



Proses Komunikasi Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kota Padang Pada Program *Goes To School* di Kota Padang

Rani Rani

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum Ilmu Sosial Dan Humaniora,
Universitas Dharma Andalas

Korespondensi penulis: ranianin959@gmail.com

Dion Eriend

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum Ilmu Sosial Dan Humaniora,
Universitas Dharma Andalas

Alamat: Sawahan No.103, Simpang Haru, Kec. Padang Tim., Kota Padang, Sumatera Barat

Abstract. *The city of Padang has a variety of tourist attractions in every corner, be it culinary, natural, cultural, religious, historical and other tourist riches. Padang City Tourism is a tourist area that is very popular. With the formation of the Padang City Tourism Ambassador Union Uda as an extension of the Tourism Department, it cannot be denied that this is known to the entire community and the public. Data collection techniques are carried out through observation, interviews and documentation. This research uses descriptive qualitative methods. In this research, it can be seen how the communication process carried out by Uda Uni Duta Wisata in the Goes To School work program is carried out to promote tourism and preserve customs and culture in the city of Padang, developing information that is packaged through socialization or through social media. the effectiveness of using Uda Uni as a tourist ambassador for the city of Padang as a tourism, customs and culture role model who is able to become an extension of the government, to assist the government in increasing public knowledge about tourism and increasing tourist visits to the city of Padang. By sending uda uni as one of the tourism drivers, it can make it easier for the public to reach information through work programs carried out by uda uni Padang city, both physically through outreach and through the media. From this research, it can be seen how communication from Uda Uni Padang City Tourism Ambassadors socializes so that the public can receive information well.*

Keywords: *Communication Process, Information Targets, Information, Tourism, Tourism Ambassador*

Abstrak. kuliner, alam, budaya, religi, sejarah, serta kekayaan wisata lainnya. Pariwisata Kota Padang merupakan daerah wisata yang sangat banyak diminati. Dengan dibentuk nya Uda Uni Duta Wisata Kota Padang sebagai perpanjangan Dinas Pariwisata tidak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut diketahui oleh seluruh masyarakat dan publik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pada penelitian ini dapat dilihat bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh Uda Uni Duta Wisata pada program kerja Goes To School yang dilakukan untuk mempromosikan wisata dan melestarikan adat dan budaya yang ada di kota Padang, pengembangan informasi yang di kemas dengan secara sosialisasi atau pun melalui media sosial efektivitas penggunaan Uda Uni duta wisata Kota Padang sebagai role model pariwisata, adat dan budaya yang mampu menjadi perpanjangan tangan pemerintah, untuk membantu pemerintah dalam meningkatkan pengetahuan publik mengenai pariwisata dan meningkatkan kunjungan wisatawan dikota Padang. Dengan diutus nya uda uni sebagai salah satu penggerak pariwisata dapat memudahkan masyarakat untuk menjangkau informasi melalui program-program kerja yang dilakukan oleh uda uni kota Padang baik secara fisik melalui sosialisasi maupun melalui media. Dari penelitian ini dapat dilihat bagaimana komunikasi dari Uda Uni Duta Wisata Kota Padang dalam bersosialisasi agar dapat publik dapat menerima informasi dengan baik.

Kata Kunci: Proses Komunikasi, Sasaran Informasi, Informasi, Pariwisata, Duta Wisata

LATAR BELAKANG

Provinsi Sumatera Barat terdiri dari 12 Kabupaten dan 7 Kota dengan berbagai objek wisata yang tersebar di tiap daerah Kabupaten dan Kotanya yang ramai dikunjungi oleh berbagai wisatawan lokal maupun internasional. Potensi Pariwisata Sumatera Barat meliputi pegunungan, dataran rendah, hingga pesisir pantai serta didukung oleh adat istiadat yang menjadikan Pariwisata di Sumatera Barat tidak kalah dengan daerah-daerah lainnya yang tersebar di Indonesia. Kota Padang adalah salah satu Kota di Provinsi Sumatera Barat yang sekaligus menjadi ibukota Provinsi, yang secara Geografi, Kota Padang terletak dipesisir pantai Sumatera.

Kota Padang juga memiliki banyak objek wisata yang sangat diminati oleh para wisatawan baik lokal maupun internasional, mulai dari wisata alam, adat, budaya, kuliner, sejarah, serta religi. Salah satu objek wisata religi yang banyak dikunjungi adalah Masjid Raya yang merupakan sebuah ikon dari kota padang yang menjadi lokasi utama yang akan dikunjungi jika ingin berkunjung ke Kota Padang, dengan kontruksi masjid yang terdiri dari tiga lantai ruang utama yang digunakan sebagai ruang shalat. Denah masjid berbentuk persegi yang melancip di empat penjuruanya, bentuk sudut lancip sekaligus mewakili atap bergonjong pada rumah adat Minangkabau *Rumah Gadang*.

Lain kebutuhan yang di inginkan oleh wisatawan dalam berkunjung ke Kota Padang, jika berbicara soal wisata Kuliner, Kota Padang memiliki sebuah kuliner dengan khas nya kuliner Sumatera Barat, yaitu Rendang, yang dapat di temui di beberapa titik pusat oleh-oleh dan restoran yang ada di Kota Padang. Kemudian untuk wisata alam yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan yang berkunjung adalah Pantai Muaro Lasak, Puncak Paralayang, Gunung Padang, Ngungun Saok, Lumin Park, Kota Tua, jembatan Siti Nurbaya, Rumah Adat Kajang Padati, dan juga objek wisata lainnya nya yang menjadi daya tarik bagi pengunjung yang berwisata ke Kota Padang.

