BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang kian pesat, memunculkan beragam media atau saluran yang memberi manusia kemudahan untuk saling berbagi informasi. Menggunakan jaringan komputer berbasis internet saat ini kita bisa dengan mudah memperoleh informasi dengan membuka berbagai situs internet yang tersedia, seperti *google, wikipedia, youtube* dan masih banyak lainnya. Informasi yang kita dapatkan tidak hanya berbentuk visual saja seperti tulisan dan gambar, akan tetapi kita juga bisa memperoleh informasi audiovisual berupa gambar serta suara yang ditampilkan dalam bentuk video. Kemudahan tersebut mendorong Kementerian Pariwisata Indonesia turut serta dalam memanfaatkan kemajuan teknologi dengan memunculkan iklan pariwisata dalam upaya menyebarluaskan informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kepariwisataan yang ada di Indonesia. Iklan ini dikenal dengan slogan pesona Indonesiaatau *Wonderful* Indonesia.

Pada dasarnya iklan merupakan komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, *direct mail* (pengeposan langsung), maupun reklame luar ruang, yang mana dalam komunitas global baru, pesan-pesan periklanan dapat ditransmisikan melalui media baru, yaitu internet (Lee & Jhonson, 2011:4). Namun sedikit

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

perbedaannya dengan Iklan Pesona Indonesia, iklan ini dibuat dengan tujuan utama adalah membantu kinerja pemerintah dalam mempromosikan pariwisata Indonesia.

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang cukup dikenal dalam segi pariwisatanya karena memiliki hamparan wilayah yang indah, berupa pegunungan dan bibir pantai yang luas serta memiliki keragaman budaya yang menjadi daya tarik tersendiri. Provinsi Sumatera Barat terdiri atas sembilan belas kabupaten dan kota, salah satunya adalah Kabupaten Pasaman Barat. Kabupaten Pasaman Barat merupakan kabupaten yang terletak sebelah utara Provinsi Sumatera Barat yang berbatasan langsung dengan Provinsi Sumatera Utara. Letaknya yang berbatasan langsung dengan Provinsi Sumatera Utara menyebabkan budaya yang ada didaerah ini beragam, terbaur dengan sebagian budaya yang datang dari Provinsi Sumatera Utara, mulai dari segi bahasa, suku, hingga tradisi kesenian. Penduduk asli Sumatera Barat adalah Suku Minang, namun Kabupaten Pasaman Barat tidak hanya dihuni oleh Suku Minang saja, akan tetapi juga ditempati oleh Suku Batak dan Suku Jawa yang merantau ke daerah tersebut sehingga menambah ragam budaya yang ada di Pasaman Barat.

Terkait program iklan Pesona Indonesia yang dicanangkan oleh Kementerian Pariwisata, Pemerintah Daerah Kabupaten Pasaman Barat juga menerbitkan iklan pariwisata yang berkenaan dengan aspek-aspek wisata yang ada di Pasaman Barat, yang diberi judul *Wonderful West* Pasaman. Iklan ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada wisatawan tentang indahnya Pasaman Barat serta dapat memikat wisatawan untuk datang ke Pasaman Barat. Meskipun tidak

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ditayangkan secara resmi di stasiun televisi,swasta maupun nasional,iklan *Wonderful West* Pasaman memanfaatkan internet sebagai media penyampaian informasinya. Iklan ini dapat kita jumpai pada situs *youtube*, seperti yang terlihat pada gambar berikut:

Gambar 1.1

(Ket : Iklan *Wonderful West* Pasaman di situs *youtube.com*)
Sumber: https://m.youtube.com/results?q=wonderful+west+pasaman&sm=1

Iklan *Wonderful West* Pasaman merupakan iklan resmi yang dibuat oleh Dinas Pariwisata Pasaman Barat bekerjasama dengan CV Duabelas *Production*. Iklan ini dipublikasikan langsung oleh channel *youtube* Dinas Pariwisata Pasaman Barat pada tanggal 20 Januari 2017 dan hingga saat ini telah ditonton lebih dari

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dua ribu kali sejak pertama kali dipublikasikan. Iklan ini memiliki durasi lima menit dua puluh lima detik yang menampilkan keindahan alam dan juga kebudayaan yang beragam yang ada di Pasaman Barat. Dalam iklan ini ditampilkan kebudayaan dari beberapa suku yang ada di Indonesia, seperti kebudayaan Suku Minangkabau (Sumatera Barat), kebudayaan Suku Jawa, dan Suku Mandailing (Sumatera Utara).

Gambar 1.2

Rumah Gadang

Ket : Rumah Adat Minangkabau Sumatera Barat
Sumber: https://m.youtube.com/watch?v=8ucNLNrZXAc

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Gambar 1.3

Talempong

Ket : Salah satu alat musik tradisional Sumatera Barat yaitu Talempong
Sumber: https://m.youtube.com/watch?v=8ucNLNrZXAc

Gambar 1.4
Karih

Ket : Salah satu senjata tradisionan Sumatera Barat yaitu Karih
Sumber: https://m.youtube.com/watch?v=8ucNLNrZXAc

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Gambar 1.5

Rendang

Ket : Salah satu masakan khas dari Sumatera Barat yaitu Rendang
Sumber: https://m.youtube.com/watch?v=8ucNLNrZXAc

Gambar 1.6

Tari Pasambahan

Ket : Salah satu tarian dari Sumatera Barat yaitu Tari Pasambahan
Sumber: https://m.youtube.com/watch?v=8ucNLNrZXAc

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Gambar 1.7

Kesenian Reog

Ket : Salah satu kesenian dari Jawa Timur yaitu Reog
Sumber: https://m.youtube.com/watch?v=8ucNLNrZXAc

Gambar 1.8

Gordang Sambilan

Ket : Gordang Sambilan, salah satu kesenian dari Mandailing (Sumatera Utara)
Sumber: https://m.youtube.com/watch?v=8ucNLNrZXAc

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kebudayaan adalah sebuah pola dari makna-makna yang tertuang dalam simbol-simbol yang diwariskan melalui sejarah. Kebudayaan adalah sebuah sistem dari konsep-konsep yang diwariskan dan diungkapkan dalam bentuk-bentuk simbolik melalui mana manusia berkomunikasi, mengekalkan, dan memperkembangkan pengetahuan tentang kehidupan ini dan bersikap terhadap kehidupan ini (Sobur, 2013:178). Budaya merupakan cinta, rasa, dan karsa manusia. Setiap manusia pasti memiliki budaya, bergantung kepada kelompok dan tempat dimana ia berada. Kelompok dan tempat manusia beradaptasi akan menciptakan budayanya sendiri, diwariskan turun temurun dari suatu generasi ke generasi berikutnya, hal ini lah yang menyebabkan budaya itu berbeda-beda. Akan tetapi pada dasarnya setiap kebudayaan itu memiliki unsur kebudayaan yang sama yaitu: bahasa, kesenian, sistem religi, sistem teknologi, sistem mata pencaharian, organisasi sosial, dan sistem ilmu pengetahuan.

Budaya Indonesia adalah keseluruhan budaya yang ada di Indonesia berupa kebudayaan nasional, kebudayaan lokal, maupun kebudayaan asal asing yang telah ada di Indonesia sebelum Indonesia merdeka. Wujud kebudayaan Indonesia beragam, dipengaruhi oleh keragaman budaya lokal yang ada di Indonesia dikarenakan Indonesia merupakan negara kepulauan yang dihuni oleh berbagai macam etnis atau suku, yang tentunya memiliki kebudayaannya masing-masing. Bentuk kebudayaan Indonesia yang umum adalah konsep Pancasila dan UUD 45 sebagai dasar negara, Upacara Kemerdekaan yang selalu diperingati setiap tanggal 17 Agustus, dan sistem gotong royong yang sejak dahulu sudah ada disetiap lapisan masyarakat Indonesia.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Budaya memang tak bisa dipisahkan dari pariwisata, dikarenakan budaya merupakan sesuatu yang memiliki daya tarik tersendiri dalam memikat para wisatawan. Sebagian besar dari wisatawan yang datang ke suatu negara, tidak hanya ingin menikmati keindahan alam saja, akan tetapi juga untuk mengetahui budaya yang ada di negara tersebut. Selain menampilkan keindahan alam, dilihat dari segi budaya, iklan *Wonderful West* Pasaman juga menampilkan beberapa unsur kebudayaan di sepanjang lima menit durasi iklan tersebut. Dalam iklan ditampilkan unsur-unsur budaya seperti agama, kesenian berupa alat musik dan tari-tarian, sistem pengetahuan dan lain sebagainya.

Terlepas dari iklan *Wonderful West* Pasaman sebagai bagian dari iklan Pesona Indonesia yang diprogramkan pemerintah, diharapkan secara keseluruhan penerbitan iklan Pesona Indonesia ini mampu mewakili gambaran Indonesia dimata dunia. Selain itu iklan Pesona Indonesia ini juga diharapkan dapat lebih berdampak positif lagi terhadap pariwisata Indonesia seiring dengan naiknya jumlah kedatangan wisatawan mancanegara yang terus meningkat semenjak awal dimunculkannya program Iklan Pesona Indonesia pada awal Januari 2015 seperti yang tampak pada tabel berikut:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 1.1
PERKEMBANGAN BULANAN WISATAWAN MANCANEGARA
2014 – 2017

BULAN	2014	2015	2016	2017
JANUARI	753.079	785.973	851.462	1.030.748
FEBRUARI	702.666	843.928	938.650	
MARET	765.607	841.071	968.567	
APRIL	726.332	801.873	956.381	
M E I	752.363	852.388	983.810	
J U N I	851.475	872.385	925.250	
J U L I	777.210	877.584	1.098.032	
AGUSTUS	826.821	911.704	1.087.404	
SEPTEMBER	791.296	920.128	1.058.103	
OKTOBER	808.767	877.798	1.040.651	
NOVEMBER	764.461	835.408	1.002.333	
DESEMBER	915.334	986.519	1.113.328	
TOTAL	**9.435.411**	**10.406.759**	**12.023.971**	

(*Sumber*: http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan.asp?c=110)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa semenjak periode baru pemerintahan, jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada tahun 2014 yang sebelumnya totalwisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebanyak 9.435.411 mengalami peningkatan sebanyak hampir satu juta wisatawan menjadi 10.406.759 pada tahun 2015, dan kembali mengalami peningkatan sebanyak hampir dua juta wisatawan dari tahun 2015 dengan total wisatawan pada tahun 2016 sebanyak 12.023.971. Tidak menutup kemungkinan jika pada tahun 2017 ini akan terjadi peningkatan yang lebih signifikan lagi melihat data kedatangan wisatawan manca negara tiap bulannya terus meningkat. Walaupun belum secara keseluruhan tapi dilihat dari total wisatawan yang datang pada bulan Januari 2017 dibandingkan dengan bulan Januari pada tahun-tahun sebelumnya, mengalami kenaikan yaitu lebih dari 150.000 wisatawan dari total wisatawan pada Januari tahun 2016 lalu,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dapat diprediksi total wisatawan mancanegara pada tahun 2017 akan jauh meningkat dibanding tahun sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dari itu peneiti ingin melakukan riset dengan judul "Representasi Budaya Indonesia Dalam Iklan (Analisis Semiotika Pada Iklan Audiovisual Pesona Indonesia versi "*Wonderful West* Pasaman")".

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka yang menjadi permasalahan dalam hal ini adalah sebagai berikut :

1. Pemanfaatan iklan dalam program kerja pemerintah sebagai media promosi pariwisata.
2. Kenaikan jumlah wisatawan terkait dengan pemanfaatan iklan pariwisata.
3. Unsur-unsur yang diangkat dalam iklan kepariwisataan.
4. Budaya Indonesia yang dimunculkan dalam iklan Pesona Indonesia.
5. Arti representasibudaya dalam iklan.

C. Fokus Masalah

Berdasarkan beberapa masalah yang telah diklarifikasi dalam identifikasi masalah, peneliti memfokuskan permasalahan pada dua poin berikut:

1. Budaya Indonesia yang dimunculkan dalam iklan Pesona Indonesia.
2. Arti representasi budaya dalam iklan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

D. Rumusan Masalah

Sebagaimana yang telah diuraikan diatas, maka inti dari penelitian ini adalah mengenai, "Bagaimana Representasi Budaya Indonesia Dalam Iklan Audiovisual Pesona Indonesia versi "*Wonderful West* Pasaman"

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Representasi Budaya Indonesia Dalam Iklan Audiovisual Pesona Indonesia versi "*Wonderful West* Pasaman"

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Secara garis besar penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan ilmu pengetahuan bagi peneliti dan juga bisa menjadi pedoman didalam perkembangan penelitian mengenai iklan, selain itu juga diharapkan mampu menambah literatur atau sumber khususnya dalam bidang media massa.

b. Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi para peneliti lain yang ingin meneliti tentang iklan. Selain itu penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat dan masukan bagi pemerintah khususnya dibidang pariwisata untuk lebih meningkatkan pariwisata Indonesia menjadi lebih baik lagi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :