

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai *event* MTF (Majapahit Travel Fair) yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur. Pemilihan fokus penelitian ini mengenai tingkat pengetahuan mengenai *event* MTF (Majapahit Travel Fair), karena Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melihat pengunjung dari *event* MTF ini belum mencapai target disetiap tahunnya.

Penelitian ini menggunakan model komunikasi dari Harold Lasswell ini dianggap oleh pakar komunikasi sebagai salah satu teori komunikasi yang paling awal dalam perkembangan teori komunikasi (1948). Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa).

Jawaban bagi pertanyaan paradigmatik (*Paradigmatic Question*) Lasswell itu merupakan unsur-unsur komunikasi, yaitu *Communicator* (Komunikator), *Message* (Pesan), *Media* (Media), *Receiver* (Komunikasi/Penerima), dan *Effect* (efek). (Effendy, 2007:253)

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur bertindak sebagai komunikator yang membawa pesan berupa informasi *events* MTF (Majapahit Travel Fair) 2019 yang diadakan oleh perusahaannya, dan masyarakat bertindak sebagai komunikan yang menerima pesan melalui media – media yang digunakan oleh *events* MTF ini.

Peneliti merasa penting untuk meneliti tingkat pengetahuan mengenai *event* MTF (Majapahit Travel Fair) ini karena tujuan dari *event* ini

adalah menyediakan wadah bagi calon wisatawan dan juga penyedia jasa travel disekitaran Jawa Timur. Selain itu, MTF ini merupakan *event* yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur yang sudah bertaraf Internasional. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui efek yang diterima dari oleh masyarakat Surabaya setelah menerima pesan yang diberikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur berupa pengetahuan tentang promosi *event* MTF (Majapahit Travel Fair).

Pengetahuan adalah merupakan hasil “tahu” dan ini terjadi setelah orang mengadakan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terhadap obyek terjadi melalui panca indra manusia yakni penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba dengan sendiri. Pada waktu penginderaan sampai menghasilkan pengetahuan sangat dipengaruhi oleh intensitas perhatian persepsi terhadap obyek. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. (Wawan & Dewi, 2011 : 11)

Event didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu (Noor, 2009:7)

Menurut Maaruf selaku kepala bidang pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur sebagai narasumber mengatakan bahwa *event* MTF (Majapahit Travel Fair) merupakan *event* pariwisata terbesar di kawasan timur Indonesia, Majapahit Travel Fair 2019 diselenggarakan pada tanggal 2 sampai 5 Mei 2019 di Grand City Convex, Surabaya, Ibukota Propinsi Jawa Timur, kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Pada tahun 2019 ini merupakan *event* MTF ke – 20 yang akan diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur. Acara ini secara khusus menyoroti

Explore Tourism untuk meningkatkan minat para pelancong muda dan pencari petualangan untuk mengeksplorasi keindahan yang ditawarkan oleh Jawa Timur.

MTF 2019 yang merupakan ajang promosi yang paling banyak untuk promosi, hiburan dan pengetahuan menggabungkan program Travel Exchange (Travex), pameran budaya dan pariwisata, dan pertunjukan seni daerah. Travex adalah sebuah pertemuan bisnis yang antara industri pariwisata Jawa Timur sebagai penjual dan industri pariwisata dalam negeri dan luar negeri sebagai pembeli. Travex ini sangat berpotensi untuk membantu bisnis pariwisata domestik, regional dan internasional untuk mempromosikan dan memasarkan produk dan membangun jaringan.

Selain Travel Exchange, sorotan utama dari acara tersebut adalah Travel Exhibition dan Travel Fair yang diselenggarakan oleh PT Debindo Mitra Tama yang digelar di Exhibition Hall Grand City Convex Surabaya dari tanggal 2 hingga 5 Mei 2019. Lebih dari 150 stand memamerkan dan menawarkan wisata yang dapat dikunjungi khususnya yang terdapat di Jawa Timur. Terdapat pula penampilan berbagai atraksi indah khas Jawa Timur dan provinsi lainnya di seluruh Nusantara. Travel Fair buka untuk umum setiap hari dari pukul 10.00 sampai 22.00 Waktu Indonesia Barat. Fair juga akan disorot dengan berbagai permainan dan kompetisi, pertunjukan dan hiburan.

Pameran Pariwisata yang diikuti oleh peserta pameran dalam dan luar negeri menampilkan produk, fasilitas dan layanan berkualitas. Selain terdapat pameran terdapat pula seminar yang mengundang profesional pariwisata terkemuka dari Indonesia untuk berbagi pengalaman dan keahlian mereka dengan khalayak secara interaktif.

Dari dua rangkaian acara yang terdapat dalam MTF, peneliti hanya akan meneliti pada Pameran pariwisatanya saja. Dikarenakan Travex tidak

diperuntukkan bagi khalayak umum atau masyarakat Surabaya. Travex merupakan acara tertutup yang hanya ditujukan bagi tamu undangan saja dan tamu mancanegara.

MTF (Majapahit Travel Fair) merupakan satu-satunya *event* tahunan yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur yang bekerja sama dengan pihak luar negeri. Bahkan untuk publikasi baik saat pre-program dan saat program berlangsung tidak hanya dilakukan oleh media nasional saja, tetapi media dari berbagai negara ikut andil dalam publikasi program MTF (Majapahit Travel Fair) ini sendiri.

Media Nasional yang bekerja sama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur pada program MTF (Majapahit Travel Fair) ada beberapa media, seperti METRO, KOMPAS TV, dan HARIAN KOMPAS. Dan juga promosi program MTF (Majapahit Travel Fair) banyak di publikasikan melalui media elektronik, media cetak, hingga media sosial.

Media elektronik yang digunakan dalam penelitian ini adalah televisi dan juga radio. Radio yang dipilih oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata ialah Gen FM, Suara Surabaya, M Radio, dan juga Suara Muslim FM. Untuk televisi, Dinas Pariwisata berkesempatan untuk promosi dalam bentuk *talk show* Trans TV dan juga Kompas TV.

Selain menggunakan media elektronik, MTF juga melakukan publikasi melalui *billboard* serta *banner* yang terdapat pada Surabaya Pusat, Surabaya Barat, Surabaya Timur, Surabaya Selatan dan juga Surabaya Utara. Hampir semua bagian di Surabaya menjadi tempat pemasangan dari *billboard* dan juga *banner* publikasi.

Gambar 1.1

Billboard yang berada di sekitar Jl. Urip Sumoharjo



Sumber : Hasil survei peneliti

Gambar 1.2

Billboard yang berada di depan pintu masuk Grand City Mall



Sumber : Hasil survei peneliti

Untuk mencapai target Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Timur melakukan publikasi dan promosi yang baik dan besar agar dapat menarik wisatawan yang jangkauannya sangat besar dan berbasis Internasional.

Melalui hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bersama dengan Maaruf selaku kepala dinas bidang pemasaran mengatakan bahwa, *event* yang dikemas dengan apik oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur ini tidak terlalu diketahui oleh masyarakat Jawa Timur, masyarakat Surabaya khususnya. Karena *event* ini bertempat di Surabaya. Serta disetiap tahunnya, jumlah pengunjung belum dapat mencapai angka target yang ditargetkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur.

Selain itu juga dari hasil riset sederhana yang dilakukan oleh peneliti, terdapat 7 dari 10 orang tidak mengetahui adanya *event* Majapahit Travel Fair. Peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden, salah satunya adalah Seanny, merupakan salah satu mahasiswa mengatakan bahwa ia tidak mengetahui program yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata ini. “Ngak pernah denger sih itu apa. Ngak di Surabaya kali,” begitu ujarnya. Selain itu terdapat juga Rita, seorang ibu rumah tangga yang bertempat tinggal di Surabaya juga mengatakan tidak tahu ada acara ini. “Itu apa ya mbak ? Saya selama hidup di Surabaya gak pernah denger ada acara itu sih mbak,”

Adapun penelitian terdahulu dengan kesamaan obyek penelitian mengenai tingkat pengetahuan mengenai *event* yang diteliti oleh Melysa Vena Haryanto yang berjudul *Tingkat Pengetahuan Peserta mengenai event “5K Fun Run” Sheraton Surabaya Hotel and Towers*. Selain Melysa Vena. Dan juga dengan judul *Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai*

Informasi Special-Events Honda Safety Riding Kelana Kota Surabaya 2017 PT Mitra Pinasthika Mulia (PT MPM) dan Suara Surabaya melalui berbagai media komunikasi yang diteliti oleh Yovica Freystycilia Artyo ini juga memiliki kesamaan mengenai objek penelitian yaitu mengenai tingkat pengetahuan.

I.2 Batasan Masalah

Bagaimana tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai *event* MTF (Majapahit Travel Fair) 2019 yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur ?

I.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai *event* MTF (Majapahit Travel Fair) 2019 yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur.

I.4 Batasan Masalah

Objek penelitian adalah tingkat pengetahuan tentang *event* MTF (Majapahit Travel Fair) 2019

Subjek penelitian adalah masyarakat Surabaya.

I.5 Manfaat Penelitian

I.5.1 Manfaat akademik :

Penelitian ini berguna untuk memperkaya penelitian dari efek kognitif sebagai bagian dari efek komunikasi mengenai *event* yang termasuk dalam bidang korporasi.

I.5.2 Manfaat praktis :

Penelitian ini berguna untuk memperkaya data bagi Dinas Kebudayaan yang bertujuan untuk mengukur tingkat pengetahuan masyarakat akan adanya *event* MTF (Majapahit Travel Fair).