Pada saat ini Kota Padang sedang dalam perkembangan yang didukung oleh berbagai potensi wisata yang ada di dalam nya. Dalam upaya mengembangkan dan mempromosikan pariwisata Kota Padang. Pengembangan potensi wisata yang diharapkan tentunya melibatkan banyak pihak baik itu pemerintah, investor, dan juga masyarakat. Setiap daerah pasti mempunyai keunikan baik itu segi budaya maupun pandangan alam yang menjadi modal utama bagi pendirian objek wisata. Remaja adalah media atau penggerak yang tentunya cukup efektif dalam mengembangkan pariwisata Kota Padang, dengan kemampuan teknologi, sosialisasi, relasi, dan program yang dapat dilakukan.

Namun seiring dengan perkembangan zaman saat ini, remaja Kota Padang masih banyak yang masih belum mengetahui mengenai pariwisata, adat dan budaya yang ada di Kota Padang. Kurangnya pembekalan atau pemaparan materi mengenai pariwisata adat dan budaya membuat remaja saat ini tidak mengetahui apa saja pariwisata adat dan budaya yang ada di Kota Padang, yang mana mestinya remaja lah yang seharusnya menjadi penerus dan yang melestarikan pariwisata adat dan budaya sebagai bentuk warisan leluhur dari generasi ke generasi. Pada 2015 Pemerintah Kota Padang bersama dengan Dinas Pariwisata Kota Padang membentuk adanya Uda Uni Kota Padang melalui beberapa tahapan seleksi untuk dapat memenuhi kriteria menjadi Uda Uni Duta Wisata, dengan kemampuan komunikatif, informatif dan berpenampilan yang menarik.

Tentunya dengan kecakapan Uda Uni diharapkan dapat menarik perhatian masyarakat serta sekaligus mengedukasi tentang wisata kota Padang. Keterlibatan Uda Uni sebagai Duta Wisata juga bertujuan untuk memperkenalkan secara luas tentang potensi pariwisata yang ada di Kota Padang. Di Kota Padang untuk Uda Uni sendiri tidak bernama Ikatan Uda Uni Kota Padang seperti kabupaten kota lainnya, melainkan bernama ADWINDO (Asosiasi Duta Wisata Indonesia) Kota Padang, ADWINDO merupakan sebuah organisasi kepemudaan Nasional yang bergerak di bidang kepariwisataan dan kebudayaan.

Menaungi forum komunikasi Duta Wisata seluruh Indonesia yang kemudian disebut dengan dewan pengurus daerah untuk tingkat Provinsi. Organisasi ini merupakan organisasi di bawah binaan kementerian kebudayaan dan pariwisata dan disahkan berdiri melalui kongres Nasional Duta Wisata Indonesia tahun 2005 di Bali. Untuk pemilihan generasi baru, ADWINDO juga menjadi yang pertama di Sumatera Barat, hal ini dapat dilihat dari kalender *Event* yang dibentuk oleh dinas pariwisata, Pemilihan Uda Uni Duta Wisata Kota Padang menjadi sebuah ajang tahunan yang ditetapkan dalam kalender *event* pariwisata Dinas Pariwisata Kota Padang.

Pemenang dalam ajang ini akan menjadi seorang duta wisata daerah yang nantinya akan menjadi perwakilan daerah untuk melanjutkan ajang di tingkat Provinsi. Kehadiran Uda Uni dalam pelaku penggerak pariwisata saat ini sudah sangat yang menjadi alternatif baru bagi dinas pariwisata dalam memajukan pariwisata, karena memiliki *role model* yang melambungkan dari *rang mudo jo puti bungsu*. Peran Uda Uni sebagai Duta Wisata diharapkan dapat menjadi *role model* pariwisata adat dan kebudayaan untuk mengembangkan dan menjual nilai pariwisata pada masyarakat didalam maupun diluar kota Padang.

Selain bergerak bersama Dinas Pariwisata, Uda Uni juga memiliki agenda rutin di lingkungan sosial untuk memberikan edukasi kepada masyarakat dan remaja kota Padang serta

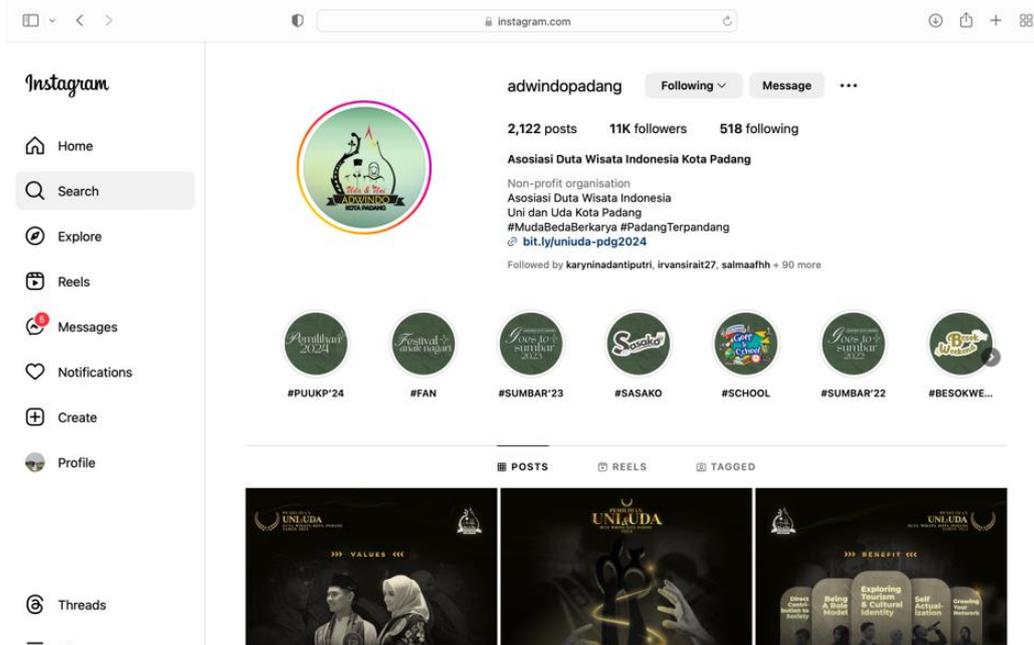
memberikan pengetahuan umum mengenai pariwisata adat dan budaya. Uda Uni Duta Wisata Kota Padang juga merupakan bagian dalam suatu *pageant* yang bergerak dibidang pariwisata. Dalam hal ini, Adwindo Kota Padang memiliki banyak sekali program kerja yang dilakukan, salah satu yang menjadi *highlight* dari beberapa kegiatan lainnya yaitu ADWINDO Goes To School, Program kerja ADWINDO Goes To School ini merupakan sebuah program kerja yang dilakukan di setiap sekolah-sekolah tingkat SMA, dengan audiens adalah remaja siswa-siswi SMA Kota Padang.

ADWINDO Goes To School berisikan sebuah sosialisasi kepada siswa dan siswi mengenai pariwisata, adat, dan budaya. ADWINDO Goes To School merupakan program kegiatan yang dilakukan atas izin dari pihak sekolah dan diketahui oleh dinas pariwisata, pihak sekolah akan memberikan waktu dan tempat untuk kedatangan ADWINDO dalam melakukan sosialisasi. Program unggulan ini berhadapan dan berinteraksi secara langsung kepada siswa siswi. Proses komunikasi yang dilakukan oleh Uda Uni Duta Wisata Kota Padang dalam sosialisasi ini dapat membuat siswa siswi mengerti dengan pesan yang disampaikan, untuk mengingatkan kembali penting nya memahami mengenai adat dan budaya serta melestarikan pariwisata.

Uda Uni Duta Wisata Kota Padang dapat melihat respon dan juga pemahaman siswa dan siswi mengenai materi yang disampaikan dengan memberikan sebuah *quiz* atau tanya jawab ke pada siswa siswi. Dengan memberikan *scarf* pada siswa siswi sebagai bentuk apresiasi atas antusias dan pemahaman yang didapatkan, dengan harapan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari untuk semua materi yang diberikan, Kegiatan ini dilakukan setiap 2 kali satu bulan, sesuai dengan jadwal yang disetujui oleh pihak sekolah, Pelaksanaan dari kegiatan ini adalah Uda Uni Duta Wisata yang menjabat pada tahun tersebut.

Program ini mulai dijalankan oleh Uda Uni Duta Wisata kota padang sejak tahun 2019, dengan ide dan gagasan yang didapat karena terinspirasi dari persiapan untuk pemilihan Uda Uni Duta Wisata tingkat Provinsi Sumatera Barat yang menjadikan kunjungan ke sekolah ini menjadi sebuah syarat yang harus dilakukan setiap Uda Uni Duta Wisata perwakilan Kabupaten/Kota di Sumatera Barat. Hal tersebut yang membuat peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam untuk mengetahui bagaimana Proses Komunikasi Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) pada program Goes To School Di Kota Padang.

Berikut adalah gambar jumlah pengikut dari Asosiasi Duta Wisata Indonesia Kota Padang yang terdiri dari berbagai kalangan dan baik masyarakat Kota Padang, maupun publik pada *platform* Instagram:



Gambar 1. Profil Instagram Uda Uni kota Padang

Berdasarkan hasil observasi awal (pra penelitian) yang peneliti lakukan, siswa siswi di Kota Padang masih banyak yang belum mengetahui mengenai pariwisata adat dan budaya yang ada di Kota Padang, banyak nya istilah dan dan tempat-tempat yang seharusnya menjadi suatu objek yang populer di Kota Padang namun menjadi asing bagi siswa siswi saat ini, alasan ini lah yang menjadi hambatan bagaimana kurangnya pengetahuan siswa siswi mengenai adat dan budaya serta melestarikan pariwisata Kota Padang. Dengan demikian dapat dilihat bagaimana proses komunikasi yang dilakukan Uda Uni Duta Wisata Kota Padang dalam melakukan sosialisasi di sekolah-sekolah yang ADWINDO kunjungi.

Berdasarkan pada penjelasan diatas, maka peneliti merasa perlu untuk mengetahui bagaimana Proses Komunikasi Uda Uni Duta Wisata Kota Padang Pada Program ADWINDO Goes To School Di Kota Padang.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah di uraikan diatas, berisi tentang bagaimana Proses komunikasi yang dilakukan oleh Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kota Padang pada program Goes To School Di Kota Padang.

Dari inti pokok permasalahan yang dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Proses Komunikasi Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kota Padang pada program Goes To School Di Kota Padang, agar pesan yang disampaikan tersebut sampai dan diterima oleh siswa dan siswi (Komunikasikan)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini dapat disebut demikian karena jenis penelitian ini memberikan penekanan (fokus) pada upaya mendeskripsikan keadaan sebagaimana adanya. Bogdon dan Taylor (dalam Moleong, 2012) mengatakan bahwa tujuannya adalah menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati, yang dimaksudkan untuk eksplorasi dan klasifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menghasilkan pengetahuan tentang realitas sosial dan dilakukan dengan sadar dan terkendali. Pendekatan kualitatif digunakan agar dapat menggambarkan dan mengungkapkan serta menjelaskan realitas sosial yang terjadi. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat dideskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat akan fakta-fakta tertentu. Penelitian ini berupaya menjelaskan realitas dan menganalisis bagaimana Proses Komunikasi Uda Uni Duta Wisata Kota Padang Pada Program ADWINDO Goes To School Di Kota Padang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Profil Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kota Padang

Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kota Padang merupakan sebuah organisasi resmi yang berada dibawah naungan Dinas Pariwisata Kota Padang, yang mana setiap kegiatannya bertujuan untuk menjaga, melestarikan serta mengembangkan promosi pariwisata adat dan budaya Kota Padang, ADWINDO Kota Padang memiliki peran dan tugasnya sebagai Duta Wisata, kegiatan itu di sebut sebagai program kerja yang di agendakan dan juga terdaftar pada kalender *event* pariwisata, program kerja yang dilakukan dapat berupa sosialisasi langsung maupun melalui sosial media, dengan tujuan yang sama untuk melestarikan, mengembangkan, dan menjaga pariwisata adat dan budaya Kota Padang. Sebagai *rang mudo jo puti bungsu*, Uda Uni Duta Wisata merupakan sebuah media sebagai perpanjangan tangan Dinas Pariwisata dalam mempromosikan wisata yang ada di Kota Padang, Sebelum bergabung bersama ADWINDO, Uda Uni Duta Wisata Kota Padang disebut sebagai Ikatan Uda Uni Duta Wisata Kota Padang (IUUKP), bergabung bersama ADWINDO dimulai pada tahun 2015. Meskipun begitu tugas dan tanggung jawab Uda Uni Duta Wisata Kota Padang tetap sama.

a. Visi dan Misi**Visi:**

“Terwujudnya organisasi kepemudaan intra Dinas Pariwisata Kota Padang yang dinamis, berwibawa, bermartabat, dan profesional intelektual yang merefleksikan perwujudan kebenaran ilmiah secara efektif dan professional dengan berdasarkan UUD 1945”

Misi:

Melaksanakan upaya-upaya demokrasi dalam penyelenggaraan dan perwujudan kebenaran ilmiah, melakukan upaya-upaya promosi pariwisata Kota Padang melalui kebijakan yang dibuat secara kelembagaan. Secara dinamis, cerdas, kreatif, serta dapat menjadi teladan bagi pemuda pemudi Kota Padang dan menjadi ujung tombak bagi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Padang dalam mempromosikan pariwisata Kota Padang secara Nasional maupun Internasional.

b. Kepengurusan Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kota Padang**Tabel 1. Daftar Tabel Kepengurusan ADWINDO Kota Padang**

NO	NAMA	DIVISI	PEKERJAAN
1	Ade Yonanda Irza, S.E, M.Sc	Pembina Adwindo Kota Padang	Kepala Bidang Pariwisata Ekonomi Kreatif
2	Bima Govaroli	Ketua Adwindo 2023	Staff Bank Nagari
3	Muhammad AlFikri	Wakil Ketua	Mahasiswa
4	Aufa Sabila Zufti	Sekretaris	Mahasiswa
5	Denissa Marwa	Bendahara	Dosen
6	Defri Hardiansyah	Koordinator Pariwisata Adat Budaya Sosial Lingkungan (PABSL)	Mahasiswa
7	Ridho Aulia	Anggota PABSL	Mahasiswa
8	Fuji Kinanti Ramadhani	Anggota PABSL	Mahasiswa
9	Fajar Januardi	Anggota PABSL	Mahasiswa
10	Annisa Pratiwi Salmi	Anggota PABSL	Mahasiswa
11	Muhammad Farid	Anggota PABSL	Mahasiswa
12	Aqila Vebiana	Anggota PABSL	Mahasiswa
13	Sandri Ali	Anggota PABSL	Mahasiswa
14	Royan Hadyantama	Koordinator Infokom Humas	Freelance
15	Karynina Danti Putri	Koordinator Infokom	Dokter

NO	NAMA	DIVISI	PEKERJAAN
16	Rani	Anggota Infokom	Mahasiswa
17	Muhammad Farhan	Anggota Infokom	Mahasiswa
18	Annisa Atika Irwan	Anggota Infokom	Mahasiswa
19	Clarisa Resty Aufiani	Anggota Infokom	Mahasiswa
20	Salsabila Putri Maharani	Koordinator Humas	Mahasiswa
21	Nadhira Ayisha Fardha	Anggota Humas	Mahasiswa
22	Sonnya Camelia	Anggota Humas	Mahasiswa
23	Firdaus	Anggota Humas	Guru
24	Rijalul Fikri	Koordinator Kewirausahaan Inventarisasi (KWI)	Mahasiswa
25	Aulya Putri Rahman	Anggota KWI	Mahasiswa
26	Ilham Kurniawan	Anggota KWI	Mahasiswa
27	Irham Majid	Anggota KWI	Mahasiswa
28	Lingga Anugerah Pratama	Anggota KWI	Mahasiswa
29	Inna Hoqda Friana	Koordinator Pemberdayaan Anggota (PDA)	Bidan
30	Syawelly Hanim	Anggota PDA	Mahasiswa
31	Hasbi Rismi	Anggota PDA	Mahasiswa
32	Razif Juliandra Albar	Anggota PDA	Mahasiswa

Sumber: Database Asosiasi Duta Wisa Indonesia (ADWINDO) Kota Padang

Proses Komunikasi Asosiasi Duta Wisata (ADWINDO) Kota Padang Pada Program Goes To School di Kota Padang

Proses pembelajaran merupakan proses perubahan tingkah laku melalui pengalaman belajar. Pengalaman dapat berupa pengalaman langsung dan pengalaman tidak langsung. Proses untuk mendapatkan pengalaman langsung dilakukan melalui aktivitas pembelajaran pada situasi yang sebenarnya, sedangkan untuk proses pengalaman tidak langsung dilaksanakan sebagai upaya menyikapi kendala tidak semua bahan dapat disajikan secara langsung. Pembelajaran juga mampu di dapatkan dari informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dan peluang yang ada dilingkungan kehidupan.

Informasi merupakan suatu kumpulan data yang sudah di proses untuk memperoleh informasi pengetahuan yang lebih berguna untuk mencapai suatu sasaran. Suatu informasi

dapat dikatakan bernilai apabila informasi tersebut memberikan suatu manfaat yang lebih dibanding dengan kita hanya melihat data yang ada (Ferry Ferdian, 2017). Sedangkan proses komunikasi di artikan sebagai “transfer informasi” atau pesan-pesan (*Message*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan melalui cara dan saluran tertentu, bertujuan agar terjadinya perubahan perilaku sesuai pesan yang diterima. Hakikatnya, merupakan hasil proses yang rumit, meliputi kognisi (*Thinking*) dan perilaku (*Doing*) serta membutuhkan semua (Silalahi, 2004:13).

Dari hal diatas, dapat di simpulkan bahwa dalam proses komunikasi yang teratur, maka segala informasi yang disampaikan akan tersampaikan dengan seharusnya. Dengan kemajuan teknologi saat ini, menyampaikan informasi dan sebuah sosialisasi mungkin saja lebih efektif dengan menggunakan sosial media, hal tersebut memang sangat efektif, namun dengan melakukan sosialisasi langsung, maka komunikator dapat melihat langsung reaksi efek yang ditimbulkan oleh komunikan dengan informasi yang diberikan. Sebagai media perantara antara masyarakat dan Dinas Pariwisata Kota Padang, ADWINDO selaku Duta Wisata informasi yang diberikan oleh ADWINDO akan merubah membawa sebuah perubahan yang lebih baik, informasi yang diberikan akan berpengaruh pada pelestarian dan perkembangan pariwisata adat dan budaya.

“Seorang Duta Wisata itu memiliki tanggung jawab dan tugas yang harus dilakukan sebagai bentuk pengabdian kepada Dinas Pariwisata, Karena Duta Wisata adalah sebuah wadah yang diberikan oleh Dinas Pariwisata untuk dapat mengembangkan dan melestarikan Pariwisata, Adat dan Budaya, dengan semua sarana dan prasarana yang diberikan, sebagai perpanjangan tangan Dinas Pariwisata, Duta Wisata tentunya memiliki program kerja yang dilaksanakan untuk melakukan promosi dan melestarikan pariwisata. Kegiatan yang dilakukan baik secara langsung maupun melalui sosial media. Dalam proses komunikasi yang dilakukan ADWINDO dalam penyampaian informasi pada masyarakat tentunya memiliki pembagian tugas nya masing-masing, baik tugas dalam penyampaian informasi, dalam merancang sebuah kegiatan, bertugas design untuk informasi pada media, serta yang bertugas dalam membuat perizinan bersama pihak terkait. semua hal tersebut bertujuan agar kegiatan dapat berjalan dengan baik sebagaimana semestinya, karena dalam sebuah program yang dijalankan tentunya memiliki perencanaan yang baik, agar informasi yang disampaikan tepat pada sasaran.”
(Sumber: Wawancara bersama Uda Bima Govaroli selaku Ketua ADWINDO Kota Padang 2023. Pada 25 Januari 2024 Pukul 15.20 WIB yang bertempat di Kantor Camat Padang Barat).

Adapun pernyataan dari Uda Bima Govaroli sebagai Ketua kepengurusan ADWINDO Kota Padang 2023, menyatakan tahapan dan proses kinerja pada Uni Uda Duta Wisata Kota Padang sebagai perpanjangan tangan Dinas Pariwisata, hal tersebut di sambut dengan pernyataan dari Wakil Ketua ADWINDO.

“Menjadi seorang pemuda pemudi bukan tentang siapa kita, tetapi seberapa besar kita memberikan manfaat pada orang-orang disekitar kita, menjadi pemuda pemudi yang bermanfaat pada masyarakat dalam menyampaikan dan membagi ilmu yang dapat diberikan pada orang-orang di lingkungan sosial, bersamaan dengan ini yang dilakukan oleh ADWINDO Kota Padang tidak pernah lepas dari pariwisata adat dan kebudayaan, ilmu yang diberikan berupa bagaimana pelestarian, pemanfaatan dan mengembangkan pariwisata adat dan budaya. itulah mengapa ADWINDO selalu berperan penting dalam setiap event yang ada di Kota Padang. Kita selaku Duta Wisata memiliki berbagai macam program kerja yang dilakukan, seperti ADWINDO berbagi pada bulan Ramadhan, ADWINDO Goes To School, Festival Anak Nagari, Besok Weekend, Saiyo Sakato (SASAKO), Co Takok. Semua program ini dilakukan atas izin dan dukungan dari Dinas Pariwisata dan Masyarakat. Setiap program yang dilakukan melibatkan seluruh perangkat di Uda Uni Duta Wisata Kota Padang dalam melakukan tugas nya. **(Sumber: Wawancara bersama Uda Muhammad Alfikri selaku Wakil Ketua ADWINDO Kota Padang. Pada 28 Januari 2024 Pukul 16.35 WIB yang bertempat di Kantor Camat Padang Barat).**

Selain pendapat Ketua dan Wakil ADWINDO, pernyataan tersebut juga di dukung oleh Koordinator Pariwisata, Adat, Budaya Sosial dan Lingkungan (PABSL) sebagai penyelenggara setiap Roadshow yang dilakukan oleh ADWINDO bahwasannya

“Bagaimana sosialisasi dilakukan berdasarkan teknis awalnya mengajukan surat terlebih dahulu, pada hari H ADWINDO Akan berkunjung ke sekolah yang telah ditetapkan tersebut dan melakukan sosialisasi sesuai runtutan materi yang telah dibuat, lalu bagaimana ADWINDO meyakinkan siswa siswi dengan materi yang disampaikan pastinya dengan penyampaian materi yang dilakukan dengan skill komunikasi yang dimiliki oleh ADWINDO Kota Padang, dapat dipastikan materi dapat diterima dengan baik. **(Sumber : Wawancara bersama Uda Defri Hardiansyah selaku Koordinator Pariwisata Adat dan Budaya Sosial Lingkungan ADWINDO Kota Padang. Pada 02 Februari 2024 Pukul 13.35 WIB yang bertempat di Kantor Camat Padang Barat).**

Dari penjabaran yang diberikan oleh koordinator Pariwisata Adat dan Budaya Sosial Lingkungan tersebut, mendapat jawaban yang diberikan oleh siswa siswi yang terlibat dalam program ADWINDO Goes To School ini.

“Dari kedatangan ADWINDO di sekolah kami, kami mendapatkan gambaran dan pengetahuan mengenai pariwisata yang ada di Kota Padang, ternyata banyak sekali destinasi wisata menarik yang harus dikunjungi, jadi tidak harus keluar kota atau keluar negeri untuk sekedar liburan, di Kota Padang terbentang luas destinasi wisatanya. Juga kami mendapatkan ilmu tentang adat budaya yang ada Minangkabau yang disampaikan oleh Uda Uni ADWINDO Kota Padang. Dengan kehadiran Uda Uni dari ADWINDO dapat menumbuhkan kembali rasa cinta kami terhadap adat dan budaya Minangkabau. **(Sumber: Wawancara bersama Siswa Siswi SmaN 16 Kota Padang. Pada 01 Februari 2024 Pukul 14.35 WIB yang bertempat di SmaN 16 Kota Padang).**

Sama hal nya dengan pernyataan yang diberikan oleh siswa siswi SmaN 16 Kota Padang, Dinas Pariwisata juga memberikan pernyataan yang sama dengan program yang dilakukan oleh ADWINDO Kota padang.

“Kita sangat senang dan terbantu dengan hadir nya ADWINDO Uda Uni Duta Wisata Kota Padang, sebagai duta wisata Kota Padang karena banyak sekali kegiatan sosial yang belum mampu terealisasikan oleh Dinas Pariwisata, lalu ADWINDO mampu melaksanakan kegiatan yang sangat membantu kita dalam melakukan perkembangan dan meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam promosi pariwisata yang ada di Kota Padang, dari berapa banyak kegiatan yang dilakukan ADWINDO semua kita wadah dan sediakan sarana dan prasarana untuk memajukan setiap program yang dilakukan. Masyarakat banyak tau dengan ADWINDO yang semakin hari semakin aktif dalam kegiatan sosial nya di Kota Padang, besok kita akan bentuk dan adakan sekretariat khusus, karena untuk sementara waktu ADWINDO di tempatkan di camat Padang Barat, anggaran yang di berikan untuk ADWINDO selalu kita upayakan untuk kelancaran setiap program kerja ADWINDO, karena kalender event juga sudah menetapkan bahwa ADWINDO harus di bentuk kepengurusan baru setiap setahun sekali, yaitu pemillihan Uda Uni Duta Wisata Kota Padang. **(Sumber: Wawancara bersama Bapak Mardi dari Dinas Pariwisata. Pada 02 Februari 2024 Pukul 13.35 WIB yang bertempat di Kantor Dinas Pariwisata Kota Padang).**

Berdasarkan hal di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kota Padang, pada program ADWINDO *Goes To School*, yang dilakukan ADWINDO Uda Uni Duta Wisata Kota Padang Sudah menerapkan komunikasi yang teratur pada sosialisasi yang dilakukan oleh ADWINDO Kota Padang.

Pembahasan

Berdasarkan pada observasi dan wawancara dilapangan, maka hasil dari penelitian ini dilihat dalam Teori Laswell yang digunakan dalam kerangka pemikiran adalah sebagai berikut:

a. Komunikator

ADWINDO merupakan Komunikator yang menyampaikan materi dalam kegiatan *Goes To School* tersebut kepada siswa siswi, hal itu ditentukan berdasarkan kepada tugas peran dan tanggungjawab yang diberikan kepada Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kota Padang sebagaimana yang disampaikan oleh Saudara Royan dalam kutipan wawancara berikut:

“Kami sebagai Uda Uni Duta Wisata Kota Padang, diberikan tugas dan tanggungjawab melalui Program Kerja, untuk dapat memberikan sosialisasi kepada siswa siswi di kegiatan *Goes To School*, sebagai pembicara dalam memberikan materi Pariwisata, Adat, dan Budaya, untuk memberikan materi tersebut dapat dilihat sesuai dari *rundown* yang diberikan oleh divisi Pariwisata, Adat, Budaya, Sosial dan Lingkungan (PABSL) ” (Wawancara dengan Saudara Royan pada tanggal 27 Januari 2024).

Merujuk kepada pernyataan wawancara diatas dapat dilihat bahwa penentuan komunikator atau siapa yang bertindak pada program *Goes To School* ini ditentukan oleh divisi PABSL yang merancang kegiatan mulai dari penentuan sekolah hingga komunikator yang menyampaikan materi yang disampaikan.

b. Pesan

Informasi yang disampaikan oleh ADWINDO melalui sosialisasi ini di sampaikan dan dikemas dengan semenarik mungkin agar informasi yang disampaikan dapat di terima dengan baik dan dimengerti oleh komunikan, siswa siswi dapat menerima informasi atau pesan yang disampaikan untuk dapat dikembangkan dan diterapkan dalam kehidupan siswa siswa yang mendapatkan informasi tersebut. Sebagaimana yang disampaikan oleh saudari Salsabilla dalam kutipan wawancara berikut:

"Informasi dan materi yang diberikan bukan hanya sebatas untuk menuntaskan pekerjaan dalam menyampaikan materi saja, tapi ADWINDO akan mengemas materi dan informasi yang disampaikan dengan sesuatu yang menarik dengan game

dan *ice breaking* untuk menarik perhatian siswa siswi dalam menerima materi, dengan harapan dapat di terapkan dan di kembangkan oleh siswa siswi yang menerima pemaparan materi yang disampaikan oleh ADWINDO, serta siswa siswi dapat membantu dalam melestarikan Pariwisata Adat dan Budaya yang ada di Kota Padang. (Wawancara dengan Saudari Salsabilla pada tanggal 29 Januari 2024)

Dari pernyataan yang diberikan dari hasil wawancara yang dilakukan dapat dilihat bagaimana ADWINDO melakukan sosialisasi kepada komunikan untuk menyampaikan pesan yang disampaikan agar dapat dimengerti dan dipahami oleh komunikan, untuk keberhasilan ADWINDO dalam melakukan program kerja yang dilakukan.

c. Media

Media yang digunakan dalam melakukan program *Goes To School* ini adalah sosialisasi langsung yang dilakukan ADWINDO di Sma yang dikunjungi. Untuk penggunaan media sosial ADWINDO hanya memanfaatkan sebagai media promosi untuk informasi kegiatan yang dilakukan, karena efektifitas penggunaan media tidak dapat dilihat bagaimana reaksi dan respon yang diberikan oleh komunikan atau siswa siswi. Sebagaimana yang disampaikan oleh saudara Defri dalam kutipan wawancara berikut:

“Sosialisasi ini sebenarnya bisa saja di lakukan secara online atau sosialisasi media saja, agar lebih efektif dan sederhana, tapi kita tidak bisa memastikan komunikan atau siswa siswi tersebut mengerti dan dapat memahami apa yang kita sampaikan, karena hal yang disampaikan melalui sosial media bisa saja hanya menjadi informasi yang numpang singgah di pemahaman komunikan, sedangkan harapan kita siswa sisiwi tersebut dapat mengerti dan memahami apa yang disampaikan agar dapat di terapkan di kehidupan siswa siswi yang mendengarkan (Wawancara dengan saudara Defri pada pada tanggal 27 Januari 2024)

Merujuk dari wawancara yang dilakukan dengan saudara defri tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang dilakukan dalam sosialisasi ADWINDO *Goes To School* tidak berfokus pada sosial media, melainkan sosialisasi fisik atau secara langsung yang dilakukan agar dapat melihat reaksi dan respon langsung dari komunikan.

d. Komunikan

Di zaman teknologi yang semakin maju saat ini, kita banyak melihat lunturnya adat dan budaya pada remaja, ADWINDO yang merupakan sebagai *role model* pariwisata adat budaya memiliki peran penting akan hal ini, dalam memberikan materi pada siswa

siswi sebagai komunikasi untuk mengembangkan pariwisata adat budaya. Siswa siswi akan mengolah materi yang diberikan untuk dapat diterapkan di kehidupan sehari-hari. Siswa siswi merupakan remaja yang memiliki potensi yang dapat membantu dalam perkembangan dan pelestarian pariwisata adat dan budaya. sebagaimana yang disampaikan oleh saudara Aufa dalam kutipan wawancara berikut:

“Sosialisasi yang dilakukan akan membuat sebuah pandangan dan pemahaman baru bagi siswa siswi, dengan kemajuan teknologi membuat adat budaya luntur ditengah kehidupan remaja saat ini, hal ini yang menjadikan ADWINDO sebagai *role model* pariwisata adat dan budaya memiliki peran penting dalam mengembangkan pengetahuan terhadap siswa siswi untuk menyadari pentingnya melestarikan pariwisata adat dan budaya terutama di Kota Padang (Wawancara dengan saudara Aufa pada tanggal 27 Januari 2024)

Pernyataan dari wawancara yang dilakukan dengan saudara Aufa tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam menyampaikan informasi, siswa siswi merupakan komunikasi yang seharusnya mendapatkan pemaparan mengenai perkembangan dalam melestarikan pariwisata adat dan budaya, karena siswa siswi termasuk remaja yang memiliki potensi dalam hal ini.

e. Efek

Program *Goes To School* ini bertujuan untuk mengenalkan pariwisata Kota Padang, dan mengingatkan pentingnya adat budaya bagi generasi muda di era millennial. Dalam pemaparan materi ini, dapat dilihat bagaimana efek atau dampak yang timbulkan pada siswa siswi dari apa yang disampaikan oleh ADWINDO, dalam program ini materi yang disampaikan akan dilihat bagaimana respon dan juga pemahaman siswa siswi mengenai materi yang disampaikan, sebagaimana yang disampaikan oleh saudara Fuji dalam kutipan wawancara berikut:

“Sebenarnya dalam program ini ADWINDO bukannya hanya sekedar menyampaikan materi saja, tapi ADWINDO juga ingin melihat bagaimana siswa siswi paham dengan materi yang di sampaikan, reaksi dan respon siswa siswi akan menentukan bagaimana materi tersebut sampai dan di pahami oleh siswa siswi. Setelah materi disampaikan, lalu ADWINDO akan membuat sebuah *Games* atau *Quis* pada siswa siswi dan memberikan sebuah hadiah pada siswa siswi sebagai bentuk apresiasi, semakin banyak yang menjawab pertanyaan dengan benar maka terlihat semakin banyak yang paham dan mengerti atas apa yang di sampaikan.”

Dari pembahasan wawancara yang dilakukan bersama saudari Fuji dapat dilihat bagaimana efek dan dampak yang ditimbulkan dari sebuah materi yang disampaikan oleh ADWINDO pada siswa siswi, remaja saat ini tentunya punya potensi yang besar dalam mengelola informasi, diterapkannya materi yang disampaikan pada kehidupan sehari-hari tentunya sudah menjadi dampak yang sangat nyata terjadi. Melalui Games dan Quis yang diberikan kita dapat melihat sejauh mana komunikasi paham dengan apa yang disampaikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Proses Komunikasi Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kota Padang Pada Program *Goes To School* Di Kota Padang, maka dapat diambil kesimpulan dari hasil penelitian bahwa setiap pemuda pemudi memiliki potensi yang besar dalam melakukan kegiatan produktif dalam yang bermanfaat di masyarakat, salah satunya adalah menjadi seorang Duta Wisata, Duta Wisata adalah wadah yang disediakan oleh Dinas Pariwisata yang bertujuan untuk memajukan pariwisata adat dan budaya.

Uda Uni Duta Wisata Kota Padang merupakan seorang *role model* pariwisata adat dan budaya Kota Padang, serta menjadi ujung tombak dalam memberikan informasi pada wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang, semua program kerja yang dilakukan ADWINDO atas izin dan dukungan dari Dinas Pariwisata, ADWINDO dapat mengembangkan pariwisata, adat dan budaya pada masyarakat Kota Padang melalui berbagai program kerja, baik secara langsung maupun sosial media, dengan tujuan yang sama adalah kemajuan pariwisata Kota Padang.

Proses komunikasi yang dilakukan oleh ADWINDO dalam tanggung jawab sebagai Duta Wisata pada setiap program kerja yang dilakukan melalui sosial media dan sosialisasi langsung. Sesuai dengan teori komunikasi yang digunakan yaitu Teori Komunikasi L. Harold D. Lasswell bahwa sebagai komunikator dalam proses komunikasi ini adalah ADWINDO, sebagai perpanjangan tangan pemerintah dalam melakukan aksi sosial dengan tujuan untuk mengembangkan promosi pariwisata adat dan budaya Kota Padang.

Lalu pesan yang disampaikan oleh ADWINDO pada program ini adalah pemahaman mengenai pariwisata, adat dan budaya, dalam memberikan materi ADWINDO menggunakan Bahasa yang umum dan sederhana agar dapat dimengerti oleh komunikasi, kemudian media yang digunakan ADWINDO dalam melakukan sosialisasi dalam program *Goes To School* ialah sosialisasi langsung, dengan menggunakan sosial media sebagai promosi kegiatan pada program kerja ADWINDO *Goes To School*.

Dari penelitian ini dijelaskan bahwa siswa siswi sma Kota Padang adalah berkomunikasi dalam proses komunikasi yang dilakukan pada program Goes To School ini. Siswa siswi mampu menerima dan menerapkan semua materi yang diberikan oleh ADWINDO dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian efek dan dampak yang timbulkan dari program ini adalah pemahaman pada siswa siswi bagaimana melestarikan menjaga dan mengembangkan pariwisata, adat dan budaya Kota Padang, yang kemudian diharapkan dapat diterapkan di kehidupan sehari-hari, karena dengan kemajuan zaman adat dan budaya semakin tidak terlihat lagi pada remaja saat ini, maka dari itu, program *Goes To School* ini bertujuan untuk membuka dan mengingatkan kembali pada siswa siswi

Dari penelitian yang dilakukan dapat dilihat bagaimana proses komunikasi yang dilakukan dalam program ADWINDO *Goes To School* ditingkat sma di Kota Padang. Tidak hanya itu, semua program kerja yang dilakukan ADWINDO memiliki tujuan yang sama yaitu untuk kemajuan Pariwisata Kota Padang. Penulis menyarankan kepada Uda Uni Duta Wisata Kota Padang, agar program *Goes To School* juga diadakan di tingkat sd dan smp, karena pembekalan ilmu sedari dini juga perlu diberikan, agar ilmu dapat diterapkan di kehidupan sehari-hari mereka.

DAFTAR REFERENSI

- Afrizal. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Menggunakan Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Bogdon dan Taylor. 2012. *Prosedur Penelitian*. Dalam Moleong, *Pendekatan kualitatif* (hlm. 4). Jakarta: Rineka Cipta.
- Burhan Bungin. 2015. *Komunikasi Pariwisata, Pemasaran dan Brand Destinasi*, Jakarta: Kencana
- Rona Fadhila. 2022. *Komunikasi Persuasif Duta Genre Tanah Datar (Studi Kasus Pada Forum genre Dalam Upaya Sosialisasi program penanganan Stunting Di Kabupaten Tanah Datar*.
- Saras Satri. 2022. *Strategi Duta Wisata Dalam Mempromosikan Wisata Religi Di Aceh Barat Day*.
- Siti Arafani Hutabarat. 2020. *Pengaruh Program Pemilihan Duta Pariwisata Terhadap Jumlah Pengunjung Di Tapanuli Tengah*.
- Sugiyono. 2009. : *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta,