STRATEGI KOMUNIKASI DIVISI SEKSI PROMOSI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KOTA CILEGON PADA ACARA CILEGON *ETHNIC CARNIVAL*

OTRIA PUTRI
MELLY MAULIN P.,S.Sos.,M.Si

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Komputer Indonesia
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia

Email : Oktriaputri10@gmail.com
Email : maulinmelly@yahoo.com

ABSTRACT

planning on Cilegon Ethnic Carnival event at the start of their first meeting, making a plan and what it will take on the theme, performances Ethnic until pakuyuban each of which will be in the lift on agreement. Planning event Cilegon Ethnic Carnival has become an annual event because the last 2 years this event has been supported by the ministry of tourism. Interest in the event Cilegon Ethnic Carnival to bring in tourists-Vishnu to Cilegon The message conveyed in a pickle Cilegon Ethnic Carnival that is the life of harmonization between tribes in Cilegon, and Cilegon Ethnic Carnival is one of the containers to manjalin keharmonisasikan tribes. Media that is in use by pickle Cilegon Ethnic Carnival: media billboards, banners, print and electronic media as one of the most media carry one event.

Keyword **:** *Communication Strategi*, Cilegon *Ethnic Carnival, Communication Description, Planning, Goals, Message,Media*.

ABSTRAK

Perencanaan pada acara Cilegon *Ethnic Carnival* di mulai dari adanya rapat terlebih dahulu, di susunnya rencana dan apa yang akan di ambil pada tema, pagelaran *Ethnic* sampai pakuyuban masing-masing yang akan di angkat atas sekepakata bersama.Perencanaan acara Cilegon *Ethnic Carnival* ini sudah menjadi acara tahunan karena 2 tahun terakhir *event* ini sudah di dukung oleh kementrian pariwisata. Tujuan pada acara Cilegon *Ethnic Carnival* ini untuk mendatangkan wisman-wisnu ke Kota Cilegon Pesan yang di sampaikan pada acar Cilegon *Ethnic Carnival* ini yaitu adanya kehidupan yang harmonisasi antar suku bangsa yang ada di Kota Cilegon, dan Cilegon *Ethnic Carnival* merupakan salah satu wadah untuk manjalin keharmonisasikan suku bangsa. Media yang di gunakan oleh acar Cilegon *Ethnic Carnival* yaitu media baliho, spanduk, media cetak dan media elektronik karena salah satu media yang paling membawa salah satu *event.*

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Cilegon *Ethnic Carnival*, Deskriptif Komunikasi, Perencanaan, Tujuan, Pesan,Media.

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Cilegon merupakan Kota Industri yang terletak diujung barat Pulau Jawa. Lokasi yang sangat strategis menjadikan Cilegon sebagai kota yang memiliki magnet bagi pelaku industri untuk berinvestasi. Ratusan industri berskala nasional bahkan internasional tumbuh dan beroperasi di kota Cilegon. Konsekuensinya, industri yang tumbuh menjadikan Kota Cilegon sebagai kota urban. Banyak sekali pendatang baik dari berbagai wilayah di Indonesia bahkan para ekspatriat bekerja dan hidup di Kota Cilegon. Data dari website kota, tercatat jumlah penduduk Kota Cilegon sejumlah 350 ribu jiwa dan sejumlah 30.000 warga Cilegon adalah bekerja di bidang industri. Berbagai etnik atau suku bangsa yang tinggal di Kota Cilegon mau tidak mau telah membawa Kota Cilegon sebagai kota dengan multi etnik, namun masyarakat prular tersebut telah hidup damai dan saling menghargai dengan budaya masing-masing.

Menjadi tantangan bagi Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kota Cilegon, untuk dapat memfasilitasi harmonisasi *multi ethnic* atau mewadahi kehidupan sosial budaya warganya agar dapat saling menghargai, memahami dan menghormati satu sama lain dalam bingkai NKRI. Dan sebagai bentuk terbukanya masyarakat akan budaya nusantara, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cilegon menyelenggarakan *event* Cilegon *Ethnic Carnival* sebagai *event* tahunan.

Tahun 2017 adalah keempat kalinya Cilegon *Etnic Carnival* diselenggarakan dengan mengambil tema "JELAJAH NEGERI KU'' Format penyelenggaraan "Cilegon *Etnic Carnival*" disekenariokan berupa pentas seni dan karnaval yang menghadirkan beragam budaya baik yang ada di Kota Cilegon maupun di berbagai daerah Nusantara dan mengeksplorasi, mempromosikan icon-icon/artefak-artefak dari masing-masing Daerah / Nusantara dan Kota Cilegon, serta menampilkan budaya dari kabupaten / Kota di Provinsi Banten/Indonesia.

Cilegon *ethnic carnival* memiliki tujuan atau sasaran yaitu mendatangkan WISMAN & WISNU atau kata lain Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara di Kota Cilegon, dalam mensukseskan agenda Cilegon di bulan April 2017 sebagai Bulan Kunjungan Wisata Kota Cilegon sekaligus mendukung program Visit Banten dan Visit Indonesia. Acara ini disamping untuk memeriahkan rangkaian acara HUT ke-18 Kota Cilegon juga untuk memberikan ruang hiburan bagi masyarakat Kota Cilegon serta sekaligus sebagai ruang apresiasi bagi para pelaku seni dan masyarakat di Kota Cilegon. *Event* ini juga dapat dimanfaatkan sebagai peningkatan citra baik bagi pemerintah Kota Cilegon, juga bagi para Investor/Perusahaan/Perbankan dan lain-lain di mata publik, dengan membangun icon baru Kota Cilegon sebagai kota industri yang berbudaya.

Menurut hasil wawancara pada Jumat, 17 Maret 2017 oleh Informan Kunci yaitu ibu Neli Evalinda selaku kepala seksi promosi Seni Budaya dan Pariwisata Disparbud Kota Cilegon, beliau mengatakan bahwa :

> "Adanya Cilegon *Ethnic carnival* itu karena Kota Cilegon merupakan kota Industri yang masyarakatnya heterogen, banyak pendatang yang bekerja dan tinggal di kota Cilegon.Multi etnis yang ada di kota Cilegon disatukan dengan kesenian dan kebudayaan untuk di perlihatkan kepada masyarakat. Agar Masyarakat yang berada di Kota Cilegon dapat membuka mata dan cara pandang mereka untuk bergerak atau membangun dan menyatukan multi etnis yang ada."

Dalam penjabaran tersebut jelas bahwa keberagaman etnis inilah tidak

lepas dari kebudayaan. Maka dari itulah Disparbud membuat *event* Cilegon *Ethnic Carnival* sebagai salah satu kota yang memiliki multi-etnis yang ada di kota Cilegon. Cilegon *Ethnic Carnival* akan dapat bertahan tidak lepas dari aktivitas Disparbud untuk memperkenalkan kepada masyarakat mengenai wisata buatan. Aktivitas yang dilakukan oleh Disparbud yaitu bagaimana cara berkomunikasi yang tepat dan dapat menarik perhatian masyakatan yang berada di Kota Cilegon agar dapat menikmati Parade Cilegon *Ethnic Carnival.* Disparbud perlu melakukan beberapa strategi untuk memperkenalkan kepada masyarakat mengenai Cilegon *Ethnic Carnival* demi memfasilitasi harmonisasi multi etnik dan kultur kota Cilegon. Sehingga keberadaannya dapat di lihat atau diakui oleh masyarakat.

Strategi komunikasi adalah suatu perencanaan perusahaan dalam mencapai suatu hasil atau keuntungan yang di harapkan. Dan untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.

Menurut Middleton (1980) seorang pakar perencanaan komunikasi, dikutip dalam buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi dari Cangara Hafied menyatakan bahwa :

> "Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerimaan sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal." (*Middleton* Dalam Cangara, 2014:64)

Strategi komunikasi tentunya berperan penting didalam mencapai suatu tujuan agar komunikasi berjalan dengan tepat. Dinas Pariwisata dan Kabudayaan sangat perlu memilih dan menerapkan strategi komunikasi yang tepat agar dapat tersampaikan dengan baik kepada karyawan ataupun masyarakat nya.

Maka berdasarkan latarbelakang masalah diatas,peneliti membuat suatu penelitian dengan " **STRATEGI KOMUNIKASI DIVISI SEKSI PROMOSI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KOTA CILEGON PADA ACARA CILEGON *ETHNIC CARNIVAL* (Studi Deskriptif mengenai Strategi Komunikasi Divisi Seksi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon pada Acara Cilegon *Ethnic Carnival* dalam Memfasilitas Harmonisasi Multi *Etnik* di Kota Cilegon Provinsi Banten)**

1.2 Rumusan Masalah

a. Pertanyaan Makro

Peneliti merumuskan pertanyaan makro yaitu **"Bagaimana Strategi Komunikasi Divisi Seksi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon pada Acara Cilegon *Ethnic Carnival* ?"**

b. Petanyaan Mikro

Rumusan masalah mikro dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana **Perencanaan** Divisi Seksi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon Pada Acara Cilegon *Ethnic Carnaval* dalam memfasilitaskan Harmonisasi Multi *Ethnic* di Kota Cilegon Provinsi Banten?
2. Bagaimana **Tujuan** yang ingin dicapai oleh Divisi Seksi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon Pada Acara Cilegon *Ethnic Carnaval* dalam memfasilitaskan Harmonisasi Multi *Ethnic* di Kota Cilegon Provinsi Banten ?
3. Bagaimana **Pesan** yang disampaikan Divisi Seksi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon Pada Acara Cilegon *Ethnic Carnaval*

dalam memfasilitaskan pegelaran Harmonisasi Multi *Ethnic* di Kota Cilegon Provinsi Banten?

4. Bagaimana **Media** yang digunakan oleh Divisi Seksi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon Pada Acara Cilegon *Ethnic Carnaval* dalam memfasilitaskan Harmonisasi Multi *Ethnic* di Kota Cilegon Provinsi Banten?

2. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dalam penyusunan skripsi ini berisi definisi atau tinjauan yang berkaitan dengan komunikasi secara umum, dan pendekatan pendekatan yang digunakan dalam penelitian.

2.1 Tinjauan Ilmu Komunikasi

Kehidupan manusia tak luput akan sosialisasi karena manusia adalah mahluk sosial, dan membahas ilmu komunikasi maka sangatlah makro didalamnya. Sebagaimana Onong *Uchjana Effendy* dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek ini, menyatakan:

> "Ilmu Komunikasi sifatnya interdisipliner atau multidisipliner, ini disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu-ilmu lainnya, terutama termasuk kedalam ilmu sosial atau ilmu kemasyarakatan". (*Effendy*, 2004:3).

Untuk mengetahui lebih dalam dan jelas tentang Ilmu Komunikasi, diawali dengan pengertian dan asal kata dari para ahli terkemuka.

2.2 Tinjauan Mengenai Strategi

Strategi (strategy) adalah "kerangka acuan yang terintegrasi dan komprehensif yang mengarahkan pilihan-pilihan yang menentukan bentuk dan arah aktivitas-aktivitas organisasi menuju pencapaian tujuan-tujuannya. Departemen sumber daya manusia haruslah berfungsi sebagai rekan/mitra dalam menyusun rencana strategi organisasi dikarenakan sumber daya manusia merupakan pertimbangan kunci dalam menentukan strategi, baik itu yang praktis maupun yang dapat dilaksanakan" (Simamora, 1997:38).

> "Sebelum seseorang memilih dan menggunakan strategi komunikasi yang tepat agar gagasan diperhatikan, dimengerti dan diikuti oleh orang lain yang menjadi sasarannya, dia harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang apa yang akan disampaikan, mengapa harus disampaikan, dan efek yang dinginkan terjadi pada sasaran. Tanpa pengetahuan itu semua, pemilihan dan penggunaan strategi tidak dapat dilakukan, karena sebuah strategi hanya dapat digunakan untuk pesan dan hasil tertentu" (Rusmana, 2009:2)

Sementara itu, strategi dapat juga diartikan sebagai *"objectives"* dan *"plan"* atau *"planning",* dimana strategi itu terdiri dari:

1. Strategi sistem/teknologi informasi, yakni pilihan-pilihan utama yang memusatkan perhatian pada implementasi dan penggunaan sistem informasi berbasis teknologi pada suatu perusahaan.
2. Strategi bisnis yang merupakan pilihan-pilihan utama yang menentukan positioning perusahaan dalam area bisnis. (Porter, 1980:81).

Pada literatur yang lain, penyelarasan strategic didefinisikan sebagai:

1. Hubungan, dimana tujuan sistem informasi spesifik kebutuhan pemakai sesuai dengan tujuan organisasi.
2. Kemitraan, yang mana digunakan untuk menggambarkan hubungan pekerjaan yang merefleksikan komitmen jangka panjang,

kerjasama saling menguntungkan, pembagian risiko dan manfaat dan konsisten pada kualitas dengan konsep dan teori pada pembuatan keputusan secara partisipatif.

3. Derajat sumber daya yang diarahkan untuk masing-masing dari tujuh dimensi strategi sistem informasi yang konsisten dengan kekuatan pada penekanan organisasi pada masing-masing hubungan tujuh dimensi strategi bisnis: agresif, analisis, defensif, masa mendatang, inovatif, proaktif, dan berisiko.
4. Pengembangan pada dukungan strategi sistem informasi/teknologi informasi dan didukung oleh strategi bisnis.
5. Integrasi kesesuaian internal dan fungsional antara strategi bisnis dan strategi sistem informasi/teknologi informasi dan bagaimana strategi ini penting untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

Derajat dukungan misi, tujuan, dan rencana teknologi informasi dan didukung oleh rencana, tujuan, dan misi bisnis. (Rusmana, 2009:8)

2.3 Tinjauan Mengenai Strategi Komunikasi

Komunikasi yang menghasilkan suatu pencapaian yang dituju itu didasari pada strategi komunikasi yang baik dan proses penerapannya secara keseluruhan dan sesuai pada tahapan – tahapannya. Seperti yang di definisikan oleh Onong *Uchjana Effendy*, strategi komunikasi adalah:

> "Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan *(planning)* dan manajemen *(management)* untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut srategi komunikasi harus dapat menunjukan bagaimana oprasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan *(approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi berupa pesan yang disampaikan melalui berbagai media dapat secara efektif diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro *(flamed multi media strategi)* maupun secara mikro *(single communication medium strategi)* mempunyai fungsi ganda". (*Effendy*, 2015 : 32).0020

2.4 Tujuan Strategi Komunikasi

Dalam buku Ilmu Komunikasi karangan *Effendy* yang mengutip tujuan sentral strategi komunikasi dari *R. Wayne Pace*, *Brent D. Peterson*, dan *M. Dallas Burnett* dalam bukunya yang berjudul *Techniques for Effective Communication* terdiri dari 3 tujuan utama, yaitu:

1. *To secure understanding,* yaitu memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya.
2. *To establish acceptance*, yaitu setelah ia mengerti dan menerima pesan tersebut maka ia harus dibina.
3. *To motivate action,* setelah menerima dan dibina akhirnya kegiatan tersebut dimotivasikan. (*Pace, Peterson*, dan *Burnett* dalam *Effendy*, 2015 : 32)

2.5 Fungsi Strategi Komunikasi

Bila dilihat dari fungsinya, maka baik secara makro maupun secara mikro, strategi komunikasi mempunyai fungsi ganda, yaitu:

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, *persuasive* dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani "kesenjangan budaya" (*cultural gap*) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudian di operasionalkannya

media massa begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya. (*Effendy*, 2004 : 38).

3. Metode Penelitian

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Kirk dan Miller (1986:9) yang dikutip oleh Mahi M. Hikmat dalam bukunya Metode Penelitian dalam Prespektif Ilmu Komunikasi dan Sastra :

> "Pendekatan Kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berinteraksi dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya."(Hikmat,2011: 38)

Selain itu, definisi dari metode kualitatif menurut Elvinaro dalam bukunya *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*, menjelaskan :

> "Metode penelitian kualitatif merupakan metode dimana seorang peneliti menjadi instrumen kunci, dimana dalam analisis datanya tidak menggunakan bantuan ilmu statistika namun menggunakan rumus 5W + 1 H (*Who, What, When, Where, Why*, dan *How*). *How* (bagaimana proses data itu berlangsung), *who* (siapa saja yang bisa menjadi informan kunci dalam penelitian), *where* (di mana sumber informasi penelitian itu bissa digali atau ditemukan), dan *when* (kapan sumber informasi itu bisa ditemukan); yang paling penting dicermati dalam penelitian kualitatif adalah *why* (analisis lebih dalam atau penafsiran/interpretasi lebih dalam ada apa di balik fakta dan data hasil penelitian itu, mengapa bisa terjadi seperti itu). *Why* (mengapa) memberikan pemahaman lebih dalam dari hasil penelitian kualitatif." (Ardianto, 2011:58-59)

Metode yang sedang digunakan adalah metode Deskriptif karena peneliti memiliki tujuan untuk bisa menggambarkan suatu keadaan yang sedang berjalan seperti yang dijelaskan oleh Travels pada Hikmat:

> "Tujuan utama metode ini untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu." (Travels dalam Hikmat, 2011: 44)

Penelitian ini menggunakan studi deskriptif yang menurut Sugiyono (2014: 21) dinyatakan bahwa,

> "Metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas" (Sugiyono 2014: 21).

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian untuk megumpulkan data yang dilakukan sebagai berikut :

(i) Studi Pustaka

Studi pustaka ialah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi atau data yang relevan dengan topik atau permasalahan yang akan atau sedang diselidiki. Informasi itu dapat diperoleh melalui buku-buku ilmiah yang disertai dengan peraturan, ketetapan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik itu cetak maupun elektronik yang relevan dengan masalah yang penulis teliti.

(ii) Referensi Buku

Referensi buku adalah buku yang dapat memberikan

keterangan topik perkataan, tempat pariwisata, data statistika, pedoman, alamat, nama orang, riwayat orang-orang terkenal. Pelayanan referensi adalah pelayanan dalam menggunakan buku-buku referensi dan disebut "koleksi referensi", sedangkan ruang tempat penyimpanan disebut ruang referensi karena sifatnya dapat memberikan petunjuk harus selalu tersedia di perpustakaan sehingga dapat dipakai oleh setiap orang pada setiap saat.

(iii) Skripsi Terdahulu

Di sini Peneliti menggunakan studi pustaka dengan melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu. Peneliti mengangkat penelitian ini tentang Strategi Komunikasi, untuk mendapatkan referensi, peneliti melihat penelitian skripsi sebelumnya yang dijadikan sebagai sumber pembuatan skripsi yang berkaitan dengan Strategi komunikasi.

(iv) Internet *Searching*

Pencarian data di Intenet merupakan salah satu langkah yang digunakan peneliti sebagai bentuk satu terobosan efisensi waktu dalam perolehan data maupun studi literatur, dengan memanfaatkan situs-situs yang sifatnya gratis (*freeware*) maupun prabayar (*payment*). Melalui *internet searching*, peneliti mendapat berbagai macam referensi yang mendukung untuk penelitian ini.

Studi lapangan yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data, yakni sebagai berikut:

(i) Wawancara mendalam

Wawancara mendalam adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapat data lengkap dan mendalam. Biasanya wawancara mendalam menjadi alat utama pada penelitian kualitatif yang dikombinasikan dengan observasi. Pada wawancara mendalam ini, pewawancara relatif tidak mempunyai kontrol atas respon informan. Artinya, informan bebas memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, mendalam, bila perlu tidak ada yang disembunyikan. Caranya adalah dengan mengusahakan wawancara berlangsung informal seperti sedang ngobrol. (Ardianto; 2011:178)

(ii) Observasi Non Partisipan

Elvinaro Ardianto dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian untuk *Public Relations* Kuantitatif dan Kualitatif menjelaskan bahwa:

> "Observasi non paritisipan adalah jenis metode observasi, dimana seroang peneliti hanya berperan sebagai "penonton" saja tidak terjun sebagai "pemain" seperti dalam observasi partisipan. Ketika mengamati kelompok yang menjadi subjek penelitian, peneliti seolah emnjaga jarak, tidak terjun langsung berbaur dengan kelompok penelitiannya. Dengan instrument data yang dimilikinya, yaitu

pedoman observasi, peneliti dapat mengamati dan men-ceklis atau mendata fenomena atau segala lejadian yang diperlukan dalam penelitian itu" (Ardianto; 2011:180)

(iii) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk merekam setiap peristiwa yang berkaitan dengan informan maupun masalah yang akan diteliti. Dokumentasi berarti catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari informan. Dokumentasi juga dapat berbentuk dokumen yang telah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data mengingat banyak hal di dalam dokumen yang dapat dimanfaatkan untuk menguji bahkan untuk meramalkan.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Setelah menjabarkan hal-hal yang melatarbelakangi penelitian, teori-teori yang telah mengukuhkan penelitian, dan metode penelitian yang digunakan, maka pada bab ini dipaparkan mengenai hasil dari penelitian. Hasil penelitian akan dijabarkan berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Pembahasan dalam bab ini didapat melalui hasil pengumpulan data melalui studi dokumentasi, observasi, wawancara terhadap informan yang dibutuhkan dalam penelitian, serta diskusi yang terfokuskan terhadap masalah yang diteliti. Pada bab hasil penelitian dan pembahasan ini, akan menguraikan berbagai hal mengenai hasil wawancara pada bulan Juni hingga Juli 2017 yang dilakukan dengan Divisi Seksi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon, Staff Seksi Promosi Dinas Parawisata dan Kebudayaan Kota Cilegon, dan Asisten Seksi Promosi Dinas Parawisata dan Kebudayaan Kota Cilegon dengan Strategi Komunikasi Divisi Seksi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon dalam Memfasilitasi Harmonisasi Multi *Ethnic* di Kota Cilegon Provinsi Banten. Sasaran kegiatan ini untuk merubah Kota Cilegon menjadi lebih maju dan dikenal lebih dalam oleh masyarakat sekitar maupun Wisman&Wisnu yang berkunju ke Kota Cilegon.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Moleong pada bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif:

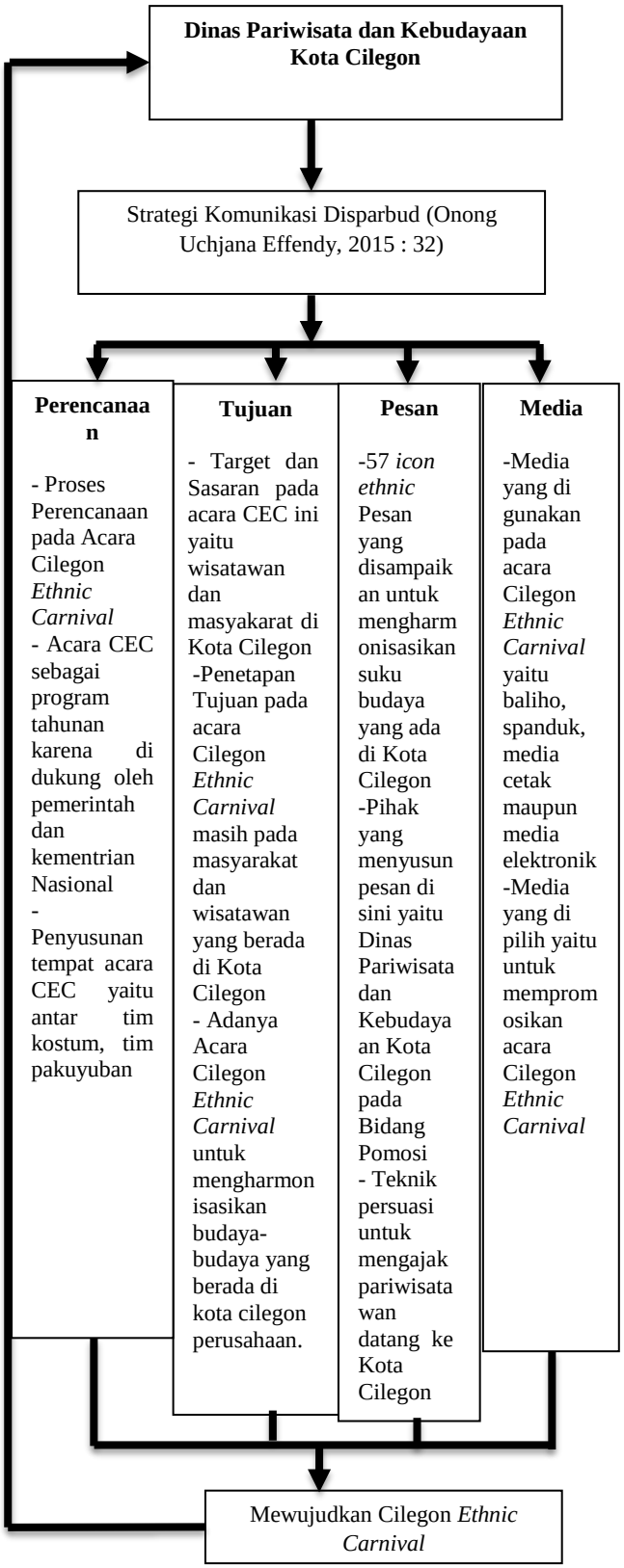
> "Bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada, dari segi penelitian ini, para penulis masih tetap mempersoalkan latar alamiah dengan maksud agar hasilnya dapat digunakan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan dengan berbagai metode penelitian. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen". (Moleong, 2007 : 5).

Metode analisis deskriptif kualitatif yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini di lapangan yang di jadikan objek penelitian, kemudian data atau informasinya di analisis sehingga di peroleh suatu pemecahan masalah.

Untuk tahap analisis yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat

daftar pertanyaan untuk wawancara, pengumpulan data, dan melakukan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti. Untuk dapat mengetahui Strategi Komunikasi Divisi Seksi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon dalam Memfasilitasi Harmonisasi Multi *Ethnic* di Kota Cilegon Provinsi Banten. Pertama, menyusun daftar untuk pertanyaan wawancara berdasarkan fokus penelitian mengenai **Perencanaan** kegiatan Divisi Seksi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon, **Tujuan** kegiatan, **Pesan** yang disampaikan dari kegiatan, dan **Penggunaan** media. Untuk informan kunci, Peneliti mewawancarai 1 pihak dari Kepala Seksi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon yaitu Ibu Neli Evalinda yang bertugas menjalankan dan yang terkait dengan kegiatan Cilegon *Ethnic Carnival*. dan untuk informan pendukung, Peneliti mewawancarai 2 pihak yaitu yang pertama Staff Seksi Promosi dan ke dua Asisten Seksi Promosi yang terlibat di kegiatan Cilegon *Ethnic Carnival.*

Model 4.5
Hasil Penelitian



5. Kerimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Acara Cilegon *Ethnic Carnival* merupakan kegiatan tahunan Kota Cilegon yang di selenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon untuk menyambut atau merayakan hari jadinya Kota Cilegon yang akan diawali dengan prosesi pembukaan berupa tarian parade nusantara massal yang menampilkan kolaborasi tari tradisional dan kontemporer kemudian dilanjutkan dengan penampilan ICON yang berpakaian Etnik.

Pawai dimeriahkan juga dengan penampilan tarian, musik oleh masing masing paguyuban ethnis atau masyarakat Indonesia yang ada di Kota Cilegon yang dipergakan oleh komunitas seni, sanggar, sekolah, Padepokan dengan pakaian khas daerah dan menampilkan artefak serta rangkaian persembahan dari Industri, Per Bankan, PHRI, dan lain lain di seluruh wilayah Kota Cilegon, berbagai dukungan dari Kabupaten dan Kota di Propinsi Banten maupun diluar Banten.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas mengenai **"Strategi Komunikasi Dinas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon pada Acara Cilegon *Ethnic Carnival* dalam Memfasilitaskan Pagelaran Harmonisasi multi etnik di Kota Cilegon",** maka peneliti dapat membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Dinas Parwiwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon melakukan Perencanaan dari awal direncanangkannya Cilegon *Ethnic Carnival* pada tahun 2014 dan dilanjutkan melalui Rapat di Instansi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon agar melibatkan masyarakat dalam perencanaan yang nantinya bertugas melakukan fungsi pengawasan yang dimana anggarannya sudah disiapkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon. Akan tetapi perencanaannya ketika dilapangan Penjagaannya belum terlalu ketat dan masyarakat yang berantusias dalam memeriahkan acara Cilegon *Ethnic Carnival* dapat melakukan foto bersama para peserta ketika *event* ini berjalan.
2. Tujuan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon mewujudkan Cilegon *Ethnic Carnival* menjadi sebuah *event* Nasional maupun Internasional dan merubah pola pikir *(Mindset)* masyakarat Kota Cilegon.
3. Pesan yang ingin disampaikan pada Cilegon *Ethnic Carnival* melakukan Pihak penyusunan yang telah di tentukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon untuk mengharmonisasikan suku budaya yang berada di Kota Cilegon sekitarnya.
4. Media yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon pada acara Cilegon *Ethnic Carnival*, Media elektronik, Media Cetak, Online, Baliho dan Spanduk sehingga memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi terkini kegiatan Cilegon *Ethnic Carnival*, Media Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon disesuikan dengan target sasarannya (segmentasinya) yang dipilih oleh Disparbud.
5. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon ini dilakukan sesuai dengan tahapan-tahapan yang seharusnya.. Sebenarnya dengan tujuan yang sangat jelas seharusnya semua dapat diatasi asal sesuai dengan perencanaan yang benar-benar pada acara Cilegon *Ethnic Carnival* penyampaian pesan baik secara

langsung atau melalui sebuah media yang sudah ditentukan sebelumnya. Hasilnya menunjukan, Strategi komunikasi yang dilakukan berjalan apa adanya sesuai yang direncanakan, dengan hasil penelitian yang didapat belum bisa mewujudkan Cilegon *Ethnic Carnival.*

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna atau pun manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Setelah peneliti menyelesaikan pembahasan pada skripsi ini, maka pada bab penutup peneliti mengemukakan saran-saran sesuai dengan hasil pengamatan dalam pembahasan skripsi ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon

Adapun saran-saran dari peneliti untuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon Barat ini adalah :

1. Perencanaan Acara Cilegon *ethnic carnival* dalam Memfasilitasi Harmonisasi Multi Ethnic di Kota Cilegon Provisi Banten akan tetapi acara Cilegon *ethnic carnival* harus dilakukan terus jangan menghilangkan begitu saja acara seperti Cilegon *ethnic carnival* Pesan nya harus lebih tegas/tajam lagi dengan kerjasama yang dijalin dengan kepolisian, pemerintah, kementrian nasional bidang pengostuman, bidang pakuyuban dll.
2. Tujuan dilihat dari target sasarannya agar terwujudnya Harmonisasi Multi *Ethnic* di Kota Cilegon pada acara Cilegon *ethnic carnival*, akan tetapi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon harus bisa menjalin kerjasama dengan pihak lain,
3. Dalam kegiatan sebaiknya Media harus ditambahkan seperti Media yang sedang populer contohnya, Youtube Channel, Instagram dll. Agar menjadi informasi bagi banyak orang bahwa adaya event tahunan dalam memeriahkan HUT Kota Cilegon.
4. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon harus lebih tegas/tajam dalam keamanan, dan tepat waktu pada pelaksanaannya, penataan panggungnya harus lebih efektif lagi dan tempatnya harus lebih strategis. mengadakan kerja sama dengan Media massa sebagai Media Partner bukan berarti belum ada maksud dari media parntner disini satu media yang memang bekerjasama secara resmi dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon agar pada saat peliputan acara Cilegon *ethnic carnival* mereka tidak akan melakukan penyebaran informasi tanpa diketahui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran-saran bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti harus lebih memahami objek apa yang akan ia teliti, tidak boleh

sembarangan melakukan penelitian tanpa memahami secara lebih mendalam mengenai objek yang akan diteliti.

2. Peneliti harus lebih bisa menganalisis situasi dan kondisi dilapangan, sehingga proses adaptasi dapat berjalan dengan lancar.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yakni dalam bidang ilmu komunikasi secara umum.
4. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya tentang objek yang sama, diharapkan agar membaca referensi-referensi terlebih dahulu agar tidak membingungkan.
5. Untuk para peneliti selanjutnya, disarankan agar meningkatkan lagi ketelitian baik dalam segi kelengkapan data yang diperoleh dari Instansi tersebut dan data penelitian yang telah dilakukan. Sehingga penelitian tersebut dapat berjalan dengan lebih baik lagi dan lancar. Serta memberikan sumbangsih yang besar bagi masyarakat luas, dan khusunya untuk pengembangan ilmu komunikasi.

Daftar Pustaka

A. Sumber Buku :

Ardianto,Elvinaro.2013. *Handbook of PR: Pengantar Komprehensif*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Cangara, Hafied, 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Cresweel,J.W. 2003. *Research design: Qualitative, qualitative, and mixed method approaches (2nd ed). Thousand Oaks, Calif: sage Publication.*

Deddy, Mulyana.2007. Metode Penelitian Komunikasi, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Deddy, Mulyana. 2010. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana.2004. Dinamika Komunikasi, Bandung: PT.Remaja Rosdakaya

Effendy, Onong Uchjana.2006. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana. 2013. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Bandung

Moleong,Lexy J. 2002. Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan ke-23. Bandung : Alfabeta

B. Internet Searching :

www.beritabanten.co.id

Berita Banten, 2016; CEC dan Festival Seni Budaya dan Periwisata Meriahkan HUT Kota Cilegon. Redaksi BBCO (01:58) Selasa [14/03/2017]

www.visit.bantenprov.go.id/

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten, 2016; Cilegon *Ethnic Carnival* 2016. (21:15) Selasa [14/03/2017]

www.triptrus.com/event/cilegon-ethnic-carnival-2016

Indonesia.travel foto bantenpos.com, 2016; Cilegon *Ethnic Carnival* 2016. (16:30) Kamis [16/03/2017]
www.kompasiana.com/

Khairul Isson, 2016; Pesona Harmonisasi *Ethnic* dalam Cilegon *Ethnic Carnival* 2016. (22:10) Kamis [16/03/2017]

C. Sumber Lain :

Dewi Sartika. Universitas Komputer Indonesia Bandung.2014. Strategi Promosi Event Organizer Khawani-ka Indonesia.

Nurjanah. Universitas Riau. 2015. Strategi Komunikasi Inovasi Dalam Pengembangan Potesi Desa Wisata

Thia Fathiah S. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang. 2014. Strategi Komunikasi Pemerintahan Kabupaten Pandeglang dalam Pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Paiwisata Tajung Lesung.