

STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAHAN DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT PADA PEMBANGUNAN DESA WISATA TUKTUK SIADONG KABUPATEN SAMOSIR

Besti Rohana Simbolon)* and Fenni Khairifa)**

Dosen Ilmu Komunikasi FISIPOL Universitas Darma Agung

email : rohanasimbolon@gmail.com

ABSTRACT

The development of tourism in the Lake Toba area was more of a material for seminars and studies of urban communities. Almost of the people in Lake Toba area did not know what their village tourism event was. Therefore, this study sought to find out how the government communication of Samosir Regency to the community, especially in the Tuktuk Siadong Village. This research used descriptive qualitative approach. The subject was Secretary of Samosir Service, Head of Tuktuk Siadong Village and community and Chair of Pokdarwis in Tuktuk Siadong village. The sampling technique was based on purposive sampling for elements of the village community. Collecting data is done by observation, interviews and documents. The results's that the Government is less consistent in inviting people to be involved in events carried out according to the annual tourism event calendar. The Chairperson of Pokdarwis said that they did not participate in tourism activities in 2017 and 2018. The community was not the same in receiving information from the government. But the government has used almost all media, namely social media Facebook, newspapers such as SIB Daily, Kompas, Medan Tribune, Medan Bisnis and a flight magazine. Television such as Metro TV, Net TV, Evarina TV and Kompas TV are more widely used for national events. But everything is more informative. The obstacles to lack of participation are the lack of credibility of government communicators, the lack of a communication target. The government's focus is still more on people outside Samosir. It is affected by the lack of communication by the community leaders.

PENDAHULUAN

Strategi pembangunan destinasi pariwisata sebagai pilar strategis pembangunan nasional juga menyinggung pembangunan pedesaan. Berdasarkan sumber Kementerian PPN/ Bappenas juga menyebutkan bahwa sektor Pariwisata secara konsisten menjadi penyumbang devisa terbesar. Dengan demikian pembangunan desa wisata di Kabupaten Samosir sebagai satu dari 7 kabupaten Kawasan Danau Toba yang menjadi kawasan destinasi Pariwisata Nasional menjadi perhatian dari pemerintah. Namun sejauh ini pembangunan pariwisata di Kawasan Danau Toba lebih banyak menjadi bahan seminar dan kajian masyarakat kota. Masyarakat daerah Kawasan Danau Toba mengakui tidak mengetahui apa yang menjadi pokok bahasan kampung mereka.

Karmel Hebron Simatupang dalam tesisnya yang berjudul *Toba Caldera Geopark Discourse* di Departemen of political Science Tunghai University Taiwan, tahun 2016 mengatakan agar pemerintah benar-benar mempersiapkan Danau Toba sebagai Global Geopark. Ia mengomentari tentang kehadiran Badan Otorita Danau Toba yang minim bercermin ke standarisasi geopark. Ia juga menjelaskan sangat kurang keterlibatan

masyarakat Sumatera Utara atau masyarakat lokal karena hanya perbincangan dari Jakarta. (medan.tribunnews.com).

Merujuk Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2015 yang menunjukkan jumlah penduduk miskin di Kabupaten Samosir sebanyak 17.640 orang atau sebesar 14,11 persen terhadap jumlah total penduduk meningkat dibandingkan tahun 2014 dimana jumlah penduduk miskin sebanyak 16.270 orang atau sebesar 13,20 persen. Terdapat peningkatan jumlah penduduk miskin sebanyak 1.370 orang (Berita Resmi Statistik Kabupaten Samosir No. 01/01/17/Th. X). Maka Pembangunan pedesaan di Samosir belum banyak menyentuh masyarakat di Samosir.

Padahal sejak awal 2011, pemerintah sudah menggulirkan wacana *Geopark Caldera Toba* (GKT) yang melibatkan tujuh kabupaten di Kawasan Danau Toba termasuk Samosir. Para penggagas GKT berupaya untuk menyelamatkan Kawasan Danau Toba yang akan menjadi warisan dunia yang wajib dilindungi oleh semua warga dunia. Namun, sosialisasi melalui pemberitaan di media dan seminar-seminar masih bersifat elit dan tidak mampu menjangkau kelompok masyarakat

yang berada di Kawasan Danau Toba termasuk Samosir.

Dari diskusi-diskusi yang dilakukan Kelompok Studi dan Pengembangan Prakarsa Masyarakat (KSPPM) dengan masyarakat di beberapa desa di Kabupaten Samosir dan Tobasa, terlihat bahwa informasi tentang rencana pengusulan Danau Toba sebagai Geopark dunia hanya diketahui segelintir saja. Bahkan pada 19 September 2015 lalu, Geopark Kaldera Toba belum berhasil diterima sebagai anggota GGN UNESCO yang disebabkan syarat-syarat yang tidak terpenuhi, kondisi lingkungan, dan infrastruktur yang tidak mendukung. Selain itu minimnya sosialisasi dan keterbukaan pemerintah daerah, dan juga para penggagas menyangkut proyek, tujuan, dan manfaat dari proyek ini bagi masyarakat sekitar. (pelitabatak.com).

Itu sebabnya Pembangunan Desa Wisata sebagai desa destinasi pariwisata harus dikelola dengan baik. Dibutuhkan partisipasi masyarakat secara optimal. Masyarakat Kawasan Danau Toba dalam hal ini Kabupaten Samosir menjadi mitra pemerintah dalam mengembangkan pembangunan pedesaan. Masyarakat tidak hanya sebagai objek pembangunan tetapi subjek pembangunan. Namun selama ini pembangunan hanya melibatkan segelintir masyarakat yaitu aparat pemerintah sehingga masyarakat tidak peduli dan tidak merasa bahwa pembangunan itu adalah bagian dari kegiatan di lingkungannya.

KAJIAN LITERATURE

Strategi Komunikasi Pemerintahan

Pengertian komunikasi pemerintahan dalam hal ini adalah penyampaian ide, program dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara (Hasan, 2005). Berdasarkan hal ini, pemerintah berusaha menjadi komunikator yang dapat mempengaruhi masyarakat sehingga ide dan program pemerintah dapat diterima dan dilaksanakan oleh masyarakat.

Pemerintah dalam menyampaikan program dan kebijaksanaannya menggunakan komunikasi yang merupakan kombinasi dari semua elemen komunikasi. Berdasarkan elemen tersebut, Cangara (2013:108), mengatakan bahwa strategi perencanaan komunikasi dapat dijalankan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menetapkan Komunikator sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi. Harus kaya ide, serta penuh daya kreativitas.

2. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, yaitu masyarakat sebagai sasaran program komunikasi. Masyarakat menentukan berhasil tidaknya suatu program.
3. Menyusun pesan yang disesuaikan dengan program yang mau disampaikan. Pesan bersifat informatif, persuasif & mendidik.
4. Memilih Media dan saluran komunikasi. UNESCO memberi petunjuk bahwa dalam melakukan pemilihan media komunikasi, perlu memperhatikan hal-hal berikut : sumber daya komunikasi yang tersedia; pemilikan media di kalangan masyarakat sasaran dan terjangkau tidaknya pesan yang akan disampaikan.

Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa

Mardikanto, dkk (2015:4-6) menjelaskan bahwa pembangunan adalah upaya yang dilakukan secara sadar dan terencana, dilaksanakan terus-menerus oleh pemerintah bersama-sama segenap warga masyarakatnya atau dilaksanakan oleh masyarakat dengan dipimpin oleh pemerintah, menggunakan teknologi yang terpilih untuk memenuhi kebutuhan dan memecahkan masalah yang sedang dan akan dihadapi demi tercapainya mutu hidup atau kesejahteraan seluruh warga masyarakat. Dalam pembangunan terkandung beberapa pokok pikiran, yaitu :

- (1) Pembangunan merupakan suatu proses, yang tidak pernah kenal henti. Terus menerus mewujudkan perubahan-perubahan baik dalam situasi lingkungan maupun kehidupan masyarakatnya untuk mencapai perbaikan mutu masyarakat lebih baik.
- (2) Proses pembangunan itu bukan bersifat alami melainkan proses yang dilaksanakan dengan sadar dan terencana. Ada perencanaan, analisis masalah dan kebutuhan, tujuan yang dicapai dan alternatif tujuan sesuai Analisis SWOT.
- (3) Proses perubahan yang ingin dicapai adalah perubahan yang menyeluruh, mencakup segala aspek kehidupan masyarakat untuk menghasilkan masyarakat yang memiliki kepekaan tentang keadaan atau masalah yang akan terjadi. Peka untuk mencari alternatif baik swakarsa, swadaya, dan swadana.
- (4) Pembangunan merupakan dari, oleh dan untuk masyarakat dan bukan untuk golongan atau kelompok tertentu. Pembangunan melibatkan partisipasi masyarakat sejak pengambilan keputusan,

perencanaan pembangunan, pelaksanaan dan pengawasan serta pemanfaatan hasilnya oleh masyarakat.

- (5) Pembangunan adalah membangun manusia seutuhnya dan pembangunan masyarakat yang bersangkutan. Pembangunan harus benar-benar memperbaiki mutu hidup setiap individu masyarakat dan bukan mengorbankan manusia dan masyarakatnya.

Bank Dunia dalam Karianga (2011:213) memberi pengertian tentang partisipasi masyarakat sebagai keterlibatan masyarakat yang terkena dampak tentang hal-hal yang harus dikerjakan dan cara mengerjakannya. Keterlibatan tersebut berupa kontribusi dari masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan yang telah diputuskan. Masyarakat bersama memanfaatkan hasil program sehingga masyarakat mendapat keuntungan dari program tersebut.

Keterlibatan masyarakat adalah cara untuk memberdayakan masyarakat sehingga masyarakat dapat menjadi pelaku dalam pembangunan dan terlatih untuk memberikan perannya baik sebagai perencana, pelaksana atau pengawas pembangunan. Partisipasi dalam masyarakat adalah partisipasi aktif karena masyarakat merupakan inti dari pembangunan.

Tabel 1. Tipologi Partisipasi

No.	Tipologi	Karakteristik
1.	Partisipasi Pasif/ Manipulatif	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat mendapat informasi apa yang sedang/ akan dilakukan. • Pengumuman sepihak oleh pelaksana proyek tanpa memperhatikan tanggapan masyarakat • Informasi dipertukarkan terbatas di kalangan profesional (di luar kelompok sasaran)
2.	Partisipasi Informatif	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian • Masyarakat tidak diberi kesempatan untuk terlibat dan mempengaruhi proses penelitian • Akurat hasil penelitian tidak dibahas bersama masyarakat.

3.	Partisipasi Konsultatif	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat berpartisipasi dengancara berkonsultasi • Orangluarmendengarkan, menganalisis masalah dan juga pemecahannya. • Tidak ada peluang untuk pembuatan keputusan bersama. • Para professional tidak berkewajiban untuk mengajukan pandangan. • Masyarakat (sebagai masukan) untuk ditindaklanjuti.
4.	Partisipasi Insentif	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat memberikan korbanan/jasanya untuk memperoleh imbalan berupa insentif/upah. • Masyarakat tidak dilibatkan dalam proses pembelajaran atau eksperimen-eksprimen yang dilakukan • Masyarakat tidak memiliki andil untuk melanjutkan kegiatan-kegiatan setelah insentif dihentikan.
5.	Partisipasi Fungsional	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat membentuk kelompok untuk mencapai tujuan proyek • Pembentukan kelompok (biasanya) setelah ada keputusan-keputusan utama yang disepakati. • Pada tahap awal, masyarakat tergantung kepada pihak luar, tetapi secara bertahap menunjukkan kemandiriannya.
6.	Partisipasi Interaktif	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat berperan dalama analisis untuk perencanaan kegiatan dan pembentukan atau penguatan kelembagaan.

		<ul style="list-style-type: none"> • Cenderung melibatkan metoda interdisipliner yang mencari keragaman perspektif dalam proses belajar yang terstruktur dan sistematis • Masyarakat memiliki peran untuk mengontrol atas (pelaksanaan) keputusan-keputusan mereka, sehingga memiliki andil dalam keseluruhan proses kegiatan.
7.	Self Mobilization (Mandiri)	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat mengambil inisiatif sendiri secara bebas (tidak dipengaruhi oleh pihak luar) untuk mengubah system atau nilai-nilai yang mereka miliki. • Masyarakat mengembangkan kontak dengan lembaga-lembaga lain untuk mendapatkan bantuan-bantuan teknis dan sumber daya yang diperlukan. • Masyarakat memegang kendali atas pemanfaatan sumber daya yang ada dan atau digunakan.

Sumber : Mardikanto, 2015 : 88-90

Pembangunan Desa Berbasis Pemberdayaan

Dalam meningkatkan partisipasi masyarakat, pembangunan berbasis pemberdayaan diarahkan pada pengembangan sumber daya manusia (di pedesaan) penciptaan peluang berusaha yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Pendekatan utama dalam konsep pemberdayaan adalah bahwa masyarakat tidak dijadikan objek dari berbagai proyek pembangunan tetapi merupakan subjek dari upaya pembangunannya sendiri. Oleh karena itu pemberdayaan masyarakat harus mengikuti pendekatan sebagai berikut :

1. Upaya itu harus terarah. Upaya ini ditujukan langsung kepada yang memerlukan, dengan program yang dirancang untuk mengatasi

2. masalahnya dan sesuai kebutuhannya. Program ini harus langsung mengikutsertakan atau bahkan dilaksanakan oleh masyarakat yang menjadi sasaran. Mengikutsertakan masyarakat yang akan dibantu mempunyai tujuan agar bantuan tersebut efektif karena sesuai dengan kehendak dan mengenali kemampuan serta kebutuhan mereka.
3. Menggunakan pendekatan kelompok, karena secara sendiri-sendiri masyarakat miskin sulit dapat memecahkan masalah-masalah yang dihadapinya. Dalam lingkup bantuan, dapat menjadi terlalu luas jika penanganannya dilakukan secara individu. Pendekatan kelompok paling efektif dan efisien, jika dilihat dari penggunaan sumber daya. (Theresia dkk, 2014:94-103)

Pemerintah dari tingkat pusat hingga daerah, termasuk desa, memiliki peran penting menjadikan masyarakat sebagai subjek pembangunan, bukan hanya objek. Itu hanya bisa dilakukan dengan pemberdayaan. Masyarakat perlu didorong secara sengaja agar berdaya untuk berpartisipasi dalam pembangunan pedesaan. Jadi bukan dengan melakukan mobilisasi, yang hanya membuat masyarakat sebagai objek

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan Jenis Deskriptif kualitatif yaitu suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia (Utama, 2012:119). Bogdan dan Taylor (Moleong, 2010) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Tuktuk Siadong termasuk ke dalam Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir dengan batas-batas wilayah terdiri dari:

1. Sebelah Timur berbatasan dengan Danau Toba
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Danau Toba
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Garoga
4. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Sialagan

Waktu penelitian diadakan pada bulan Maret s/d Juli 2018.

Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Sekretaris Dinas Samosir dan masyarakat di kelurahan Tuktuk Siadong yaitu perangkat desa, unsur masyarakat desa (pegiat pariwisata) dan Pokdarwis di desa Tuktuk Siadong. Teknik pengambilan sampel berdasarkan purposive sampling untuk unsur masyarakat desa dari pegiat pariwisata. Sedangkan instrumen penelitian adalah peneliti sendiri.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah tanpa angket. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi. Selain itu melakukan juga wawancara terstruktur dan terbuka (pertanyaan tidak terstruktur) (Ardial, 2014 : 257). Analisis data dilakukan dengan mengurutkan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Lalu menjelaskan pola uraian dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian. Analisis data dilakukan sejak pengumpulan data sampai sesudah meninggalkan lapangan (Utama, 2012:143-144).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Pemerintah di Dinas Pariwisata Samosir

Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir memiliki visi menjadikan Samosir menjadi tujuan pariwisata dengan daya tarik berbasis ekowisata yang berdaya saing. Sedangkan misi yang terkandung dalam visinya adalah :

1. Untuk menata dan mengembangkan daya tarik wisata yang berdaya saing dengan membangun sarana dan prasarana dan fasilitas terstandar di obyek-obyek wisata unggulan yang mendukung pelestarian alam dan lingkungan.
2. Menggali, melestarikan dan mengembangkan kesenian dan kebudayaan Batak”, dengan membangun sarana dan fasilitas untuk memelihara, melestarikan dan memperkenalkan kesenian, kebudayaan dan benda-benda pustaka serta penyelenggaraan *event-event* kesenian dan kebudayaan.
3. Menggali dan merekam jejak pariwisata *supervulcano* Gunung Toba dengan pengusulan penetapan *Geopark* Toba-UNESCO dengan *etalase* di Kabupaten Samosir.
4. Menjalni kerjasama dengan *stakeholders*, investor dalam pengembangan kepariwisataan dengan membangun

jejaring dan kerjasama investasi dengan berbagai pihak untuk mempercepat pembangunan kepariwisataan.

5. Melakukan promosi pariwisata yang seluas-luasnya, dengan partisipasi diberbagai *event* pariwisata, seni dan budaya dalam dan luar negeri dengan sarana promosi melalui media cetak, elektronik dan media luar ruang. (Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Samosir 2018)

Berdasarkan visi misi tersebut, pemerintah kabupaten Samosir melakukan beberapa strategi komunikasi pemerintah di Dinas Pariwisata Samosir untuk meningkatkan pembangunan pariwisata di Samosir. Promosi pariwisata yang seluas-luasnya dengan partisipasi *event* pariwisata, seni dan budaya dalam dan luar negeri dengan sarana promosi melalui media cetak, elektronik dan media luar ruang.

Menurut Daulat Nainggolan, Sekretaris Dinas Pariwisata Samosir, ketika dijumpai di kantornya tanggal 13 Maret 2018 pada waktu survei awal dan tanggal 30 Mei 2018 pukul 09.00 pada saat pengambilan data di lapangan, mengatakan bahwa, “*Adapun strategi komunikasi pemerintah yang pernah dilakukan oleh dinas Pariwisata adalah strategi yang memiliki konsep dan tujuan sehingga dapat dimengerti dan juga dapat memotivasi. Strategi yang masih terus dikembangkan adalah Komunikasi untuk menjangkau seluruh aspek dengan menggunakan komponen komunikasi yang ada sebagai pendukung. Adapun data Kunjungan Wisatawan tahun 2016, yang meningkat 8 % dan di tahun 2017 meningkat sekitar 45, 79%. Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir, melalui Kepala Dinas yang bertugas untuk myampaikan pesan pembangunan berdasarkan masukan dari masyarakat dan survei di lapangan mengefektifkan pesan pembangunan pariwisata di Kabupaten Samosir dengan membuat Strategi Komunikasi Pemerintah dengan cara :*

1. *Menggunakan Media Elektronik, media massa, internet, media sosial dan media luar ruang. Mengaktifkan Facebook dalam menginformasikan kegiatan Dinas Pariwisata secara rutin.*
2. *Melakukan Vokasi untuk anak SD dan SMP: a. bagaimana cara menerima tamu dan b. membuat Diskusi Non Formal.*
3. *Melakukan mobilisasi Kelompok Sadar*

Wisata di Kabupaten Samosir dan berpengaruh positif dalam pembangunan kepariwisataan di kab. Samosir. Kelompok Sadar wisata (pokdarwis) yang berjumlah 18 kelompok merupakan perpanjangan tangan Dinas Pariwisata dalam menyuarkan dan menerapkan Sapta Pesona di lokasi objek wisata dan lingkungan sekitar. Dalam pelaksanaan kegiatan untuk menginformasikannya kepada masyarakat.

4. Dinas memiliki mata anggaran dan persentase anggaran yang digunakan selama ini kira-kira 1 persen dari total pagu anggaran dalam satu tahun. Informasi yang disampaikan biasanya melalui media Televisi (Metro TV, Net TV, Evarina TV dan Kompas TV, Radio (di Samosir dan luar Samosir), Cetak (Harian SIB, Harian Kompas, Medan Bisnis, dan Majalah Penerbangan (Sriwijaya Air, Lion Air, Citilink dan majalah destinasi).
5. Schedule penyampaian informasi dilakukan berdasarkan konten informasi serta target yang akan dibidik. Bila informasi itu untuk kegiatan event pariwisata maka dilakukan setiap bulan sebelum kegiatan dilaksanakan. Untuk informasi tentang perkembangan kepariwisataan di Kabupaten Samosir dilaksanakan triwulan. Schedule teratur dilakukan. Dinas mengundang masyarakat minimal 2 x dalam sebulan.
6. Mengembangkan Desa yang peduli pada pembangunan wisata yaitu yang sudah memiliki kelompok sadar wisata dan desa yang potensial dikembangkan atau yang sudah memiliki objek wisata.
7. Memberikan penghargaan kepada masyarakat berupa piagam penghargaan dalam pelaksanaan kegiatan pengembangan kepariwisataan. Hal ini sesuai Target dan tujuan yang hendak dicapai Dinas Pariwisata Samosir untuk meningkatkan partisipasi masyarakat Samosir yaitu memasyarakatkan pariwisata untuk menambah dan menumbuhkan ekonomi masyarakat lokal.
8. Melakukan pameran secara berkala seperti mengikuti pameran di ajang NSTM (North Sumatera Travel Mart).
9. Melakukan pembagian brosur atau leaflet dengan menyebarkan atau mendistribusikannya ke setiap Hotel/penginapan, Restoran/Rumah Makan di Kabupaten Samosir maupun luar kabupaten Samosir, Transportasi Darat

dan Air serta TIC (Tourism Information Center).

10. Melibatkan tokoh masyarakat dan kelompok sadar wisata sebagai pelaku utama dalam pengembangan dan pembangunan di Kabupaten Samosir. Mereka dilibatkan untuk memberikan masukan terhadap perencanaan dan pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Samosir.
11. Menetapkan klaster objek wisata di Kabupaten Samosir yang didasarkan pada ruang fisik, jumlah dan jenis daya tarik, jumlah dan jenis fasilitas wisata, jumlah dan jenis fasilitas umum, aksesibilitas, kesiapan masyarakat dan jumlah wisatawan yang berkunjung. Setelah ditetapkan berdasarkan kajian tersebut kemudian disampaikan pemerintah desa sebagai pemberitahuan selanjutnya diinformasikan kepada masyarakat di sekitar objek wisata.
12. Pelatihan yang dilakukan kepada kelompok sadar wisata selama 2016-2017, biasanya untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan yakni kursus bahasa Inggris dan pelatihan sablon, tour gaet dll. Workshop yang dilakukan Dinas untuk meningkatkan partisipasi masyarakat adalah melakukan 4 x kegiatan untuk setahun.
13. Rapat koordinasi dalam pengembangan jaringan kerjasama dan kemitraan pengembangan kepariwisataan dengan mengundang pelaku/pegiat usaha jasa pariwisata. Selain itu rapat untuk proses pembentukan dan pembangunan desa wisata dilakukan rapat koordinasi dengan mengundang elemen masyarakat, kepala desa yang desanya potensial dikembangkan sebagai desa wisata. Ide yang diterima dari masyarakat untuk pembentukan desa wisata, namun masih sebatas diskusi dan belum ada yang sampai pada kebijakan.

Sedangkan hambatan yang dialami Dinas Pariwisata Samosir dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada pembangunan desa wisata Tuktuk Siadong adalah :

1. Masyarakat masih berpikir tentang pertanian yang selama ini digeluti, sehingga ketika diarahkan untuk berpikir pariwisata masih lambat dan dalam proses belajar. Selain itu terdapat masyarakat penerima informasi yang belum terbuka untuk menerima informasi yang disampaikan. Ada juga daerah yang cocok

- untuk Objek wisata namun karena merupakan tanah ulayat, sulit terealisasi
2. Buletin atau majalah pariwisata tidak ada, tetapi sejauh ini Dinas kerjasama dengan buletin atau majalah di Maskapai Penerbangan sebagai media promosi.
 3. Sampai saat ini belum ada forum musyawarah yang tetap yang digunakan untuk menjangkau aspirasi, ide, gagasan masyarakat saat Dinas melakukan Strategi Komunikasi Pemerintah.
 4. Terkait musrenbang tahun 2016-2017, sejauh ini dilakukan untuk mempercepat pembangunan dengan menentukan skala prioritas yang hendak diwujudkan tahun selanjutnya. Biasanya terkait sarana dan prasarana tetapi masih kurang melibatkan masyarakat umum.

Strategi Komunikasi Pemerintah di Kelurahan Tuktuk Siadong Kabupaten Samosir

Menurut Lurah Elly Sitanggang yang ditemui tanggal 12 Maret 2018 pada waktu survey awal dan tanggal 28 Mei 2018 pukul 10.00 pada saat pengambilan data di lapangan mengatakan bahwa "kami sering melakukan kegiatan dengan masyarakat hanya untuk mengingatkan mereka agar tidak malas melakukan bersih-bersih. Itu kan untuk mendukung Sapta Pesona. Kalau ibu melihat daerah Tuktuk Siadong, sudah kelihatankan bagaimana bersihnya daerah ini. Saya tidak lupa untuk mengingatkan mereka. Tiap hari Jumat itu harus kita lakukan."

Ibu Elly menjelaskan bahwa Ia bertugas di kelurahan Tuktuk Siadong sejak 15 Februari 2015 dan bagaimana kegiatan mereka terkait komunikasi pemerintahan yang biasa mereka lakukan untuk melibatkan masyarakat dalam pembangunan desa wisata Tuktuk Siadong. Berikut hasil wawancara dengan Lurah Elly :

1. Kami melakukan rapat kelurahan dengan masyarakat ketika musrenbang di bulan Februari setiap tahunnya dan ketika membahas hal-hal penting atau event yang akan dilakukan di kelurahan. Rapat biasanya tentang, penanganan ternak babi masyarakat agar tidak liar, tidak ada lagi buang air besar sembarangan. Oleh karena itu rumah warga diwajibkan punya jamban. Selain itu pembangunan sarana dan prasarana yang penting di Tuktuk Siadong.
2. Rapat juga dilakukan setiap bulan terkait kegiatan PKK yang juga lebih banyak membina ibu-ibu agar tetap menjaga

- kebersihan di sekitar lingkungan rumahnya.
3. Setiap hasil rapat belum tentu dapat direalisasi karena anggaran diperoleh dari kecamatan sehingga jadi hambatan dalam pembangunan karena harus kordinasi ke Kecamatan.
 4. Hasil Musrenbang tgl 5 Februari 2018 biasanya direalisasikan tahun 2019 adalah :
 - Pembangunan kantor Lurah, karena kami masih numpang, tetapi sudah beberapa tahun ini belum teralisasi sehingga tahun ini kami ajukan kembali sebagai hasil rapat.
 - Perbaikan Staker LumbangHolbung (sebagai pelabuhan kecil)
 - Membuat gorong-gorong di depan Pos Polisi
 - Perbaikan Jalan Gereja : Dekat gereja Katolik dan HKBP
 - Perbaikan Jalan Inpres di sekitar lingkungan SD Impres
 - Pengaspalan Jalan SMK sampai SD Impres tahun 2018
 5. Menurut saya, kegiatan kelompok sadar wisata sudah berjalan, namun bukan dari kami pembinaanya.
 6. Kegiatan terkait Pariwisata dari dukungan stake holders swasta (mandiri) yang ada kaitannya dengan pembangunan adalah oleh Perusahaan Sinar Mas yang memberibantuan bahan baku pembangunan, Universitas Darma Agung yang memberikan bibit ikan, Ladon dan SIS School seperti penanaman pohon dan penyebaran bibit ikan.
 7. Kerjasama dengan pihak hotel dan restoran atau pengusaha pengrajin dan pegiat wisata, hanya bagaimana menjaga kebersihan. Untuk pembangunan terkait isu pariwisata, dilakukan mereka secara mandiri dibawah organisasi PHRI (Perhimpunan Hotel Restoran Indonesia dengan ketuanya Ibu Annet)
 8. Memberikan informasi terkait pembangunan melalui media cetak dan internet juga belum dilakukan karena persis di depan kami sudah ada gedung Pusat informasi Wisata (TIC) yang merupakan proyek Menteri Pariwisata. TIC sudah 1,5 tahun buka tiap hari.
 9. Event yang pernah disampaikan di kelurahan terkait pariwisata paling kegiatan GNKT (Geopark National Kaldera Toba) tahun 2016.

10. Partisipasi masyarakat lainnya seperti bantuan dari perantau diberikan melalui PDS (kelompok sadar wisata di Tuktuk Siadong), untuk perbaikan jalan seperti batu, pasir dan semen.

Strategi Komunikasi Pemerintah Menurut Masyarakat Tuktuk Siadong dalam hal Karakteristik Komunikator

1. Vander Simarmata (59) : *"Perhatian pemerintah dalam mengajak masyarakat menurut saya sudah lebih baik. Ada kemajuan sedikit-sedikit. Pemerintah mengundang untuk rapat pembangunan pariwisata dari kabupaten dan bukan kelurahan."*

2. Mrs. Marlen Hammerli Samosir pemilik Hotel Zoe's Paradise : *"Pemerintah sampai saat ini belum pernah membuat acara di tempat saya atau menginap. Dalam hal informasi tentang pembangunan pariwisata dan kegiatan wisata seperti brosur yang ibu tunjukkan belum pernah saya lihat selama ini. Pernah saya mengutus pegawai saya untuk mengikuti undangan rapat, tetapi sudah dua jam belum dimulai jadi saya suruh pulang. Saya merasa kurang diperhatikan."*

3. Debora Siringo-ringo, Resepsionis di Samosir Villas : *"Pemerintah sudah aktif mengajak masyarakat untuk terlibat dalam pembangunan wisata di lingkungan ini. Media yang sering dibaca tentang informasi Pariwisata di Samosir adalah Fb dan Instagram. Baru tahun ini mendapat brosur kegiatan dari Dinas Pariwisata."*

4. Hotmian Sialagan (41) pemilik Horas Family Home : *"Bupati dan Kepala Dinas ataupun staf kurang memberikan teladan ketika mengadakan undangan rapat atau sejenisnya. Mereka sering telat. Undangan pukul 09.00 tetapi dimulai pukul 11.00. Selain itu cara kerja pemerintah kupikir asal-asalan"*

5. Roni Simbolon, Pengusaha Pengrajin Kayu di Tuktuk : *"Strategi yang dilakukan pemerintah untuk pariwisata lewat event-event seperti mengundang Herman de Lago dan carnavel sigale-gale, sudah banyak melibatkan masyarakat."*

6. Setiaman Harefa, Manager Hotel Silintong : *"Menurut saya pemerintah sudah berperan aktif dalam memajukan pariwisata, karena sudah membuat sosialisasi dengan mengundang masyarakat dialog bersama. Sudah mengambil ide-ide dari masyarakat dan memberi arahan*

bagaimana cara mengelola usaha agar tumbuh maju dan tidak merugikan orang lain"

7. Kiki Andrea : *"Sejauh ini dapat dikatakan Dinas pariwisata sudah berperan aktif untuk mengembangkan SDM di Samosir"*

8. Luker Sidabutar Pemilik RM. Sekapur Sirih : *"pemerintah yang belum aktif, walupun sekarang sudah lebih meningkat dibandingkan sebelumnya.. Selain itu peran pemerintah dalam membuat regulasi untuk mendirikan hotel di tuktuk juga belum jelas. Hal lain, belum ada dana dari pemerintah untuk pegiat wisata atau piagam penghargaan untuk tokoh masyarakat. Peraturan pemerintah harus dapat ditegakkan. Pemerintah mesti terbuka kepada masyarakat jangan hanya kata-kata."*

Strategi Komunikasi Pemerintah Menurut Masyarakat Tuktuk Siadong dalam hal Karakteristik Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak.

1. Mrs. Marlen : *Penginapan saya sering diinformasikan dari mulut ke mulut dan media sosial seperti facebook dan Instagram. Menurut saya organisasi atau PHRI tidak membantu apa-apa. Jika ada rapat, sering diberitahukan tiba-tiba sehingga tidak dapat dihadiri. Saya baru tahu dari anda bahwa ada event yang akan dilakukan oleh musisi internasional di Open Stage Tuktuk, yaitu Herman de Lago. Inilah mengapa saya merasa tidak diperhatikan.*

2. Debora Siringo-ringo : *"Menurut saya informasi Pariwisata di Samosir melalui Fb dan Instagram sebatas informasi sudah memadai. Tentang brosur memang baru tahun ini mendapat brosur kegiatan dari Dinas Pariwisata"*

3. Hotmian Sialagan (41) : *"Kalau ada even, kadang kami tidak tahu. Bisa tiba-tiba, seperti dua bulan lalu, ada lewat sigale-gale. Kami sibuk mau britahukan tamu, karena tahunya tiba-tiba, sigale-galena dah lewat. Seharusnya sebelum lewat sudah diberitahu dulu. Tuktuk inikan kecil. Jadi kita sempat britahukan ke wisatawan kita yang sedang di tempat. Tentang kedatangan ibu negara Irena, kami juga tidak tahu. Kalender tahunanpun seperti yang inang tunjukkan, saya baru ini melihat.*

4. Roni Simbolon : *Sebagai pengrajin kayu, saya hanya mendapat pelatihan dari Disperindag Samosir, seperti menganyam eceng gondok tahun 2015 dan pelatihan ukiran kayu di masa Bupati Mangindar Simbolon. Kami sering dibawa ke Pameran PRSU tahun 2015 dan di*

Jakarta JCC tahun 2014 serta pameran di Sibolga.

5. *Setiawan Harefa* : Menurut saya setiap event tahunan yang diselenggarakan pemerintah diinformasikan dengan membagi brosur ke hotel-hotel dan restoran. Masyarakat berpartisipasi dalam pembangunan pariwisata dengan membayar pajak dan tetap menjaga kebersihan agar para tamu betah untuk tinggal dan datang lagi. Pelatihan juga sering diadakan oleh pemerintah dengan mengundang paling banyak 4 orang karyawan untuk pelatihan di bidang front office dan room boy diawal tahun 2017 dan 2018.

6. *Kiki Andrea* : Kami sering mendapat undangan terkait kegiatan tahunan dari Dinas. Tetapi karena kurang terlibat aktif dalam event-event yang diselenggarakan saya lebih fokus mengembangkan usaha mikro yang didampingi dinas perdagangan, karena kami mendapat program kegiatan yang lebih detail. Untuk sementara pokdarwis tidak aktif karena PDS bersifat sosial. Jadi ngak mungkin itu diurus tiap hari. Sebagai ketua pokdarwis PDS, saya melihat event-event tahunan terlalu besar sehingga tidak seimbang pengeluaran dan pemasukan. Kami berharap dibuat event-event kecil yang selalu ada di setiap destinasi yang melibatkan pokdarwis sehingga jelas kerja kita. Masyarakat sebenarnya mudah dibangkitkan partisipasinya, misalnya tahun 2015, masyarakat berpartisipasi lebih tinggi dibandingkan tahun 2017-sekarang. Ada banyak perbaikan fasilitas pada waktu itu.

7. *Luker Sidabutar* : "Tokoh masyarakat yang merupakan pegiat pariwisata belum pernah diajak studi banding oleh pemerintah sekarang. Dulu saya pernah mendapat kesempatan dari kementerian Pariwisata ke Manado, Palembang dan Jakarta. Karang taruna yang ada belum terkordinir dengan baik karena dalam kegiatan tidak dilibatkan. Jadi Pengusaha/pegiat wisata masih 'single fighter' dalam meningkatkan usaha wisatanya. Sedangkan Pokdarwis tidak berjalan dengan maksimal karena tidak jelas perannya"

Strategi Komunikasi Pemerintah Menurut Masyarakat Tuktuk Siadong dalam hal Karakteristik Penyusunan Pesan

1. *Vander Simarmata* : "Pesan yang disampaikan pemerintah sudah cukup mengajak kami agar terlibat dalam pembangunan wisata."

2. *Evany Sitio* (Staff Dinas Pariwisata di Tourist Information Center (TIC) : "Sebagai pusat informasi, kami bertugas menyampaikan

banyak informasi bagi setiap pengunjung yang datang ke TIC. Kami bisa memberi pelayanan tour gaet dan memberi peta bahkan informasi penginapan dan lain-lain seputar wisata di Samosir. Kadang tamu dari mancanegara yang habis keliling-keliling samosir, menghubungi atau datang ke tempat ini untuk diambilkan akomodasi ke Berastagi atau di luar Samosir. Bahkan ada yang minta dipesankan travel atau transportasi ke Medan. Pesan dari brosur sudah bersifat informasi dan membujuk masyarakat agar terlibat lebih aktif (persuasive)"

3. *Marleen* : "Pesan pemerintahan tentang pariwisata dan partisipasi masyarakat baik lewat media media cetak dan elektronik bahkan facebook dan brosur yang ibu tunjukkan belum pernah saya lihat selama ini. Jika informasi rapat dari pemerintah atau tentang wisata, sering diberitahukan tiba-tiba sehingga sering tidak dapat kami hadiri.

4. *Debora* : Informasi Pariwisata di Samosir melalui Fb dan Instagram sudah memadai memberikan informasi yang mendukung pariwisata. Tentang brosur memang, baru tahun ini mendapat brosur kegiatan dari Dinas Pariwisata. Biasanya informasi disampaikan jika ada event disini

5. *Hotmian* : Terkait objek wisata, saya masih belum melihat keseriusan yang sungguh-sungguh. Pernah saya membawa tamu ke danau diatas danau, tetapi tamu kecewa karena yang ada disitu semua kerbau. Jorok. Seharusnya mana yang dikatakan di media menjadi objek wisata ya..dirawat dan diuruslah.

6. *Roni Simbolon* : Pesan yang disampaikan pemerintah sudah bisa dibilang sampai ke masyarakat. Informasi sudah selalu disampaikan tetapi, sebagai pengrajin kayu, saya memang hanya mendapat pelatihan dari Disperindag Samosir, seperti menganyam eceng gondok tahun 2015 dan pelatihan ukiran kayu di masa Bupati Mangindar Simbolon.

7. *Setiawan Harefa* : Menurut saya setiap event tahunan yang diselenggarakan pemerintah diinformasikan dengan membagi brosur ke hotel-hotel dan restoran. Informasi yang disampaikan selain bersifat informasi juga sudah membujuk.

8. *Kiki Andrea* : Kami sering mendapat undangan terkait kegiatan tahunan dari Dinas. Tetapi karena kurang terlibat aktif dalam event-event yang diselenggarakan saya lebih fokus mengembangkan usaha mikro yang didampingi dinas perdagangan, karena kami

mendapat program kegiatan yang lebih detail. Sebagai ketua pokdarwis PDTS, saya melihat event-event tahunan terlalu besar sehingga tidak seimbang pengeluaran dan pemasukan. Kami berharap dibuat event-event kecil yang selalu ada di setiap destinasi yang melibatkan pokdarwis sehingga jelas kerja kita

9. Luker : Setiap pesan yang disampaikan pemerintah masih bersifat informasi. Jika ada rapat, kami sering memberikan masukan, seperti pembuatan lampu jalan agar tamu yang datang tidak takut jalan malam hari. Tapi ini belum teralisasi semua.'Olo diusulhon hami pe..alai ndang sahat tu saonari'. Padahal kalau ada lampu kan terang,,nyaman rasanya kalau jalan. Jadi kita malas ikut rapat

Strategi Komunikasi Pemerintah Menurut Masyarakat Tuktuk Siadong dalam hal Karakteristik Media dan Saluran

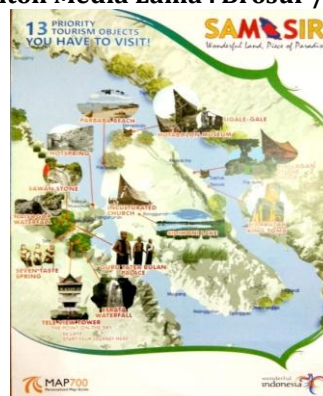
Pemerintah memasukkan berita atau informasi pariwisata di media seperti di SIB dan TV, tetapi memang jika ada keramaian atau event. Ada di Koran-koran lain

1. Vander : Pemerintah memasukkan berita atau informasi pariwisata di media seperti di SIB dan TV, tetapi memang jika ada keramaian atau event. Ada di Koran-koran lain. Pemerintah juga mensosialisasikan programnya kepada tokoh masyarakat dan sekolah-sekolah
2. Evanny Sitio : Informasi berupa brosur dan leaflet serta peta (Map) Tuktuk dan Samosir. Selain itu kami juga selalu membaharui informasi di facebook dan instagram.
3. Mrs. Marlen : Biasanya pesan atau informasi yang dilakukan pemerintah diketahui dari undangan rapat. Selanjutnya kurang tahu tentang facebook dan yang lainnya.
4. Debora Siringo-ringo : Informasi Pariwisata di Samosir melalui Fb dan Instagram sudah memadai memberikan informasi yang mendukung pariwisata.
5. Hotmian Siallagan : Informasi yang disampaikan pemerintah banyak kami lihat dari brosur dan peta yang sering dibagikan tentang objek wisata atau surat undangan rapat kegiatan yang harus dihadiri. Saya berpikir kalau majalah dibuat Dinas, sesuatu yang mubajir karena, brosur saja tidak diperdulikan atau dibaca, sering terbuang-buang disitu
6. Roni Simbolon : Informasi sudah selalu disampaikan biasanya melalui undangan kegiatan atau rapat bisa dikatakan ada

kurang lebih 7 x dalam setahun. Media yang diberikan seperti brosur, leaflet dan kalender. Namun leaflet tidak banyak yang menempelkannya di penginapannya. Saya juga ada homestay dan saya menempelkan semua leaflet tentang objek wisata yang ada di Samosir. Banyak wisatawan baik lokal dan mancanegara yang melihat leaflet tersebut bertanya dan akhirnya memperpanjang jadwal wisatanya setelah mendapat penjelasan dari saya.

7. Setiawan Harefa : Media yang digunakan pemerintah untuk undangan dan informasi kegiatan adalah leaflet, brosur dan media sosial fb. TV dan Radio serta brosur untuk setiap event.
8. Kiki Andrea : Informasi pemerintah tentang pembangunan pariwisata sering kami peroleh dari rapat event atau program pemerintah, brosur dan facebook. Selain itu lewat pameran-pameran dan festival yang diadakan di Samosir ataupun di luar daerah.
9. Luker : Kadang ada berita di Koran dan selebaran dibagi-bagi. Kalau dalam saluran komunikasi kelompok melalui Musrenbang lebih banyak pembangunan fisik sarana prasarana seperti jalan. Ada juga menggunakan internet.

Contoh Media Lama : Brosur /leaflet



5.5. Pembahasan Komunikasi Pemerintah Dinas Pariwisata Samosir dan Kelurahan Tuktuk Siadong Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat

Berdasarkan pendapat Aristoteles, seorang komunikator dapat memperoleh kredibilitas jika memiliki ethos, pathos dan logos maka pemerintahan Samosir di beberapa kalangan masyarakat Tuktuk Siadong, belum memiliki kredibilitas yang teruji, hal ini terlihat dari jawaban wawancara yang mengatakan bahwa masih memiliki cara kerja yang asal dan dalam hal waktu lebih sering tidak tepat waktu. Bahkan pada tahun-tahun sebelumnya, hari pelaksanaan sering berubah. Selain itu keterbukaan dalam proses penilaian penghargaan tidak sama diketahui oleh pengusaha hotel atau resto dan lainnya. Dalam penerapan regulasi yang dipedomani masih dianggap tidak jelas dan masih terdapat pembiaran dalam penentuan harga jika masuk musim lebaran atau hari besar. Namun dari hasil pengamatan peneliti, kemampuan pemerintah mengajak dan membuat banyak program kegiatan di Samosir dalam hal pembangunan Pariwisata berdasarkan penyampaian informasi di beberapa media sudah menunjukkan keinginan positif pemerintah untuk mengajak masyarakat ikut menyelesaikan program-program tersebut. Walaupun masih memiliki kelemahan dalam hal perencanaan, persiapan, pengawasan dan pelaksanaan yang terhambat dalam hal dana dan dukungan masyarakat yang masih menganggap bahwa jika mereka tidak terlibat langsung maka itu bukan bagian mereka untuk ikut campur. Sehingga terkesan pemerintah jalan sendiri. Pemerintah yang diharapkan mendelegasikan tanggung jawab pembangunan kepada masyarakat agar masyarakat menjadi subjek dalam pembangunan dan bukan objek, belum berjalan efektif.

Daya tarik atau *attractive*, dan power (kekuasaan) yang ditampilkan pemerintah masih terlihat perbedaan antara pejabat dengan masyarakat. Hal ini terlihat dari jawaban Ibu Hotmian, yaitu ***“Sedangkan Bupati dan Kepala Dinas ataupun staf kurang memberikan teladan ketika mengadakan undangan rapat atau sejenisnya. Mereka sering telat. Undangan pukul 09.00 tetapi dimulai pukul 11.00. Pernah Pak Jokowi sudah datang dan acara mau dimulai karena pejabat kabupaten telat, feri yang sudah jalan harus putar kepala lagi hanya untuk menjemput dia. Sedangkan***

yang tidak dikawal tidak terlambat, justru yang dikawal pula yang terlambat.” Jawaban ini menunjukkan bahwa masyarakat menginginkan pemerintah jadi teladan dan menunjukkan perlakuan yang sama dengan masyarakat. Tidak zamannya lagi sesuatu yang istimewa untuk pejabat, sehingga harus mengorbankan kepentingan orang banyak.

Berdasarkan jawaban ketua PDS (Peduli Pariwisata Tuktuk Siadong), Kiki Andrea yang menjadi binaan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir, bahwa pokdarwis kurang dilibatkan dalam melakukan semua event tahunan Dinas Pariwisata. Seharusnya kelompok binaan Dinas Pariwisata dapat menyelesaikan semua event. Kiki Andrea menjelaskan bahwa, ***“Kami sering mendapat undangan terkait kegiatan tahunan dari Dinas. Tetapi karena kurang terlibat aktif dalam event-event yang diselenggarakan saya lebih fokus mengembangkan usaha mikro yang didampingi dinas perdagangan, karena kami mendapat program kegiatan yang lebih detail. Untuk sementara pokdarwis tidak aktif karena PDS bersifat sosial. Jadi ngak mungkin itu diurus tiap hari”***. Dalam hal ini, pokdarwis PDS masih menjadi kelompok binaan yang memberikan partisipasi pasif/ manipulative karena hanya mendengarkan setiap hal yang disampaikan pemerintah.

Cangara (2013:114-120), mengatakan pesan sangat tergantung pada jenis program yang mau disampaikan dan kedua, sifat dari produk program itu sendiri. Jika program yang bersifat komersial, maka pesannya bersifat persuasif dan provokatif. Jika produk dalam bentuk program penyuluhan untuk penyadaran masyarakat maka sifat pesannya harus persuasif dan edukatif. Namun jika program untuk sekedar diketahui oleh masyarakat maka sifat pesan adalah informatif.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dipaparkan diatas terlihat bahwa pesan bersifat informative yang banyak disampaikan oleh Dinas Pariwisata Samosir dibandingkan persuasif dan edukatif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat atau persuasif dan provokatif untuk program bersifat komersial. Hal ini terlihat dari jawaban yang disampaikan oleh Bapak Luker Sidabutar bahwa, ***“Setiap pesan yang disampaikan pemerintah masih bersifat informasi. Jika ada rapat, kami sering memberikan masukan, seperti pembuatan lampu jalan agar tamu yang datang tidak takut jalan malam hari. Tapi ini belum semua teralisasi..’Olo diusulhon hami***

pe..alai ndang sahat tu saonari' kata pejabat pemerintah. Padahal kalau ada lampu kan terang, nyaman rasanya kalau jalan. Jadi kita malas ikut rapat. Jadi rata-rata kita single fighter mengelola usaha kita." Dalam hal ini masyarakat menerima pesan-pesan dalam rapat lebih banyak pasif karena hanya mendengarkan program yang akan dilakukan pemerintah saja. Jika membahas pesan yang dibuat di brosur, leaflet dan poster bahkan yang dibuat di facebook, terlihat bahwa pesan-pesan sudah bersifat informasi, persuasive dan edukatif. Namun dalam hal menggerakkan partisipasi masyarakat belum efektif karena mereka tidak mendapatkan banyak manfaat. Mereka lebih banyak mengambil posisi sebagai penonton atau menunggu dari dampak event yang dilakukan.

Target sasaran pesan yang dibuat pemerintah kabupaten Samosir cenderung lebih banyak untuk masyarakat luas di luar Kabupaten Samosir agar berkunjung dan terlibat dalam event tahunan pariwisata Samosir. Pesan untuk masyarakat agar berpartisipasi kurang diaktifkan karena mitra Dinas Pariwisata Samosir yang sudah diakui kurang dilibatkan untuk berperan aktif menyampaikan informasi pembangunan dan terlibat dalam perencanaan, persiapan dan pelaksanaan kegiatan tersebut. Harapan dalam pembangunan wisata yang dilakukan oleh pemerintah pusat adalah bagaimana peningkatan pariwisata dapat dinikmati secara finansial oleh masyarakat. Sehingga masyarakat secara keseluruhan dan bukan hanya sebagian dapat menikmati hasil-hasil pembangunan pariwisata yang dilakukan di daerahnya.

Pemerintah Samosir lebih banyak menggunakan media internet yaitu media sosial facebook dibandingkan surat kabar atau koran seperti Harian SIB, Kompas, Tribun Medan, Medan Bisnis dan majalah penerbangan. Sedangkan Televisi seperti Metro TV, Net TV, Evarina TV dan Kompas TV lebih banyak digunakan untuk event-event nasional. Selain itu menggunakan juga media Radio yang berada di Samosir dan luar Samosir. Berita yang ditampilkan di media cetak dan elektronik dipublikasikan kembali di Facebook Dinas Pariwisata Samosir. Beberapa video Samosir juga terdapat di Youtube. Bahkan tahun 2018, Film tentang Samosir dibuat di Samosir dengan judul Danau Toba dan Pariban.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pelaksanaan Komunikasi Pemerintah dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada pembangunan desa di desa Wisata Tuktuk Siadong Kabupaten Samosir lebih banyak bersifat informasi daripada persuasif. Pemerintah kurang konsisten dalam mengajak masyarakat terlibat dalam event-event yang dilakukan sesuai kalender event tahunan untuk pariwisata. Ketua pokdarwis mengatakan bahwa mereka kurang berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata tahun 2017 dan tahun 2018. Masyarakat tidak sama dalam menerima informasi pemerintah. Sebagian merasa tidak diperhatikan dan sebagian lagi sudah diajak duduk bersama dalam pelaksanaan pembangunan pariwisata.
2. Pemerintah Kabupaten Samosir melaksanakan Strategi komunikasi Pemerintah dengan menggunakan hampir semua media seperti, internet facebook, koran seperti Harian SIB, Kompas, Tribun Medan, Medan Bisnis dan majalah penerbangan. Sedangkan Televisi seperti Metro TV, Net TV, Evarina TV dan Kompas TV serta Radio yang berada di Samosir dan luar Samosir lebih banyak digunakan untuk event-event nasional. Berita yang ditampilkan di media cetak dan elektronik dipublikasikan kembali di Facebook Dinas Pariwisata Samosir. Beberapa video Samosir juga terdapat di Youtube. Bahkan tahun 2018, Film tentang Samosir dibuat di Samosir dengan judul Danau Toba dan Pariban. Strategi komunikasi pemerintah untuk menetapkan komunikator masih kurang efektif karena beberapa kegiatan, sering molor waktu dan kurang memberikan kredibilitas dalam mengayomi masyarakat. Dalam hal sasaran komunikasi, masyarakat Tuktuk Siadong sebagian apatis dalam informasi yang dibicarakan karena tidak banyak yang memberikan dampak positif bagi mereka. Hal ini terjadi karena tidak ada analisis tentang kebutuhan khalayak. Pesan yang dibuat dan diinformasikan baik dalam rapat dan publikasi di media lama serta media internet lebih banyak untuk masyarakat luar dibandingkan untuk mengajak masyarakat setempat.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi pemerintahan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada pembangunan desa di desa Wisata Tuktuk

Siadong Kabupaten Samosir adalah bahwa masyarakat di Tuktuk Siadong mayoritas berkecimpung di pariwisata. Mulai dari tukang sayur, pedagang, pemilik hotel dan restoran serta pengusaha kesenian ukiran mengharapkan agar banyak pengunjung atau wisatawan datang ke daerah mereka. Sehingga mereka mengusahakan sendiri bagaimana cara mempublikasikan usaha, baik jasa dan produk mereka kepada masyarakat luar. Oleh karena itu kadang kala mereka berjalan sendiri-sendiri. Namun dalam hal menjaga kebersihan dan penerapan Sapta Pesona, masyarakat di Tuktuk Siadong, sudah hampir serentak, mayoritas menjaga lingkungan mereka. Mereka mengakui bahwa sebagai desa wisata mereka harus menunjukkan lingkungan yang membuat wisatawan dapat nyaman untuk menginap dan menikmati pemandangan atau semua objek wisata yang ditawarkan di Samosir. Faktor-faktor yang membuat komunikasi pemerintahan terhambat dalam berkomunikasi untuk meningkatkan partisipasi adalah, kurangnya kemampuan kredibilitas komunikator dari pemerintah, kurangnya analisis kebutuhan masyarakat sebagai target sasaran komunikasi. Fokus pemerintah masih lebih banyak kepada masyarakat di luar Samosir saja. Kurang komunikasi dengan tokoh-tokoh masyarakat. Selain itu regulasi terkait pariwisata dan harga - harga penginapan dan makanan, kurang diawasi sehingga mereka, pelaku wisata bertindak suka-suka ketika menerima wisatawan di hari-hari besar nasional atau hari libur. Selain itu sebagian masyarakat tidak merasa penting untuk duduk bersama dengan pemerintah dalam pelaksanaan pembangunan di daerah mereka, karena merasa bahwa mereka bisa sendiri.

Saran

1. Pemerintah diharapkan konsisten dalam mengajak kelompok sadar wisata (pokdarwis) yang dibina untuk terlibat aktif dalam setiap event kalender pariwisata yang akan dilakukan setiap tahunnya. Dalam menyampaikan komunikasi, sebaiknya pemerintah berusaha agar komunikasi yang dilakukan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat untuk mendukung dan melaksanakan pembangunan. Oleh karena itu sifat pesan adalah persuasif dan edukatif sehingga masyarakat terlatih dan lebih mudah untuk mandiri.

2. Perlu menerapkan strategi komunikasi dalam mempersiapkan komunikasi pemerintahan kepada masyarakat, baik dalam menetapkan siapa yang menjadi komunikator perwakilan dari pemerintah untuk menyampaikan pesan, membuat strategi pengolahan pesan, membuat target sasaran dan menentukan media yang efektif sehingga masyarakat merasa dilibatkan dan didengarkan.

3. Dalam hal peningkatan partisipasi masyarakat, disarankan agar tidak hanya aktif menggunakan media internet tetapi juga media lama dan saluran komunikasi lainnya untuk menjangkau semua kategori usia, pendidikan dan pekerjaan yang ada dalam masyarakat. Selain itu regulasi yang dibuat pemerintah harus tegas dan selalu diawasi sehingga tidak ada yang bertindak semau gue dalam usaha pariwisata. Hal ini akan berdampak pada persaingan yang sehat dalam bisnis pariwisata di tengah-tengah masyarakat yang ada di Tuktuk Siadong Samosir.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardial, H. 2014. Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi, Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Cangara H, 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi, Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Hardiyansyah. 2015. Komunikasi Pelayanan Publik, Konsep dan Aplikasi, Yogyakarta : Gava Media
- Karianga, Hendra. 2011. Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Keuangan Daerah, Bandung : PT. Alumni
- Kriyantono, Rachmat. 2014. Teknik Praktis Riset Komunikasi, Jakarta : Kencana Prenadamedia Group
- Hasan, Erliana, 2005. Komunikasi Pemerintahan. Refika Aditama, Bandung
- Mardikanto, Totok dan Soebiato P, 2015. Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik, Bandung : Alfabeta
- Moleong, 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung : Remaja Rosda Karya
- Theresia A, Andini K, Nugraha P.G.P, Mardikanto T. 2014. Pembangunan Berbasis Masyarakat, Bandung : Alfabeta.

Utama. I Gusti Bagus Rai. 2012. Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan, Yogyakarta : CV ANDI OFFSET

<http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2015/06/10/403531/ini-strategi-pengembangan-ekonomi-pedesaan-versi-marwan-jafar>

<http://medan.tribunnews.com/2016/06/10/keuntungan-danau-toba-jadi-geopark-global-ggn>
<http://pelitabatak.com/news/Dipertanyakan-Kebijakan-BOPKPDT-Gandeng-Konsultan-Asing-untuk-Bangun-Danau-Toba>

Statistik Kabupaten Samosir No. 01/01/17/Th. X, 30 Januari 2017 <https://samosirkab.go.id>