara berkembang,

termasuk di Indonesia sebagai sumber pemasukan langsung ke Negara maupun langsung kepada masyarakat disekitar obyek wisata tersebut. Menurut Pendit (1990), pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya. Selanjutnya sebagai sektor yang kompleks juga meliputi industri-industri klasik yang sebenarnya seperti industri kerajinan dan cinderamata, penginapan dan transportasi, secara ekonomis juga dipandang sebagai industri.

Hakekat pariwisata dapat dirumuskan sebagai “seluruh kegiatan wisatawan dalam perjalanan dan persinggahan sementara dengan motivasi yang beraneka ragam sehingga menimbulkan permintaan barang dan jasa. Seluruh kegiatan pemerintah di daerah dengan tujuan wisatawan untuk menyediakan dan menata kebutuhan wisatawan, dimana proses keseluruhan menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan ekonomi, sosial budaya, politik dan hankamnas untuk dimanfaatkan bagi kepentingan pembangunan bangsa dan negara”.

Promosi menurut Alma (2004:179) adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Ada lima bagian dari promosi (Alma, 2004,180) meliputi :

- a. *Advertising*, yaitu suatu bentuk *presentasi nonpersonal* dan promosi ide, barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran.
- b. *Sales promotion*, yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau pembelian produk dan jasa.
- c. *Public relations*, yaitu berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan atau produk individual yang dihasilkan.
- d. *Personal selling*, yaitu melakukan komunikasi pemasaran secara langsung untuk mendapatkan respon dari pelanggan dan calon tertentu, yang dapat dilakukan dengan menggunakan surat, telepon dan alat penghubung nonpersonal lainnya.
- e. *Direct marketing*, yaitu suatu cara dalam komunikasi pemasaran dengan menggunakan surat, telepon, *faximile*, *e-mail* dan alat penghubung nonpersonal lain untuk berkomunikasi agar mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan.

### C. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif melalui pendekatan deskriptif hal ini sesuai dengan pendapat Sukardi (2010: 113) menjelaskan “Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya”.

Arikunto (1990: 310) menegaskan bahwa “penelitian

deskriptif tidak bermaksud menguji hipotesis tertentu, akan tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu objek variabel gejala atau keadaan.

Menurut Moleong (2009: 6) menjelaskan "Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Jadi penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian yang bermaksud untuk mengetahui tentang peranan duta wisata dalam mempromosikan pariwisata Kabupaten Solok.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan pendekatan observasi, wawancara dan dokumentasi terhadap Uda Uni Kabupaten Solok, Kepala Dinas Pariwisata, Staf di Dinas Pariwisata.

Teknik Analisa Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data deskriptif kualitatif. Analisa tersebut berisi gambaran, penjelasan, serta penguraian yang mendalam dan sistematis mengenai objek yang diteliti. Data yang diperoleh akan diolah dan dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk mengevaluasi peran duta wisata dalam mempromosikan pariwisata Kabupaten Solok dilihat dari kriteria duta wisata, peran duta wisata dan segi kegiatan promosi yang dilakukan oleh duta wisata tersebut. Data yang dikumpulkan kemudian

dikembangkan sehingga menjadi bahan masukan untuk penelitian ini.

#### **D. GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN**

Kabupaten Solok merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Sumatera Barat. Secara geografis letak Kabupaten Solok berada antara 00°32'14" Lintang Utara dan 01°46'45" Lintang Selatan dan 100°25'00" Bujur Barat dan 100°41'41" Bujur Timur. Kabupaten Solok pada tahun 2003 mengalami pemekaran yang telah melahirkan Kabupaten baru yaitu Kabupaten Solok Selatan. Dengan terjadinya pemekaran ini berarti luar wilayah Kabupaten Solok mengalami pengurangan secara signifikan dari semula 708.402 Ha (7.084,02 Km<sup>2</sup>) menjadi 373.800 Ha (3.738,00 Km<sup>2</sup>).

Kabupaten Solok memiliki 14 kecamatan yaitu Kecamatan Pantai Cermin, Kecamatan Lembah Gumati, Kecamatan Hiliran Gumanti, Payung Sekaki, Kecamatan Tigo Lurah, Kecamatan Lembang Jaya, Kecamatan Danau Kembar, Kecamatan Gunung Talang, Kecamatan Bukit Sundi, Kecamatan IX Koto Sungai, Kecamatan Kubung, Kecamatan X Koto Diatas, Kecamatan X Koto Singkarak dan Kecamatan Junjung Sirih.

Kabupaten Solok sendiri sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dan potensial. Sejak dahulu Kabupaten Solok terkenal dengan *tagline*-nya "SOLOK NAN INDAH", yang seolah telah menjadi nama untuk menunjukkan identitas daerah. Keindahan Kabupaten Solok menjadikan salah satu daerah tujuan utama wisata di daerah Sumatera Barat. Kabupaten Solok memiliki

banyak objek wisata alam, dengan kekuatan utama adalah 5 buah danau (Danau Diatas, Danau Dibawah, Danau Ujuang Ladang, Danau Talang dan Danau Singkarak), dan Kabupaten Solok memiliki 126 obyek dan daya tarik wisata yang tersebar di 14 kecamatan. Obyek dan daya tarik wisata ini terdiri dari wisata alam 68 obyek, wisata budaya 28 obyek dan wisata sejarah 27 obyek.

Dengan berbagai potensi yang dimiliki tersebut perlu adanya suatu perencanaan pembangunan kepariwisataan yang komprehensif dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada, sehingga kebijakan pembangunan nantinya dapat lebih terarah dan berkesinambungan setiap tahunnya.

Maka pemerintah Kabupaten Solok khususnya dinas pariwisata dan kebudayaan menyelenggarakan *event* pemilihan duta wisata yang disebut dengan *uda uni* Kabupaten Solok, yang berupaya membantu untuk mempromosikan dan memasarkan objek wisata yang ada di Kabupaten Solok.

Hingga saat ini, Kabupaten Solok memang masih mengandalkan semua keindahan itu secara alami. Sementara itu, investasi yang ditanam pada sektor ini belum cukup memadai. Upaya-upaya telah dan masih terus dilakukan dalam rangka mempromosikan potensi pariwisata ini, namun memang dirasakan belum optimal dan memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat dan daerah. Potensi tujuan wisata tersebut belum begitu mampu bersaing dengan daerah-daerah tujuan wisata regional maupun nasional lainnya. Faktor penyebabnya diantaranya adalah daya tarik tersebut belum dikemas secara profesional,

rendahnya mutu pelayanan yang diberikan, belum memadainya kualitas infrastruktur pendukung pariwisata, belum bersinerginya *stakeholders* yang terlibat didalamnya, dan belum dibangunnya citra (*image*) yang membuat wisatawan tertarik untuk mengunjunginya.

Kesadaran akan besarnya potensi kepariwisataan tersebut oleh Pemerintah Kabupaten Solok dituangkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2011-2015 yaitu pada Agenda VII; ***Pengembangan Kepariwisata dan Pelestarian Kekayaan Budaya Daerah***. Potensi besar pariwisata Kabupaten Solok tersebut sangat memerlukan pengembangan dan pengelolaan yang terarah serta investasi modal yang besar. Semua itu memerlukan perencanaan yang matang, terintegrasi dan komprehensif sehingga pelaksanaannya dapat efektif, meningkatkan nilai ekonomi dan juga berkelanjutan. Sehingga perencanaan dimaksud sudah harus dilakukan untuk mengenali wilayah yang akan dijadikan lokasi pengembangan kepariwisataan yang tetap ditujukan untuk meningkatkan peran serta dan kesejahteraan masyarakat seluas luasnya.

Dengan berbagai potensi yang dimiliki tersebut perlu adanya suatu perencanaan pembangunan kepariwisataan yang komprehensif dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada, sehingga kebijakan pembangunan nantinya dapat lebih terarah dan berkesinambungan setiap tahunnya.

Maka pemerintah Kabupaten Solok khususnya dinas pariwisata dan kebudayaan menyelenggarakan *event*

pemilihan duta wisata yang disebut dengan Uda Uni Kabupaten Solok, yang berupaya membantu untuk mempromosikan dan memasarkan objek wisata yang ada di Kabupaten Solok.

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kaya akan potensi wisata yang menawan serta didukung oleh warisan budaya dan adat istiadat yang masih terjaga dari dahulu, sehingga membuat Sumatera Barat layak dikenal oleh dunia luar. Oleh karena itu, berbagai cara dan event dilaksanakan untuk mengemukakan promosi wisata dan budaya Minangkabau. Salah satu cara yang dilakukan adalah mendidik masyarakat Minangkabau untuk mengenal, memahami, dan mempromosikan wisata dan budaya yang ada di Sumatera Barat tersebut, khususnya oleh para generasi muda.

Berawal dari Pemilihan Duta Wisata Sumatera Barat pada tahun 1971 yang diprakarsai oleh Istri Gubernur Sumatera Barat, Harun Zain, Ny. H. Ratna Sari Harun Zain. Dimana pemilihan ini bertujuan untuk memunculkan potensi “urang mudo” atau anak muda dari beberapa kabupaten dan kotamadya yang ada sebagai duta Sumatera Barat dalam bidang pariwisata, maka saat itu pemerintah daerah mulai melakukan seleksi yang sangat ketat berdasar kriteria yang menjadi acuan untuk terpilihnya seorang duta wisata.

Pemilihan Duta Wisata Sumatera Barat yang pada awalnya bernama Pemilihan Bujang Kacinduan dan Gadih Rantih, kemudian pada tahun 1983 diganti menjadi Pemilihan Uda dan Uni Duta Wisata Sumatera Barat, atau sekarang lebih dikenal dengan sebutan Uda Uni Sumatera

Barat. Perubahan ini berlangsung sampai sekarang.

Kabupaten Solok sebagai Kabupaten yang memiliki potensi wisata dan budaya yang sangat menawan juga telah mengambil bagian dalam Pemilihan Duta Wisata di tingkat Sumatera Barat. Peserta yang telah mendapat izin dari Kabupaten Solok dapat bergabung untuk mengikuti seleksi pemilihan Duta Wisata tingkat Sumatera Barat.

Pada tahun 2006, Kabupaten Solok telah melakukan seleksi untuk memilih Uda dan Uni Duta Wisata Kabupaten Solok. Hal ini dilakukan untuk menumbuh kembangkan dan membina pemuda yang tersebar di seluruh Kecamatan yang ada di Kabupaten Solok untuk saling bahu membahu untuk membangun pariwisata dan budaya di Kabupaten Solok. Pemilihan tersebut terhenti pada Tahun 2007 dan 2008, kemudian pada Tahun 2009 Kabupaten Solok melalui Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olah Raga Kabupaten Solok mengangkat lagi agenda pemilihan Uda dan Uni Duta Wisata Kabupaten Solok. Pemilihan tersebut ditiadakan pada tahun 2010 karena menimbang suasana duka yang masih menyelimuti Sumatera Barat karena gempa pada 30 September 2009. Pada Tahun 2011 dan 2012 Kabupaten Solok kembali melakukan seleksi Uda dan Uni Wisata Kabupaten Solok sampai saat ini.

Duta wisata sendiri merupakan putra/putri terbaik daerah yang dijadikan contoh oleh muda/mudi yang mempunyai intelegtualitas yang baik maupun penampilan yang menarik ke masyarakat dengan kerapian, kebersiahan serta senyum dalam komunikasi yang memberikan kesan

baik kepada masyarakat, serta kepribadian yang baik dan memiliki kemampuan menguasai kebudayaan yang ada di daerah tersebut.

Duta wisata yang diharapkan dapat mewakili daerahnya dalam upaya mempromosikan potensi dan aset wisata daerahnya, juga diharapkan bagi yang terpilih menjadi duta wisata adalah sosok duta wisata yang kreatif, inovatif, percaya diri, berpengalaman dan berjiwa tinggi. Hal itu ditunjang oleh penampilan yang simpatik, yang kemudian diarahkan untuk dapat menggapai visi terwujudnya duta wisata sebagai generasi yang berkualitas, santun, berdedikasi untuk melestarikan budayanya. Selain itu juga dapat berperan aktif dalam mempromosikan kepariwisataan.

Penyelenggaraan pemilihan duta wisata merupakan bagian integral dari pembangunan dunia pariwisata serta pelestarian nilai-nilai seni dan budaya nasional. Kriteria penilaian duta wisata senantiasa ditingkatkan kualitasnya dengan menitikberatkan kepada keterpaduan seluruh komponen penilaian secara menyeluruh. Hal itu menyangkut perpaduan terbaik dari aspek-aspek yang mencakup pengetahuan umum pemerintah pusat dan daerah; pengetahuan sejarah dan kebudayaan daerah; pariwisata dan *public speaking*; etika busana dan penguasaan bahasa; psikologi dan pengembangan diri.

Perlu diketahui, ajang pemilihan duta wisata merupakan atraksi wisata yang bertujuan melestarikan budaya daerah. Sekaligus sarana pengembangan potensi bakat, kreativitas, kecerdasan para generasi muda untuk menjadi figur yang dapat berperan dalam mempromosikan kekayaan seni, budaya dan pariwisata.

Serta menghilangkan citra sebagai pelengkap kegiatan atau pajangan saja. Melalui ajang ini para finalis duta wisata diharapkan dapat memiliki disiplin, dedikasi, dan tanggung jawab yang tinggi untuk membantu pemerintah daerahnya dalam memamerkan serta mempromosikan keanekaragaman kebudayaan daerah kepada wisatawan. Sebagai duta wisata, selain harus mampu mempromosikan dunia wisata daerahnya dan sekaligus membantu pemerintah daerah mengajak warga untuk menjaga budaya bersih, indah, dan tertib yang akhirnya menghasilkan masyarakat yang bersih, bermoral, serta bermental baik. Di samping itu, pemilihan duta wisata diharapkan juga mampu menjadi inspirator dan motivator bagi generasi muda dalam menjalankan peran dan fungsinya di masyarakat. Dan dengan memastikan pemenangnya adalah orang yang mempunyai *knowledge, skill, dan attitude* yang baik yang diaplikasikan ke dalam kehidupan sehari-hari.

Duta wisata ke depan semakin berkembang dan berfungsi sebagai duta pariwisata dan duta budaya. Sehingga bisa dilihat hasilnya bukan hanya dilihat dari segi umum saja, karena kita tidak bisa menilai segala sesuatu hanya dari satu sudut pandang saja. Secara konkret, seorang presiden pun tidak semudah membalikkan telapak tangan dalam menjalankan dan mengatur sebuah negara. Apalagi hanya seorang duta wisata yang tidak mudah mendapatkan segala fasilitas untuk melakukan promosi budaya dan promosi wisata. Namun, perlu diakui bahwa ajang pemilihan duta wisata dapat membawa perubahan dalam pribadi dan tingkah laku para generasi muda, karena setelah mengikuti ajang

pemilihan duta wisata, rasa cinta budaya menjadi semakin mengental di dalam diri.

Duta wisata yang diharapkan dapat mewakili daerahnya dalam upaya mempromosikan potensi dan aset wisata daerahnya, juga diharapkan bagi yang terpilih menjadi duta wisata adalah sosok duta wisata yang kreatif, inovatif, percaya diri, berpengalaman dan berjiwa tinggi. Hal itu ditunjang oleh penampilan yang simpatik, yang kemudian diarahkan untuk dapat menggapai visi terwujudnya duta wisata sebagai generasi yang berkualitas, santun, berdedikasi untuk melestarikan budayanya. Selain itu juga dapat berperan aktif dalam mempromosikan kepariwisataan.

Penyelenggaraan pemilihan duta wisata merupakan bagian integral dari pembangunan dunia pariwisata serta pelestarian nilai-nilai seni dan budaya nasional. Kriteria penilaian duta wisata senantiasa ditingkatkan kualitasnya dengan menitikberatkan kepada keterpaduan seluruh komponen penilaian secara menyeluruh. Hal itu menyangkut perpaduan terbaik dari aspek-aspek yang mencakup pengetahuan umum pemerintah pusat dan daerah; pengetahuan sejarah dan kebudayaan daerah; pariwisata dan *public speaking*; etika busana dan penguasaan bahasa; psikologi dan pengembangan diri.

Perlu diketahui, ajang pemilihan duta wisata merupakan atraksi wisata yang bertujuan melestarikan budaya daerah. Sekaligus sarana pengembangan potensi bakat, kreativitas, kecerdasan para generasi muda untuk menjadi figur yang dapat berperan dalam mempromosikan kekayaan seni, budaya dan pariwisata. Serta menghilangkan citra sebagai

pelengkap kegiatan atau pajangan saja. Melalui ajang ini para finalis duta wisata diharapkan dapat memiliki disiplin, dedikasi, dan tanggung jawab yang tinggi untuk membantu pemerintah daerahnya dalam memamerkan serta mempromosikan keanekaragaman kebudayaan daerah kepada wisatawan. Sebagai duta wisata, selain harus mampu mempromosikan dunia wisata daerahnya dan sekaligus membantu pemerintah daerah mengajak warga untuk menjaga budaya bersih, indah, dan tertib yang akhirnya menghasilkan masyarakat yang bersih, bermoral, serta bermental baik. Di samping itu, pemilihan duta wisata diharapkan juga mampu menjadi inspirator dan motivator bagi generasi muda dalam menjalankan peran dan fungsinya di masyarakat. Dan dengan memastikan pemenangnya adalah orang yang mempunyai *knowledge, skill, dan attitude* yang baik yang diaplikasi ke dalam kehidupan sehari-hari.

Duta wisata ke depan semakin berkembang dan berfungsi sebagai duta pariwisata dan duta budaya. Sehingga bisa dilihat hasilnya bukan hanya dilihat dari segi umum saja, karena kita tidak bisa menilai segala sesuatu hanya dari satu sudut pandang saja. Secara konkret, seorang presiden pun tidak semudah membalikkan telapak tangan dalam menjalankan dan mengatur sebuah negara. Apalagi hanya seorang duta wisata yang tidak mudah mendapatkan segala fasilitas untuk melakukan promosi budaya dan promosi wisata. Namun, perlu diakui bahwa ajang pemilihan duta wisata dapat membawa perubahan dalam pribadi dan tingkah laku para generasi muda, karena setelah mengikuti ajang pemilihan duta wisata, rasa cinta

budaya menjadi semakin mengental di dalam diri. Uda Uni Kabupaten Solok yang terpilih maupun yang menjadi finalis merupakan ikon Kabupaten Solok, Uda Uni juga mengemban tugas untuk berperan dalam berbagai kegiatan yang diadakan dinas terkait maupun dengan pemerintah Kabupaten. Segala tugas yang dilakukan berdasar permintaan dinas terkait dapat dikatakan sebagai suatu hubungan kerja.

Uda Uni sangat berperan dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Solok, Hal ini diperkuat dari kegiatan yang diikuti oleh Uda Uni seperti mewakili Kabupaten Solok dalam ajang pemilihan Uda Uni Sumatera Barat, menyambut Tamu bupati, menjadi guide pada saat pameran tahunan yang dilakukan oleh Kabupaten Solok, dimana Uda Uni menjelaskan Mengenai tentang pariwisata saat ada tamu yang berkunjung ke stan dinas pariwisata Kabupaten Solok.

Kegiatan yang dilakukan oleh Uda Uni menunggu kordinasi dari dinas pariwisata karena Uda Uni adalah sebuah event yang digelar oleh dinas pariwisata yang berfungsi sebagai mempromosikan pariwisata Kabupaten Solok dan Uda Uni sebagai *icon* contoh teladan untuk generasi muda sekarang ini yang kurang peduli lagi terhadap dengan budaya dan lingkungan yang ada.

Berdasarkan data penelitian yang penulis peroleh dari berbagai sumber dapat dilihat uda uni berperan dalam mempromosikan pariwisata berupa: *Sales promotion* (penjualan langsung), *Public relaation* (hubungan masyarakat), *Word of mouth* (Informasi dari mulut ke mulut).

## **E. PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa penulis dapat menarik kesimpulan terhadap peranan duta pariwisata dalam mempromosikan pariwisata kabupaten solok. Duta pariwisata merupakan simbolis dari kabupaten solok terhadap kepariwisataan. yang mana duta pariwisata di gelar sebagai uda (laki-laki) dan uni (perempuan). Selama ini yang telah dilakukan adalah berupa promosi yang diikuti sertakan oleh Duta Pariwisata berdasarkan agenda kegiatan yang dibuat oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Solok yaitu berupa kegiatan even *tour de singkarak*, pekan budaya Sumatra barat, hut Kabupaten Solok, ajang pemilihan uda uni sumbar, dan sebagainya. Peran yang telah dilakukan duta pariwisata selama ini sedikit banyak telah memberikan kemajuan terhadap pariwisata di kabupaten solok, dengan berbagai promosi dan kegiatan even tahunan.

### **2. Saran**

Adapun saran yang penulis berikan terhadap pengembangan peran duta pariwisata yaitu dengan lebih memberikan peranan penting terhadap pariwisata, dan juga memberikan perhatian lebih berupa fasilitas terhadap duta pariwisata untuk melakukan kegiatan promosi, terlepas dari program yang di tetapkan oleh dinas pariwisata. Selama ini duta pariwisata hanyalah berupa simbolis belaka dikarenakan tugas pokok dalam mempromosikan pariwisata sudah menjadi tanggung jawab dinas pariwisata dan duta pariwisata hanya

dilibatkan sebagai simbolis kepariwisataan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Clement, Harry G. 1961. *The Future of Tourism in Pacific and Far-East*,
- Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kabupaten Solok. 2014 . , *data duta wisata kabupaten Solok*.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. *Principles of Marketing*. Edisi ke-9. Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran (analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian)*. Jakarta : PT Erlangga.
- Sugiyono, 2007, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Suharsimi Arikunto, 2003, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta