

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Provinsi Bali dikenal sebagai provinsi yang memiliki begitu banyak kebudayaan dan tradisi khas daerah. Dikarenakan banyaknya kebudayaan serta tradisi yang dimiliki, maka banyak kegiatan yang mengandung unsur budaya serta adat yang diselenggarakan setiap tahunnya. Dilansir melalui salah satu artikel *online*, dikatakan dengan banyaknya upacara keagamaan dan ritual adat di Bali, tidak heran bila Bali dapat disebut sebagai pulau dengan seribu adat (Wardhani, 2018). Salah satu dari beberapa tradisi dan kebudayaan yang dimiliki oleh Bali yaitu tradisi tarik-menarik atau yang dikenal dengan sebutan tradisi *Omed-omedan*. Keberadaan tradisi *Omed-omedan* ini telah menjadi jati diri bagi masyarakat Banjar Kaja, Desa Sesetan, Kota Denpasar, Bali. Hal ini terbukti dikarenakan sampai saat ini tradisi *Omed-omedan* sudah menjadi bagian dari salah satu tradisi unik yang ada di Bali.



**Gambar 1.1 Tradisi *Omed-omedan* yang dilakukan oleh Teruna-teruni Banjar Kaja**

Sumber: [merahputih.com](http://merahputih.com), diakses pada tanggal 15 Februari 2020, pada pukul 21.08 WIB

Keunikan yang dimiliki oleh tradisi *Omed-omedan* terdapat pada kegiatan yang dilakukannya, yaitu seluruh *teruna-teruni* (muda-mudi) Banjar Kaja berkumpul dan membentuk dua barisan perempuan dan laki-laki yang kemudian kedua barisan tersebut saling menghampiri satu dengan yang lain sehingga terjadi adegan berpelukan dan kemudian seolah terlihat saling berciuman sesuai dengan adat serta *pakem* yang dibuat oleh masyarakat Banjar Kaja, Desa Sesetan. Pelaksanaan tradisi *Omed-omedan* secara

rutin dilakukan oleh *teruna-teruni* Banjar Kaja, Desa Sesetan, tepatnya saat *ngembak geni* (rangkaian akhir dari perayaan Hari Raya Nyepi). Terkait dengan hal tersebut, budaya Bali memang telah menjadi salah satu elemen terpenting dalam setiap aspek kehidupan masyarakatnya. Perpaduan antara agama Hindu-Dharma dan adat istiadat setempat telah banyak menghasilkan karya seni dan sebuah tradisi yang unik di setiap daerahnya serta menjadi daya tarik pariwisata budaya di Bali.

Daya tarik terhadap keberagaman budaya yang semakin meningkat membuat pariwisata budaya menjadi salah satu alternatif kegiatan yang dilakukan ketika berkunjung ke Bali. Pariwisata budaya itu sendiri merupakan salah satu jenis pariwisata yang mengedepankan potensi kebudayaan yang dimiliki oleh suatu daerah sebagai daya tarik yang paling dominan dalam dunia pariwisata. Keberagaman budaya inilah yang kemudian dapat disebut sebagai salah satu penunjang pariwisata di Provinsi Bali. Melalui keberagaman budaya yang dimiliki, Bali mampu mendatangkan berbagai wisatawan, baik itu nusantara maupun mancanegara. Hal ini kemudian mampu berpengaruh pada jumlah kunjungan wisata setiap tahunnya yang selalu meningkat dikarenakan daya tarik Bali yang memukau wisatawan baik dari segi budaya, adat istiadat, kesenian yang beraneka ragam serta keindahan alam yang begitu mempesona ([kompas.com](http://kompas.com)).

Banyaknya wisatawan yang kagum akan keindahan dan keberagaman budaya yang dimiliki oleh Bali, membuat wisatawan yang datang memberi gelar Bali dengan berbagai sebutan seperti *The Island of Gods*, *The Last Paradise*, *The Island of Paradise*, *The Island of Thousand Temples*, *The Morning of the World*, dan banyak gelar pujian lainnya (Puspita, 2017). Untuk itulah pembangunan kepariwisataan yang dikembangkan di Bali berupa pariwisata budaya yang bersumber pada agama Hindu seperti yang tertuang dalam Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2012 tentang kepariwisataan di Bali yang harus tetap berlandaskan kebudayaan Bali yang dijiwai oleh Agama Hindu serta falsafah *Tri Hita Karana* (phribali, 2014:01).

Terkait dengan pariwisata, tradisi *Omed-omedan* pun telah menjadi salah satu daya tarik pariwisata budaya di Bali khususnya di daerah Banjar Kaja, Desa Sesetan. Keunikan tradisi *Omed-omedan* yang dimiliki oleh Banjar Kaja memiliki potensi untuk dijadikan sebagai wisata budaya maka dari itu, diperlukan sebuah strategi komunikasi yang baik sehingga keunikan yang dimiliki mampu dikemas dengan baik dan kemudian diperkenalkan dengan masyarakat luas. Seperti yang telah dijelaskan oleh Middleton (dalam Cangara, 2017:61) bahwa strategi komunikasi merupakan sebuah kombinasi

yang terbaik dan efektif dari semua elemen komunikasi yang meliputi komunikator, pesan, media, komunikan, efek, serta strategi komunikasi ini dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi secara optimal. Dalam hal ini, *teruna-teruni* Banjar Kaja berupaya semaksimal mungkin agar dapat mengemas pesan serta memilih media yang tepat untuk memperkenalkan keunikan yang dimiliki oleh tradisi *Omed-omedan* ini kepada masyarakat luas.

Dibalik keunikan dan kekhasan yang dimiliki oleh tradisi *Omed-omedan*, tidak jarang ada beberapa oknum yang mencemooh atau bahkan mendiskriminasi tradisi yang dimiliki oleh Banjar Kaja ini, karena dianggap tidak sesuai dengan norma yang berlaku secara umum khususnya budaya orang Timur. Ketika berbicara dalam sisi etika, melakukan kegiatan berpelukan kemudian saling berciuman dengan lawan jenis yang tidak memiliki hubungan tentu memang tidak pantas bagi adat ketimuran. I Gusti Ngurah Oka Putra yang merupakan salah seorang keturunan di Puri Oka Banjar Kaja, Desa Sesetan pun sempat merencanakan untuk meniadakan tradisi *Omed-omedan*. Dasar pemikiran beliau pada saat itu karena mendengar beberapa cemoohan dari luar Desa Sesetan yang mengatakan bahwa *teruna-teruni* Banjar Kaja mengadakan hiburan dengan berciuman dan berpelukan di depan umum. Namun, Beliau mengurungkan niat tersebut karena ditiadakannya tradisi *Omed-omedan* mengakibatkan datangnya dua ekor babi yang berkelahi sampai berdarah kemudian menghilang begitu saja. Kejadian tersebut dianggap sebagai pertanda buruk oleh masyarakat Banjar Kaja dan akhirnya tradisi *Omed-omedan* digelar kembali sampai sekarang ini (dalam Jurnal Mahardika, 2015:10).

Terlepas dari semua itu, tradisi *Omed-omedan* sebenarnya bukan hanya sekedar tradisi berpelukan dan berciuman. Lebih dari itu, dilansir melalui portal berita online Ketua *Seka Truna* Dharma Kerti tahun 2018, I Made Widya Sura Putra mengatakan:

*“Tradisi ini tidak semata sebagai ajang pelukan atau ciuman massal seperti informasi yang ada. Karena Omed-omedan itu kan berarti saling tarik-menarik bahkan itu ada pakemnya atau aturannya yang jelas. Mereka yang melakukan tradisi ini juga merupakan anggota STT secara spontanitas tanpa mengurangi tradisi dan pakem yang ada.”* ([radarbali.com](http://radarbali.com))

Pernyataan tersebut juga didukung melalui hasil wawancara dengan I Made Sudama selaku *Kelihan* (tokoh masyarakat) Adat Banjar Kaja, Desa Sesetan pada tanggal 03 Januari 2020 yang berlokasi di Desa Sesetan. Beliau mengatakan:

*“Ini Omed-omedan ini, untuk silaturahmi merayakan Hari Raya Nyepi sebenarnya. Ini awalnya adalah sebuah permainan yang ada aturannya, tidak*

*semerta-merta kita berciuman. Tidak ada unsur pornografi yang terkandung dalam tradisi ini, pokoknya ini adalah sebuah kebersamaan dan memang sudah bagian dari tradisi.”*

Tentu saja, hal ini sangat berbeda dengan kebudayaan yang ada di beberapa daerah lain di Indonesia. Salah satu contohnya adalah Provinsi Aceh yang memiliki pengaruh agama yang begitu kuat yang membuat pola berpikir, sikap, dan juga perilaku masyarakat Aceh dalam kehidupan sehari-hari harus dapat disesuaikan dengan kaidah-kaidah yang terdapat dalam agama yang dianutnya. Seperti yang kita ketahui bahwa di Aceh melakukan hal berciuman dan berpelukan dengan lawan jenis yang tidak memiliki hubungan hal itu dilarang, karena bertentangan dengan kaidah-kaidah yang dipercayai (Wibowo, 2004:3). Terkait dengan pembahasan diatas, maka dari itu masyarakat Hindu di Bali yang di dalamnya juga terdapat masyarakat Banjar Kaja, Desa Sesetan sangat menghargai tradisi yang telah menjadi bagian dari tradisi turun-temurun. Walaupun tradisi yang dimilikinya terlihat sangat bertentangan dengan norma ketimuran yang berlaku. Namun, karena ini merupakan sebuah tradisi yang lahir secara turun-temurun serta dijadikan sebagai tradisi tahunan, tradisi *Omed-omedan* harus dilestarikan dan diperkenalkan kepada masyarakat luas agar keberadaannya tidak punah serta disalah artikan.

Dikarenakan kondisi yang terjadi dilapangan terkait tradisi *Omed-omedan* yang banyak disalah artikan, *teruna-teruni* Banjar Kaja mulai mengemas tradisi yang mereka miliki melalui sebuah acara tahunan. Keberadaan acara ini dipandang sangat efektif dalam membantu memperkenalkan tradisi *Omed-omedan*. Hal ini terbukti dari semakin berkembangnya pengemasan tradisi *Omed-omedan*, yang dimana sebelum puncak pelaksanaan tradisi *Omed-omedan*, telah dibentuk kegiatan tahunan yang diberi nama Sesetan *Heritage Omed-Omedan Festival* yang selanjutnya akan disebut dengan SHOOF. Didalam festival tahunan ini, wisatawan atau masyarakat lokal yang datang berkunjung dapat menyaksikan secara langsung tradisi *Omed-omedan* (dalam Jurnal Cahyadinata, 2013:13). Pengemasan tradisi *Omed-omedan* ini merupakan salah satu bentuk strategi yang dibuat oleh *teruna-teruni* Banjar Kaja. Menurut Karl von Clausewitz (dalam Cangara, 2017:64) strategi komunikasi adalah sebuah seni yang melibatkan kemampuan yang dimiliki berupa intelegensi atau pikiran untuk menggiring keseluruhan sumber daya yang dimiliki sehingga mencapai tujuan dan memperoleh keuntungan yang optimal serta efisien. Maka dari itu, hasil pemikiran dari *teruna-teruni*

Banjar Kaja dalam upaya memperkenalkan tradisi *Omed-omedan* adalah melalui SHOOF.

SHOOF terbentuk pada tahun 2008 dan memiliki tujuan lain selain untuk memperkenalkan tradisi, festival ini juga bertujuan untuk mengemas tradisi khas asal Banjar Kaja ini agar lebih modern serta mudah dipahami oleh masyarakat luas. Tidak seperti Festival *Saidai-ji Eyo Hadaka* asal Jepang atau yang dikenal dengan sebutan festival telanjang di dunia, festival yang diselenggarakan oleh Banjar Kaja, Desa Sesetan ini bukan sekedar aksi untuk mempromosikan kebudayaan dan tradisi yang dimiliki oleh sebuah daerah, melainkan dibalik itu SHOOF juga menyuguhkan tradisi warisan leluhur yang memang dimana, ketika tradisi *Omed-omedan* ini tidak berlangsung maka hal ini dipercaya oleh masyarakat Banjar Kaja akan membawa petaka (Jurnal Cahyadinata, 2013:10). Selain itu, yang membedakan Tradisi *Omed-omedan* dengan *Saidai-ji Eyo Hadaka Matsuri* yaitu dari tujuan dan orang-orang yang dapat berpartisipasi menjadi peserta dalam tradisi dan kebudayaan tersebut.

Acara yang disebut *Saidai-ji Eyo Hadaka Matsuri* dalam Bahasa Jepang, merupakan sebuah festival untuk merayakan berkat panen berlimpah, kemakmuran, dan kesuburan. Siapa saja boleh jadi peserta dalam Festival Telanjang di Jepang ini, baik warga lokal maupun wisatawan internasional dengan cara mendaftarkan diri kepada panitia penyelenggara ([japan.travel](http://japan.travel)). Sedangkan tradisi *Omed-omedan* ini memiliki tujuan awal yaitu untuk mengeratkan tali silaturahmi antar masyarakat Banjar Kaja Desa Sesetan dan harus dilakukan pada saat *ngembak geni* (sehari setelah perayaan Hari Raya Nyepi). Terkait dengan partisipan yang boleh ikut dalam tradisi ini khusus *teruna-teruni* Banjar Kaja Desa Sesetan yang memiliki status belum menikah. Sesetan *Heritage Omed-Omedan Festival* yang selanjutnya akan disebut sebagai SHOOF merupakan festival tahunan yang digelar sehari setelah perayaan Hari Raya Nyepi. Berdasarkan informasi melalui jurnal JUMPA karya I Wayan Didik Roy Mahardika, Dinas Pariwisata Daerah Kota Denpasar menyatakan bahwa SHOOF sejak tahun 2010 telah masuk ke dalam kalender wisata tahunan Kota Denpasar.

Melihat hal tersebut, SHOOF merupakan salah satu potensi pariwisata budaya yang harus dikembangkan dan dipertahankan. Dalam hal ini, komunikasi pariwisata memegang peranan yang penting pula. Komunikasi membantu pemasaran pariwisata di berbagai elemen pemasaran, komunikasi juga berperan baik di media komunikasi maupun konten komunikasi. Dalam hal media komunikasi, tersedia berbagai macam media komunikasi sebagai saluran pemasaran, destinasi, aksesibilitas maupun saluran

media SDM dan kelembagaan pariwisata. Komunikasi juga berperan menyiapkan konten pesan yang harus disampaikan kepada masyarakat atau wisatawan, tentang apa yang seharusnya mereka tahu tentang media-media pemasaran, tentang destinasi, aksesibilitas dan SDM serta kelembagaan pariwisata. Maka dari itu, strategi komunikasi dan komunikasi pariwisata memiliki keterkaitan dalam hal ini untuk membantu mewujudkan tujuan SHOOF serta tujuan *teruna-teruni* Banjar Kaja dalam memperkenalkan tradisi *Omed-omedan* yang nantinya akan membuat suatu keunggulan tersendiri.

Sampai saat ini, *teruna-teruni* Banjar Kaja kerap membagikan informasi mengenai persiapan sampai dengan pelaksanaan SHOOF melalui akun Instagram @st.satyadharmakerti. Hal tersebut ditujukan untuk menginformasikan kepada masyarakat luas mengenai kegiatan yang sedang dilakukan menjelang acara puncak yang digelar setelah Hari Raya Nyepi. Selain itu, banyak pula lomba yang diadakan menjelang hari puncak festival. Salah satu lomba yang diadakan adalah lomba *short movie* se-Kota Denpasar dengan mengambil tema *Cultural Heritage Omed-Omedan*. Tujuan diadakan lomba-lomba ini sebenarnya untuk mendorong partisipasi masyarakat luar Banjar Kaja dalam memeriahkan SHOOF.



**Gambar 1.2 Poster Lomba *Short Movie* yang diselenggarakan oleh SHOOF**  
Sumber: akun Instagram @st.satyadharmakerti, diakses pada tanggal 18 Februari 2020, pada pukul 21.07 WIB

Setiap tahunnya, SHOOF memiliki tema yang berbeda. Perbedaan tema yang diambil setiap tahunnya membuat SHOOF tidak terkesan monoton karena mampu memadukan isu-isu sosial ke dalam ajaran Agama Hindu yang kemudian disampaikan melalui konten acara yang ada di dalam rangkaian SHOOF. Seperti halnya SHOOF tahun 2020 yang mengangkat tema "*Vasudhaiva Kutumbakam*" yang memiliki arti kita

adalah bersaudara yang merupakan sebuah implementasi dari ajaran *Tat Twam Asi* (aku adalah kamu, kamu adalah aku) guna memupuk cinta kasih antar sesama. Berdasarkan informasi yang diberikan oleh I Made Darma Putra selaku Ketua Pelaksana SHOOF 2020 pemilihan tema tersebut didasari karena *teruna-teruni* Banjar Kaja ingin memupuk kebhinekaan melalui penanggulangan isu rasisme yang beredar di masyarakat.

**Tabel 1.1 Tema SHOOF Selama Lima Tahun Terakhir**

<b>Tahun</b>	<b>Tema</b>
2020	<i>Vasudhaiva Kutumbakam</i> yang berarti kita bersaudara.
2019	<i>Cakra Bawa</i> yang berarti sebuah lingkaran kehidupan.
2018	<i>Jana Kerti</i> yang berarti tegaknya kesucian atau keseimbangan dalam diri sendiri manusia.
2017	<i>Sudhamala</i> yang berarti berbagi energi positif demi mencapai kebahagiaan/kemakmuran.
2016	<i>Rwa Bhinneda</i> yang berarti dua hal yang berbeda.

Sumber: Olahan Peneliti, Februari 2020

Rangkaian SHOOF ini sendiri dibagi menjadi tiga kelompok bagian kegiatan, diantaranya ada *peken paiketan* atau pasar rakyat, parade seni dan kemudian acara puncaknya ditutup dengan tradisi *Omed-omedan*. Selama kegiatan festival berlangsung pengunjung akan disugahi berbagai kuliner khas daerah dan juga penampilan seni yang mampu mengedukasi pengunjung. Pengemasan festival yang direncanakan dengan penuh pertimbangan ini merupakan salah satu wujud dari implementasi strategi komunikasi yang dilakukan oleh *teruna-teruni* Banjar Kaja dalam upaya memperkenalkan tradisi unik yang dimiliki.



**Gambar 1.3 Suasana Pasar Paiketan atau Pasar Rakyat**

Sumber: Yudistirani via [bali.idntimes.com](http://bali.idntimes.com), diakses pada tanggal 16 Februari 2020, pada pukul 18.12 WIB

Festival yang sudah dipersiapkan selama sembilan bulan oleh *teruna-teruni* Banjar Kaja ini juga terdapat beberapa ritual yang diadakan sebelum melakukan tradisi *Omed-omedan*. Sebelumnya *teruna-teruni* Banjar Kaja yang mengikuti tradisi ini wajib melakukan persembahyangan (ibadah) di Pura Banjar. Tujuan dilakukannya persembahyangan ini adalah untuk memohon kesucian diri dan keselamatan selama melakukan tradisi *Omed-omedan*. Kemudian, sebelum tradisi ini benar-benar dimulai akan ada penampilan Tari *Barong Bangkung* (Barong Babi) dengan tujuan mengingatkan kepada masyarakat mengenai sejarah tradisi *Omed-omedan* (Yudistirani, 2019).



**Gambar 1.4 Kegiatan Persembahyangan sebelum memulai Tradisi Omed-omedan**

Sumber: Yudistirani via [bali.idntimes.com](http://bali.idntimes.com) diakses pada tanggal 16 Februari 2020, pada pukul 18.25 WIB





**Gambar 1.5 Penampilan Tari Barong Bangkung Sebelum Memulai Tradisi Omed-omedan**

Sumber: Yudistirani via [bali.idntimes.com](http://bali.idntimes.com), diakses pada tanggal 16 Februari 2020, pada pukul 18.26 WIB

Selama 12 tahun festival ini berjalan, banyak perkembangan yang dialami. Hal ini ditandai banyaknya sponsor, media yang turut mendukung festival ini. Dukungan lain juga datang dari Pemerintah Kota Denpasar khususnya Dinas Pariwisata. Beberapa bentuk dukungan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata adalah dengan melakukan promosi melalui media Internet. Selain itu, Dinas Pariwisata Daerah Kota Denpasar kerap melakukan kunjungan ke luar negeri dalam rangka promosi wisata. Momen tersebut digunakan oleh pemerintah untuk membagikan informasi mengenai tradisi *Omed-omedan* yang disajikan dalam bentuk brosur hingga film dokumenter (Dinas Pariwisata Kota Denpasar, 2018). Selain dukungan dari pemerintah, media, dan juga masyarakat, SHOOF juga telah mendapatkan sebuah penghargaan pada tahun 2015 yaitu penghargaan Paramabudaya. Hal ini dikarenakan adanya pengelolaan festival yang baik oleh *teruna-teruni* Banjar Kaja dengan tujuan mampu memperkenalkan tradisi yang dimiliki sekaligus menjaga serta melestarikannya. Menurut mantan Walikota Denpasar Ida Bagus Rai Dharmawijaya Mantra, tradisi *Omed-omedan* merupakan salah satu bentuk pelestarian warisan budaya. Dilansir melalui sebuah berita yang diterbitkan pada tanggal 22 Maret 2015 Walikota Denpasar Ida Bagus Rai Dharmawijaya Mantra berkata, “*Kami harapkan melalui kegiatan ini dapat melestarikan dan memperkenalkan budaya omed-omedan dengan melibatkan seka teruna,*” ujarnya saat penyerahan Penghargaan Paramabudaya terkait dengan pelaksanaan kegiatan ini kepada *Bendesa* (sebutan untuk kepala desa adat di Bali) Adat Banjar Kaja ([kabarnusa.com](http://kabarnusa.com)).

Melalui pemaparan latar belakang diatas maka peneliti melakukan sebuah penelitian mengenai Tradisi *Omed-omedan* yang berfokus pada strategi komunikasi

pariwisata yang dilakukan oleh *teruna-teruni* Banjar Kaja melalui SHOOF. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif analitik, dimana pendekatan ini digunakan guna mendapatkan data yang diinginkan secara mendalam yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh *teruna-teruni* Banjar Kaja dalam memperkenalkan tradisi *Omed-omedan* dalam hal ini khususnya melalui SHOOF. Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan sebuah teknik pemilihan informan dengan mempertimbangkan aspek-aspek tertentu serta membuat kriteria yang digunakan sebagai pertimbangan dalam memilih informan. Dalam penelitian ini, terdapat empat informan kunci yang didalamnya itu merupakan *teruna-teruni* Banjar Kaja serta dua orang informan ahli yaitu seorang budayawan dan dosen pariwisata.

Berdasarkan telaahan kajian penelitian yang sejenis terdapat beberapa hal yang dapat memperkuat akan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh peneliti, diantaranya Jurnal pertama yang berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Riau sebagai Pusat Kebudayaan Melayu di Asia Tenggara Tahun 2020” oleh Mega Purnamasari yang dimuat dalam jurnal *jom.unri* (Vol. 4, No. 1) tahun 2017 menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan dengan tujuan menjadikan kebudayaan Melayu sebagai sebuah identitas yang kuat pada masyarakat Riau. Didalamnya penelitian ini mengidentifikasi peranan komunikator, mengenali sasaran komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, serta pemanfaatan media oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Riau dalam pencapaian tujuan Riau sebagai pusat kebudayaan Melayu di Asia Tenggara tahun 2020. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan peran Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Riau dalam mewujudkan tujuan diatas adalah dengan bertanggung jawab dalam setiap penyusunan dan penyelenggaraan kegiatan yang terkait dengan pelestarian keragaman dan kearifan lokal kebudayaan Melayu. Kemudian, dalam penentuan target sarannya yaitu Pemerintah, masyarakat Riau dan masyarakat luar pulau Riau. Dilihat dari segi pesan yang disampaikan kepada khalayak secara garis besar berisikan program untuk pengembangan dan pelestarian nilai-nilai kebudayaan Melayu. Kemudian yang terakhir dari mengenai media komunikasi yang digunakan berupa media komunikasi tidak langsung (media massa) dan komunikasi tatap muka (*Word of Mouth*) (Purnamasari, 2017:01-12).

Kemudian jurnal kedua yang berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Budaya Perahu Baganduang” yang ditulis oleh Ilham Fajri serta dimuat dalam jurnal *jom.unri* (Vol. 5, Edisi II) tahun 2018. Di dalam penelitian yang dilakukan memuat cara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi dalam mempromosikan kebudayaan yang dimilikinya melalui sebuah festival yaitu Festival Perahu Baganduang. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan beberapa strategi komunikasi yang terdapat dalam mempromosikan kebudayaan Perahu Baganduang yaitu, strategi khalayak, strategi pesan dan strategi media yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi. Di dalam menetapkan khalayak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi tentunya tidak memiliki sasaran yang terlalu spesifik dalam mempromosikan budaya perahu baganduang ini. Dari segi pengemasan pesan, pesan yang digunakan harus bersifat persuasif dan mampu menarik minat dan perhatian khalayak. Kemudian ditinjau media yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi dalam mempromosikan budaya perahu baganduang ini adalah melalui media *partner*. Dengan melihat penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti di atas, maka dapat ditarik benang merah bahwa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya telah mampu memberikan sumbangan berupa hasil analisis yang berguna bagi peneliti berikutnya dari berbagai bidang keilmuan utamanya yang terakit dengan strategi komunikasi. Sebuah festival yang dapat dijadikan sebagai wadah dalam memperkenalkan suatu kebudayaan dan tradisi khas yang dimiliki oleh suatu daerah menjadi hal yang penting dan memerlukan sebuah strategi komunikasi didalamnya agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Beberapa hal diatas kemudian akan menjadi sebuah dasar dalam membangun serta mewujudkan tujuan dari *teruna-teruni* Banjar Kaja dalam memperkenalkan tradisi *Omed-omedan* melalui sebuah festival tahunan yaitu SHOOF (Fajri, 2018:01-14).

Sementara itu, tradisi *Omed-omedan* yang sudah ada sejak abad ke-17 hingga saat ini terus berkembang seiring dengan perkembangan masyarakat Banjar Kaja tentu saja tidak lepas dari strategi yang dilakukan oleh *teruna-teruni* Banjar Kaja. Melalui sebuah festival yang dikemas oleh *teruna-teruni* Banjar Kaja, tradisi *Omed-omedan* mulai dikenal oleh masyarakat luas. Namun, banyaknya festival yang mengangkat mengenai kebudayaan dan tradisi di Bali menjadi sebuah tantangan bagi *teruna-teruni* Banjar Kaja dalam mengoptimalkan strategi komunikasi untuk memperkenalkan

keunikan yang dimiliki oleh tradisi *Omed-omedan*. Terkait hal tersebut, adanya sebuah strategi komunikasi merupakan suatu upaya dalam menyusun rencana komunikasi untuk menentukan langkah sehingga memperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan. Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat dalam mengoptimalkan festival sebagai media untuk memperkenalkan tradisi yang dimiliki oleh suatu daerah. Sebagai salah satu tradisi unik yang ada di Bali serta berdasarkan hasil pemaparan latar belakang di atas maka, peneliti tertarik mengetahui bagaimana **Strategi Komunikasi Pariwisata dalam Memperkenalkan Tradisi Omed-Omedan Desa Sesetan (Studi Deskriptif pada Teruna-teruni Banjar Kaja)**.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Menurut Moleong (2011:97) dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Kualitatif menyebutkan bahwa sebuah penelitian kualitatif merupakan penelitian ilmiah, dimana penelitian tersebut bertujuan untuk memahami sebuah fenomena yang ada dalam konteks sosial. Berdasarkan pertimbangan banyaknya aspek dan data yang akan diperoleh oleh peneliti dari lapangan, akhirnya peneliti memberikan batasan penelitian agar dapat menyajikan data hasil penelitian yang lebih terfokus dan relevan. Dalam penelitian ini, peneliti fokus membahas mengenai strategi komunikasi pariwisata *teruna-teruni* Banjar Kaja dalam memperkenalkan tradisi *Omed-omedan*.

## **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini, adalah “Bagaimana strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh *teruna-teruni* Banjar Kaja dalam memperkenalkan tradisi *Omed-omedan*?”

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan ketiga identifikasi masalah yang dipaparkan di atas, maka adapun tujuan dilakukannya penelitian ini, adalah mengetahui strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh *teruna-teruni* Banjar Kaja dalam memperkenalkan tradisi *Omed-omedan*.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk beberapa pihak yang berkepentingan. Dalam hal ini, penulis membagi manfaat ke dalam dua aspek penting yaitu:

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

- a. Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk menambah literatur penelitian jurusan Ilmu Komunikasi mengenai strategi komunikasi pariwisata, khususnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi pariwisata dalam memperkenalkan tradisi melalui sebuah festival.
- b. Menjadi sebuah bahan rujukan dalam sebuah penelitian terkait strategi komunikasi serta menjadi bahan rujukan referensi dalam pengajaran.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan serta pengalaman lebih menajauh dan mendalam mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh *teruna-teruni* Banjar Kaja dalam memperkenalkan tradisi *Omed-omedan* melalui Sasetan *Heritage Omed-Omedan* Festival bagi peneliti sendiri.
- b. Bagi *teruna-teruni* Banjar Kaja, penelitian ini dapat menjadi bahan acuan maupun bahan evaluasi dalam menentukan strategi komunikasi pariwisata yang optimal dan tepat dalam memperkenalkan tradisi *Omed-omedan* serta penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan faktor-faktor yang mendukung kegiatan Sasetan *Heritage Omed-Omedan* Festival, serta mengevaluasi dan mengurangi faktor penghambat kegiatan Sasetan *Heritage Omed-Omedan* Festival.
- c. Penelitian ini juga diharapkan memiliki manfaat bagi organisasi masyarakat yang ingin memperkenalkan tradisi yang dimilikinya melalui festival sebagai bahan referensi dan acuan dalam mempertimbangkan strategi komunikasi yang akan diterapkan.

