

**MODEL PERENCANAAN KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN
KEBUDAYAAN KABUPATEN WONOSOBO
DALAM MEMPERKENALKAN ALAT MUSIK BUNDENGAN**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNANKALIJAGA
YOGYAKARTA**
Disusun Oleh:
**Sofia Ummil Husna
NIM. 21107030017**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Sofia Ummil Husna

Nomor Induk : 21107030017

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dewan pengaji

Yogyakarta, 25 Mei 2025

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yang Menyatakan,



Sofia Ummil Husna

NIM. 21107030017

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Sofia Ummil Husna
NIM : 21107030017
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

MODEL PERENCANAAN KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN WONOSOBO DALAM MEMPERKENALKAN ALAT MUSIK BUNDENGAN

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 07 Agustus 2025
Pembimbing

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos., M.Si.
NIP : 19800326 200801 2 010

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-3369/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : Model Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam Memperkenalkan Alat Musik Bundengan

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SOFIA UMMIL HUSNA
Nomor Induk Mahasiswa : 21107030017
Telah diujikan pada : Rabu, 23 Juli 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang



Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si
SIGNED

Valid ID: 689581928b799



Pengaji I

Dr. Rika Lusri Virga, S.I.P., M.A
SIGNED

Valid ID: 688831e32e679



Pengaji II

Alip Kunandar, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 68995625cc3a4



Yogyakarta, 23 Juli 2025

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

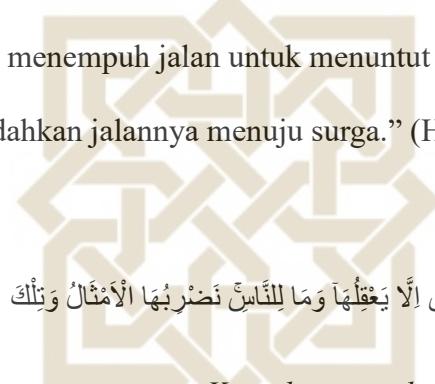
Valid ID: 68996a3443310

MOTTO

“Ketulusan dalam usaha adalah kunci keberhasilan yang abadi”

الجَنَّةُ لِمَنِ اطْرَيْقَ بِهِ لَهُ اللَّهُ سَهَّلَ عِلْمًا فِيهِ يُلْتَمِسُ طَرِيقًا سَأَكُ وَمَنْ

“Barangsiapa yang menempuh jalan untuk menuntut ilmu (belajar), maka Allah mudahkan jalannya menuju surga.” (HR Muslim)



الْعَالَمُونَ إِلَّا يَعْقِلُهَا وَمَا لِلنَّاسَ نُصْرَبُهَا الْأَمْثَالُ وَتَلْكَ

“Perumpamaan-perumpamaan itu Kami buat untuk manusia. Namun, tidak ada yang memahaminya, kecuali orang-orang yang berilmu.” Q.S Al-‘Ankabut : 44



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umat manusia dari zaman kegelapan (jahiliyah) menuju zaman penuh ilmu pengetahuan.

Skripsi ini merupakan hasil kajian mengenai “Model Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam Memperkenalkan Alat Musik Bundengan”. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

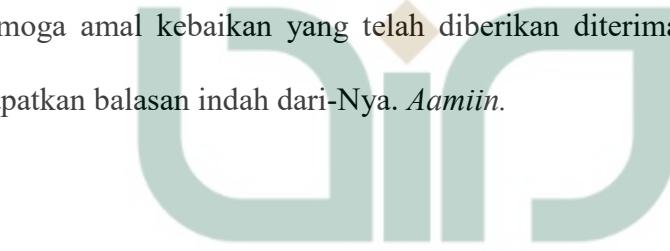
1. Ibu Dr. Erika Setyani Kusumaputri, S.Psi., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos.I, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Alip Kunandar, S.Sos., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mendampingi, memberikan arahan serta bimbingan selama peneliti berkuliahan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Ibu Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar memberikan bimbingan, dukungan, meluangkan waktu,

mencurahkan pikiran serta tenaga dalam mengarahkan peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Ibu Dr. Rika Lusri Virga, S.IP., M.A selaku penguji 1 dan Bapak Alip Kunandar, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan saran serta masukan yang membangun dalam penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu serta pengalaman yang berharga selama masa perkuliahan
7. Pak Setiyono, Pak Anief dan seluruh staff Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu peneliti dalam urusan administrasi
8. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, Bapak Kepala Dinas Agus Wibowo, Kabid Kebudayaan Ibu Ratna, Kabid Promosi Ibu Fatonah, Kepala Kepegawaian Ibu Eka yang dengan terbuka memberikan izin, dukungan dan doa dalam melakukan penelitian skripsi ini
9. Bapak Subur Haryanto dan Ibu Yuni Warningsih selaku kedua orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, kasih sayang kepada peneliti untuk terus berjuang hingga mendapatkan gelar yang diimpikan. Terimakasih atas setiap tetes keringat dalam setiap langkah pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan. Terimakasih juga untuk kedua adikku, Nadia dan Farah. Semoga kebaikan terus mengalir diantara kita sebagai keluarga.

10. A. Fikri H., S.Bns, yang telah menemani proses bertumbuh, yang hadir dalam membantu peneliti melewati proses skripsi yang tentunya tidak mudah ini, yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu kemudahan dalam proses penelitian sejak awal-akhir, memberikan dukungan, doa dan semangat.
11. Sahabat peneliti, Wahda, Eka dan Zulfan, yang selalu *support*, saling mendoakan dan tempat bercerita, semoga persahabatan ini terus terjalin dan selalu membawa pada kebaikan.
12. Teman-teman kelas A, teman-teman satu bimbingan skripsi dan semuanya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang hadir memberikan warna dan semangat bagi peneliti.

Semoga amal kebaikan yang telah diberikan diterima oleh Allah SWT dan mendapatkan balasan indah dari-Nya. *Aamiin.*



Yogyakarta, 27 Mei 2025

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Peneliti,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Sofia Ummil Husna".

Sofia Ummil Husna,

NIM. 21107030017

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Tinjauan Pustaka.....	11
F. Landasan Teori.....	16
1. Manajemen Komunikasi	16
2. Model perencanaan komunikasi Lima Langkah	20
G. Kerangka Pemikiran	23
H. Metodologi Penelitian	24
1. Jenis Penelitian.....	24
2. Subjek dan Objek Penelitian	25
3. Metode Pengumpulan Data.....	26
4. Metode Analisis Data	28
5. Keabsahan Data.....	30
BAB II GAMBARAN UMUM	32
A. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo	32
1. Visi dan Misi	35

2.	Tugas Pokok dan Fungsi (Tupoksi).....	36
3.	Susunan Organisasi dan Personil	38
B.	Kowangan dan Bundengan.....	42
1.	Sejarah Awal Kowangan	42
2.	Alat Musik Bundengan	44
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		53
A.	Implementasi Model Perencanaan Komunikasi	55
1.	Penelitian/ <i>Reseach</i> dalam Memperkenalkan Alat Musik Bundengan ..	56
2.	Perencanaan/ <i>Plan</i> dalam Memperkenalkan Alat Musik Bundengan	64
3.	Pelaksanaan/ <i>Execute</i> dalam Memperkenalkan Alat Musik Bundengan	74
4.	Pengukuran dan Evaluasi/ <i>Measure</i> dalam Memperkenalkan Alat Musik Bundengan	89
5.	Pelaporan dalam Memperkenalkan Alat Musik Bundengan.....	96
BAB IV PENUTUP		98
A.	Kesimpulan.....	98
B.	Saran	99
DAFTAR PUSTAKA.....		100
LAMPIRAN.....		104


 STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka	15
Tabel 2. Struktur Jabatan Fungsional Disparbud Kabupaten Wonosobo	40
Tabel 3. Data Kegiatan Pengenalan Bundengan Sanggar Ngesti Laras dan Pemda Wonosobo	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Bapak Munir Memainkan Bundengan	3
Gambar 2.	Data Survey Bundengan di Masyarakat.....	5
Gambar 3.	Model Perencanaan Komunikasi Lima Langkah	21
Gambar 4.	Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 5.	Kantor Disparbud Wonosobo	32
Gambar 6.	Struktur Jabatan Fungsional Disparbud Kabupaten Wonosobo	40
Gambar 7.	Struktur Jabatan PPID Dinas Pariwisata dan Kebudayaan	41
Gambar 8.	Kowangan.....	42
Gambar 9.	Bagian dalam Bundengan beserta senarnya	44
Gambar 10.	Bukti Pengesahan Bundengan Kambang Laras	50
Gambar 11.	Konser Bundengan Perdana	79
Gambar 12.	Konten Media Sosial IG Kolaborasi	95
Gambar 13.	Implementasi Model Manajemen Komunikasi Lima Langkah.....	97



ABSTRACT

Bundengan is a traditional musical instrument and cultural heritage of Indonesia that must be protected and preserved. The decline in the number of Bundengan instruments and the threat of extinction have raised concerns that this musical instrument may disappear or be claimed by other parties. Therefore, appropriate measures are needed to preserve Bundengan. A communication planning model is one of the efforts that can be undertaken by the Wonosobo Regency Tourism and Culture Office (Disparbud Wonosobo) to address issues related to the Bundengan. This study aims to analyze and apply the Five-Step Communication Planning Model (Research, Planning, Implementation, Measurement/Evaluation, and Reporting). This study uses a qualitative method with a descriptive approach. The results of the study indicate that the communication planning model applied by Disparbud Wonosobo to promote Bundengan involves various efforts such as local events, collaboration with various parties, and the creation of educational and informative content on social media and print media channels.

Keywords: *Communication Planning, Five-Step Model, Bundengan, Disparbud Wonosobo*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata menjadi salah satu potensi kekayaan besar yang dimiliki oleh Negara Indonesia. Pada tahun 2022, peringkat pariwisata Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Kurun waktu 18 bulan, negara Indonesia berhasil melonjak menuju peringkat 32, naik posisi sebelumnya di peringkat 44. Prestasi ini menandai awal kali Indonesia di atas Malaysia, Vietnam, Thailand, dan dalam *Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) 2021*, yang mencakup 117 negara. Data peringkat ini baru dirilis oleh World Economic Forum pada bulan Mei 2022 (Indonesia.go.id, Portal Informasi Indonesia, 2022). Keberhasilan Indonesia dalam meraih prestasi tersebut tentunya membutuhkan upaya yang cukup besar, baik dari pemerintah maupun partisipasi dari masyarakat itu sendiri.

Berbagai jenis pariwisata di Indonesia seperti wisata alam, budaya, religi, kuliner dan lain sebagainya yang sangat berbagam. Karena dalam setiap daerah memiliki ciri khas potensi wisata yang dapat dikembangkan. Dari hal inilah peran masyarakat dalam mengembangkan potensi tersebut untuk dapat dikenal di lingkup nasional maupun internasional. Selain itu, diharapkan dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan, serta menjadi peluang untuk menambah Anggaran Pendapatan Daerah (APD). Dalam mewujudkan program-program pariwisata di berbagai daerah tentu membutuhkan adanya manajemen komunikasi yang baik. Apabila tidak

adanya perencanaan komunikasi yang baik, dapat dipastikan program yang telah direncanakan tidak akan terwujud dengan maksimal.

Daya tarik wisata Jawa Tengah sebanyak 1.245 yang terbagi ke dalam wisata alam, buatan, budaya, minat khusus dan daya tarik lainnya, seperti acara-acara. (Disporapar.Jatengprov, 2022). Dari banyaknya wisata di Jawa Tengah, Kabupaten Wonosobo menjadi bagian dari kota yang unggul dalam bidang pariwisata, salah satunya yaitu wisata budaya yang sangat kental di tengah masyarakat Wonosobo. Alat musik unik bernama Bundengan yang dimiliki oleh Kabupaten Wonosobo yang menarik dalam pariwisata budaya dan kini sudah diresmikan keberadaannya dan menjadi salah satu simbol ikonik di Kabupaten Wonosobo. Bundengan atau biasa dikenal dengan sebutan Kowangan, merupakan alat musik yang awalnya hanya sebuah tudung atau penutup kepala. Pada awalnya alat ini digunakan sebagai penutup kepala dari teriknya matahari dan hujan oleh seorang penggembala bebek. Musik Bundengan ini muncul sekitar abad ke-12, pada masa tengah-tengah Kerajaan Majapahit yang masih berjaya. Pendapat ini merujuk pada kitab Wretta Sancaya karya Empu Tanakung yang menyatakan jika masyarakat saat itu mengetahui wujud kesenian bernama “Tudung”. Atau juga disebut “*Pether*” (Berutu & Timur, 2021).

Pada awalnya Bundengan ditemukan oleh seorang petani penggembala bebek Bernama Barnawi, di sela-sela waktunya mengembala dia iseng menambahkan ijuk berjumlah 4 buah dimana saat dipetik ternyata menghasilkan suara yang menyerupai seperangkat alat gamelan. Dari

sinilah kemudian Bundengan mulai dimanfaatkan sebagai alat musik. Dan saat itu, Meskipun Bundengan semakin dikenal dan mendapat tanggapan positif dari Masyarakat, kesenian ini mengalami kemunduran setelah Barnawi, seniman Bundengan meninggal pada tahun 2012. Menurut sejarah yang ada, di tahun 2015 kesenian Bundengan mulai muncul kembali dimainkan oleh anak Barnawi yang bernama Munir, meskipun sempat mengalami masa suram kala itu. Meski demikian, Masyarakat Wonosobo tetap memberikan tanggapan positif, terbukti dengan popularitas alat musik ini dalam berbagai acara. Beberapa individu, termasuk Munir, Bohori, Budayawan, serta Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, berupaya untuk melestarikan dan menghidupkan kembali kesenian Bundengan (Risnauly et al., 2021).

Gambar 1. Bapak Munir Memainkan Bundengan



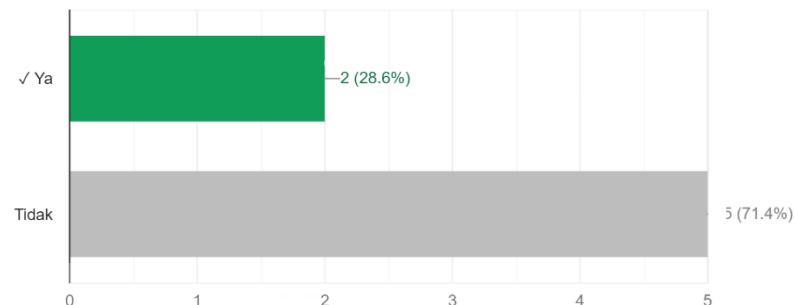
Sumber: P.Keen 2016 dalam (Cook, et al, 2016)

Adanya alat musik Bundengan di Kabupaten Wonosobo ternyata memberikan potensi atau peluang sekaligus tantangan dalam bidang

pariwisata budaya. Peluang yang dihasilkan yaitu dengan adanya alat musik Bundengan, akan menjadikan Kabupaten Wonosobo dikenal lebih luas dari masyarakat berbagai wilayah, bahkan menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Banyak orang dari luar kota hingga warga asing dari beberapa negara sudah berkunjung ke Wonosobo untuk mempelajari atau melakukan penelitian mengenai alat musik Bundengan.

Dari peluang yang ada, tantangan muncul bagi keberadaan alat Musik Bundengan hingga saat ini. Melihat kejadian yang pernah ada, yaitu saat Bundengan sempat “mati suri”, dikhawatirkan akan terulang kembali di kemudian hari apabila tidak adanya tindakan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Wonosobo, dalam hal ini khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Wonosobo. Tantangan seperti banyaknya masyarakat Wonosobo yang belum mengetahui keberadaan Bundengan sebagai alat musik resmi Kabupaten Wonosobo atau belum dikenal secara merata. Pada kenyataannya, dari sekian banyak sekolah di Kabupaten Wonosobo, hanya ada satu sekolah yang memasukkan alat musik Bundengan untuk menjadi bagian dari ekstrakurikuler yaitu SMP Negeri 2 Selomerto Wonosobo. Berdasarkan survey random kepada masyarakat Kabupaten Wonosobo, terdapat hasil yang menguatkan bahwa alat musik Bundengan belum dikenal secara luas. Ditunjukkan dengan hasil grafik, Masyarakat lebih banyak menjawab tidak mengetahui keberadaan alat musik Bundengan.

Gambar 2. Data Survey Bundengan di Masyarakat



Sumber: Olahan Peneliti

Kemudian untuk Bundengan sendiri sudah cukup dikenal di ranah Internasional seperti di Melbourne Australia, Amerika Serikat, Thailand, hingga Jerman. Di negara luar, alat musik tersebut terus dipelajari dan menjadi bahan penelitian. Hal ini menjadi salah satu tantangan masyarakat Wonosobo untuk terus mempelajari dan mengembangkan alat musik Bundengan agar tidak diakui oleh negara asing. Apabila alat musik ini terus dibiarkan begitu saja, dikhawatirkan menjadi peluang warga asing untuk mengakui hak miliknya. Dari hal inilah diharapkan kedepan semakin banyak anak-anak sekolah dan para pemuda yang mempelajari alat musik tersebut serta terus mengembangkannya menjadi lebih baik. Sehingga dapat menciptakan potensi besar bagi masyarakat Kabupaten Wonosobo dalam sektor pariwisata dan kebudayaan.

Untuk dapat mencapai tujuan dari alat musik Bundengan yang dapat dikenal lebih luas, perlu adanya sistem perencanaan komunikasi yang efektif. Apabila dilihat dari pandangan Islam, menggambarkan bahwa Islam telah menunjukkan dasar-dasar manajemen dalam mengatur kehidupan

masyarakat. Pernyataan tersebut dapat di pahami dalam surat An-Nur: 43 dan 44:

خَلَّالَةٌ مِنْ يَحْرُجُ الْوَدْقَ فَتَرَى رُكَامًا يَجْعَلُهُ مُثْبَتَ بَيْنَهُ يُؤْلَفُ ثُمَّ سَحَابًا يُرْجِي اللَّهَ أَنْ تَرَ أَمْ سَنَا يَكَادُ ۝ يَشَاءُ مَنْ عَنْ وَيَصْرُفُهُ يَشَاءُ مَنْ بِهِ قَيْصِيبُ بَرِدٌ مِنْ فِيهَا جَبَالٌ مِنْ السَّمَاءِ مَنْ وَيَنْزَلُ ۝ ۴۳ بِالْأَبْصَارِ يَدْهُبُ بَرْقَهُ

Artinya: “Tidakkah engkau melihat bahwa Allah menjadikan awan bergerak perlahan, kemudian mengumpulkannya, lalu dia menjadikannya bertumpuk-tumpuk, lalu engkau lihat hujan ke luar dari celah-celahnya, dan Dia (juga) menurunkan (butiran-butiran) es dari langit, (yaitu) dari (gumpalan-gumpalan awan seperti) gunung-gunung, maka ditiman-Nya (butiran-butiran es) itu kepada siapa yang Dia kehendaki dan dihindarkan-Nya dari siapa yang Dia kehendaki. Kilauan kilatnya hampir-hampir menghilangkan penglihatan.”

۴۴ أَلْأَبْصَارِ لِأَوْلَى لَعِزَّةِ ذَلِكَ فِي إِنَّ ۝ وَالنَّهَارَ الَّذِينَ اللَّهُ يُقْبِلُ

Artinya: “Allah mempergantikan malam dan siang. Sungguh pada yang demikian itu, pasti terdapat pelajaran bagi orang-orang yang mempunyai penglihatan (yang tajam).”

Álauddin Ali bin Muhammad Ibrahim al-Baghdadi menyatakan bahwasanya dalam Al-Qur'an surah an-Nur ayat 43 dan 44 sebagai sebuah wujud ketertiban pada sistem kerja yang ditunjukkan oleh Allah SWT, untuk menjadikan bahan pelajaran di setiap umat manusia yang mencermatinya (Syofrianisda, 2023).

Berdasarkan dari penjelasan Ibnu Abbas bahwa Rasulullah SAW, telah memberikan dasar-dasar manajemen di kehidupan Islam, dan pada ayat di atas memiliki keterkaitan dengan firman Allah SWT, pada surat al-An'am 165:

آمِ فِي لَيْلَوْكُمْ دَرَجَاتٍ بَعْضٌ قُّوَّةً بَعْضَكُمْ وَرَفِعَ الْأَرْضَ خَلِيفٌ جَعَلَكُمُ الَّذِي وَهُوَ
١٦٥ رَّحِيمٌ لَغُورٌ وَإِنَّهُ الْعَقَابُ سَرِيعُ رَبُّكَ إِنَّمَا أَنْتُمْ تَكُونُونَ

Artinya: “Dan Dialah yang menjadikan kamu sebagai khalifah-khalifah di bumi dan Dia mengangkat (derajat) sebagian kamu di atas yang lain, untuk mengujimu atas (karunia) yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu sangat cepat memberi hukuman dan sungguh, Dia Maha Pengampun, Maha Penyayang (QS. 6: 165).”

Ibnu Katsir menafsirkan hal itu sebagai kekuasaan Allah SWT untuk membedakan Allah SWT untuk membedakan manusia dari segi kekuatan, rezeki, akhlak, kebaikan, warna kulit, penampilan fisik dan kemampuan mengelola karunia Allah SWT yang diberikan-Nya.

Surat al-An'am ayat 165 menunjukkan bahwa Allah SWT melimpahkan kekuasaan, mengangkat derajat lebih tinggi, dan menganugerahkan banyak hal terhadap manusia untuk menguji perihal apa yang telah Allah berikan. Dalam hal ini Allah SWT ingin melihat kemampuan manusia dalam mengolah setiap kenikmatan yang telah diberikan oleh-Nya. Karena hal inilah yang akan menunjukkan rasa syukur lebih kepada Allah SWT.

Dari pernyataan tersebut dapat bermakna inti bahwasanya tiap hal atau pekerjaan, diharuskan melakukan *research* dan *planning* terlebih dahulu, agar target yang diinginkan dapat tercapai. Pekerjaan yang sesuai harus berlandaskan prinsip manajemen, yang diawali tahap penelitian, kemudian melakukan perencanaan, dilanjutkan pelaksanaan, pengukuran atau evaluasi dan terakhir pelaporan.

Peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian berjudul “Model Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam Memperkenalkan Alat Musik Bundengan”. Karena penelitian ini akan difokuskan pada implementasi model perencanaan komunikasi oleh Disparbud Kabupaten Wonosobo dalam memperkenalkan alat musik Bundengan.

Penelitian ini menjadi menarik dilakukan karena berisi mengenai model perencanaan komunikasi beserta langkah-langkah upaya Pemerintah Kabupaten Wonosobo, khususnya Disparbud Kabupaten Wonosobo dalam memperkenalkan alat musik Bundengan untuk menunjukkan eksistensinya yang dulunya sempat mati dan kini dapat dilestarikan kembali oleh masyarakat dan dikenal lebih luas hingga ke luar negeri.

Model perencanaan komunikasi dilihat dengan memperhitungkan kebijakan ataupun program-program yang telah dilakukan oleh Disparbud Kabupaten Wonosobo sebelumnya, yaitu promosi budaya dalam event lokal di masyarakat Wonosobo sendiri. Fokus penelitian ini terletak pada nilai kebaharuan perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Disparbud

Kabupaten Wonosobo untuk memperkenalkan alat musik Bundengan di wilayah Kabupaten Wonosobo, dan diharapkan meluas hingga ke berbagai daerah.

Penelitian ini menjadi penelitian yang baru di Disparbud Kabupaten Wonosobo dikarenakan mengkaji ilmu komunikasi dalam lingkup yang diterapkan di dunia pariwisata dan kebudayaan. Lain halnya dengan penelitian lain yang telah mengangkat objek Disparbud Kabupaten Wonosobo dan alat musik Bundengan yang berfokus pada kajian etnomusikologi, bukan dari segi perencanaan komunikasi. Seperti penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam Menarik Minat Kunjung Wisatawan Asing ke Wonosobo 2015/2016” dan penelitian-penelitian lain yang mengangkat alat musik Bundengan di tinjau dalam kajian seni atau musik.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang dia atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Model Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam Memperkenalkan Alat Musik Bundengan?”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan model perencanaan komunikasi yang diterapkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam memperkenalkan alat musik Bundengan.

D. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pada pengembangan ilmu dan sains, khususnya di bidang Ilmu Komunikasi. Tak hanya itu, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan dan bahan penelitian mendatang, khususnya pada perencanaan komunikasi pada sektor pariwisata.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi mereka yang memerlukan pengetahuan baru dalam bidang Ilmu Komunikasi serta dapat berkontribusi dalam penyelesaian masalah yang berkaitan dengan komunikasi di bidang pariwisata dan kebudayaan.

- a) Menjadi sumber inspirasi serta pertimbangan bagi dinas pariwisata ataupun organisasi terkait kepariwisataan dalam melakukan perencanaan komunikasi yang baik di bidang promosi pariwisata untuk dikenal lebih luas hingga ke ranah internasional.

- b) Memberikan gambaran dan evaluasi bagi banyak pihak, khususnya dinas-dinas ataupun organisasi terkait dalam dunia pariwisata.
- c) Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat signifikan bagi peneliti dalam memperkaya pemahaman studi Ilmu Komunikasi, khususnya perencanaan komunikasi di dunia pariwisata.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rujukan dari beberapa penelitian sebelumnya untuk memperdalam analisis pada penelitian ini.

Berikut adalah beberapa penelitian yang menjadi referensi oleh peneliti:

1. Penelitian pertama berjudul “Manajemen Komunikasi Dinas Pariwisata Kebudayaan, Kepemudaan Dan Olahraga Dalam Mengembangkan Potensi Desa Wisata Di Kabupaten Bengkalis”. (Jurnal Komunikasi, Vol. XIII, No. 01, Maret 2019:1-2). Penelitian mengenai manajemen komunikasi oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan, Kepemudaan dan Olah Raga dengan menggunakan konsep yang cukup sederhana. Penelitian yang dilakukan oleh Nova Yohana, Yasir dan Rumyeni memiliki kesamaan dengan peneliti, yaitu menyelidiki mengenai manajemen komunikasi yang diterapkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk diterapkan pada tempat pariwisata di masing-masing daerah, selain itu juga persamaan pada penggunaan metode penelitian kualitatif. Penelitian yang dilakukan oleh Nova Yohana, Yasir dan Rumyeni juga

memiliki perbedaan, yaitu fokus penelitian di manajemen komunikasi pada bidang program pengembangan potensi Desa Wisata di Kabupaten Bengkalis, yang membedakan dengan dengan penelitian yang dilakukan yaitu manajemen komunikasi untuk memperkenalkan alat musik kepada masyarakat hingga meluas ke berbagai daerah. Hasil pada penelitian Nova Yohana, Yasir dan Rumyeni menunjukkan bahwa manajemen komunikasi oleh Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Bengkalis sudah diterapkan, akan tetapi belum sepenuhnya. Program tersebut baru dilakukan dan belum mendapatkan dukungan sepenuhnya dari masyarakat dan beberapa pihak lainnya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Andri, Shinta Tevingrum dan Putri Yolanda dengan judul “Komunikasi Pariwisata Sebagai Upaya Pengembangan Pariwisata Di Wilayah Situs Cagar Budaya Gunung Padang Kabupaten Cianjur” (UG Jurnal, Vol.17, Edisi 05 Mei 202). Penelitian tersebut, dalam mengembangkan pariwisata memaparkan adanya jalinan interaksi antar para pemangku kepentingan, baik kelompok dengan kelompok, individu dengan individu maupun individu bersama kelompok. Selain itu juga menunjukkan penerapan pada transfer informasi dan komunikasi pariwisata diantara pemangku kepentingan dan Masyarakat sekitar terkait tindakan untuk melakukan pengembangan pariwisata di Situs Cagar Budaya Gunung Padang. Penelitian Andri, Shinta Tevingrum dan Putri Yolanda menunjukkan adanya persamaan dengan peneliti, yaitu membahas topik penelitian

mengenai komunikasi pariwisata daerah, dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Selain adanya persamaan, terdapat perbedaan yaitu pada fokus penelitian yang menunjukkan adanya kketerkaitan beberapa pihak dalam komunikasi pariwisata dan pengembangan tempat wisata.

Dari penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dalam sektor pariwisata masih memerlukan proses komunikasi dan pengambilan keputusan yang melibatkan koordinasi dan birokrasi yang lebih panjang. Hal ini menyebabkan pengimplementasian yang belum mencapai tingkat optimal.

3. “Strategi Komunikasi Pariwisata Pada Objek Wisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Objek Wisata Air Terjun Curug 9, Desa Tanah Hitam Kecamatan Padang Jaya, Kabupaten Bengkulu Utara)” Jurnal Kaganga. Penelitian dengan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengidentifikasi manajemen komunikasi pariwisata melewati bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diterapkan oleh pengelola wisata Air Terjun Curug 9 untuk menambah data jumlah kunjungan wisatawan. Terdapat persamaan diantara penelitian yang dilakukan oleh Vivi Dinda Alfiana dan Yuliati dengan peneliti, yaitu membahas mengenai penerapan komunikasi pariwisata dan penggunaan metode penelitian berupa metode kualitatif. Terdapat perbedaan pada fokus penelitian pada komunikasi pariwisata yang berupaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, sedangkan peneliti berfokus pada manajemen komunikasi

oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Hasil yang telah dilakukan menunjukkan pada manajemen promosi pengelola memanfaatkan media periklanan, komunikasi secara langsung dan hubungan masyarakat. Selain itu, pada pelaksanaan manajemen terdapat beberapa faktor penghambat dan pendukung terkait dengan daya tarik yang tersedia, serta kualitas SDM yang kurang handal.

Berdasar atas tiga penelitian sebelumnya yang menjadi bahan referensi oleh peneliti, belum terdapat penelitian yang mengkaji manajemen komunikasi dalam mempromosikan alat musik khas daerah. Akan tetapi penelitian tersebut memiliki persamaan membahas tentang strategi komunikasi oleh Dinas Pariwisata di setiap daerah.



Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Nova Yohana, Yasir dan Rumyeni	Manajemen Komunikasi Dinas Pariwisata Kebudayaan, Kepemudaan Dan Olahraga Dalam Mengembangkan Potensi Desa Wisata Di Kabupaten Bengkalis	Jurnal Komunikasi, Vol. XIII, No. 01, Maret 2019:1-2 https://doi.org/10.21107/ilm.v13i1.5211	Memiliki topik yang sama mengenai manajemen komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Fokus penelitian yang dilakukan untuk manajemen komunikasi dalam program pengembangan potensi Desa Wisata di Kabupaten Bengkalis. Sedangkan peneliti berfokus untuk memperkenalkan alat musik kepada Masyarakat.	Manajemen komunikasi yang dilakukan oleh Disbudpora Kabupaten Bengkalis sudah diterapkan, akan tetapi belum sepenuhnya. Program tersebut baru dilakukan dan belum mendapatkan dukungan sepenuhnya dari masyarakat dan beberapa elemen pemerintah lainnya.
2	Andri, Shinta Teviningrum dan Putri Yolanda	Komunikasi Pariwisata Sebagai Upaya Pengembangan Pariwisata Di Wilayah Situs Cagar Budaya Gunung Padang Kabupaten Cianjur	UG Jurnal, Vol.17, Edisi 05 Mei 2023	Memiliki persamaan topik penelitian yaitu mengenai komunikasi pariwisata daerah, dan menggunakan metode penelitian kualitatif	Penelitian Andri, Shinta dan Yola lebih berfokus pada keterkaitan antara beberapa pihak dalam komunikasi pariwisata dan pengembangan tempat wisata	Proses komunikasi pariwisata yang ada masih membutuhkan koordinasi dan birokrasi yang lebih rumit dalam pengambilan keputusan, yang mengakibatkan implementasinya belum mencapai hasil yang maksimal.
3	Vivi Dinda Alfiana dan Yuliati	Strategi Komunikasi Pariwisata Pada Objek Wisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Objek Wisata Air Terjun Curug 9, Desa Tanah Hitam Kecamatan Padang Jaya, Kabupaten Bengkulu Utara)	Jurnal Kaganga, Vol. 5, No.1, April 2021	Memiliki persamaan pada metode penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan metode kualitatif dan membahas mengenai penerapan pariwisata	Penelitian Vivi dan Yuliati berfokus pada komunikasi pariwisata yang berupaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, sedangkan peneliti berfokus pada manajemen komunikasi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.	Strategi komunikasi yang diterapkan dalam komunikasi pariwisata melibatkan promosi, dimana pengelola memanfaatkan media periklanan, <i>personal selling</i> , dan <i>public relations</i> . Dari penerapan ini, teridentifikasi faktor-faktor penghambat dan pendukung, serta daya tarik yang ada.

Sumber: Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

1. Manajemen Komunikasi

Manajemen adalah proses yang memiliki karakteristik tertentu dan dengan tujuan untuk meraih suatu sasaran secara efektif dan efisien, dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Kata manajemen sendiri mengacu pada direksi, pemimpin, dan pengurus yang berasal dari kata kerja “*manage*”, yang berarti mengurus, mengemudikan, dan memerintah. Definisi manajemen dalam Bahasa Italia berasal dari asal kata “*managiere*” yang memberikan arti melatih kuda sebagai pelatih, dan kata *manage* dalam bahasa Perancis memiliki makna tindakan membimbing atau memimpin (Fardiansyah et al., 2023).

Berdasarkan pada pernyataan George R. Terry yang dikutip oleh Syafaruddin, disampaikan bahwasanya manajemen memiliki makna proses menggapai hasil yang diharapkan melalui upaya bersama dengan memanfaatkan kemampuan diri dan sumber daya manusia. Hal ini menggambarkan kemampuan dalam memberikan arah dan mencapai tujuan dengan melibatkan partisipasi manusia serta sumber daya lainnya. Selain itu, manajemen menurut Terry merupakan proses guna menggapai tujuan dengan melibatkan upaya orang lain (Fardiansyah et al., 2023).

Manajemen komunikasi berawal dari dua kata, yaitu manajemen atau *manage* dan komunikasi atau *communication*. Istilah "manajemen" berasal dari kata dalam bahasa Inggris, "*management*," yang berawal

dari kata dalam bahasa Prancis, "*ménagement*." Akar kata ini, "*mener*," dalam bahasa Prancis memiliki makna "mengelola" atau "mengatur." Secara esensial, "manajemen" mengacu pada proses pengaturan dan pengelolaan sumber daya serta tahap-tahap yang dibutuhkan untuk menggapai suatu tujuan, terutama dalam konteks organisasi atau bisnis (Fardiansyah et al., 2023).

Goerge R. Terry dalam (Simanjuntak, 2022) menyatakan bahwasanya komunikasi memiliki peran penting dalam kegiatan manajemen. Setidaknya dalam aktivitas manajemen terdapat 5 (lima) bentuk komunikasi, antara lain:

1. Komunikasi formal adalah jenis komunikasi melalui saluran resmi, mengikuti petunjuk tertulis atau lisan serta prosedur atau terstruktur yang berlaku dari pimpinan ke bawahan, ataupun sebaliknya.
2. Komunikasi non formal merupakan jenis komunikasi yang tidak terikat pada jalur formal. Biasanya terjadi secara spontan dan melibatkan pertukaran saran atau ide yang berhubungan dengan tugas atau pekerjaan. Contohnya, dalam perusahaan yang memiliki banyak karyawan dan tidak terlalu berorientasi pada teknisitas, komunikasi ini sering digunakan untuk memperlancar arus informasi.
3. Komunikasi informal memiliki kesamaan dengan komunikasi non formal, namun lebih menekankan pada hubungan personal.

Dalam konteks ini, komunikasi digunakan untuk memecahkan masalah atau berinteraksi secara langsung di luar lingkup pekerjaan.

4. Komunikasi teknis yaitu jenis komunikasi yang umumnya hanya dipahami oleh individu atau kelompok tertentu yang berpengetahuan atau memiliki keahlian khusus dalam bidang tersebut.
5. Komunikasi procedural seringkali terkait erat dengan komunikasi formal. Ini melibatkan penyampaian informasi yang berbentuk laporan bulanan/tahunan, perintah tertulis, memo, dan sejenisnya.

Dalam manajemen komunikasi, terdapat elemen perencanaan yang sistematis, pelaksanaan, pemantauan dan revisi saluran komunikasi baik dalam suatu organisasi maupun antar organisasi.

Tujuannya adalah mencapai perubahan yang diinginkan. Dalam konteks manajemen komunikasi pemasaran, fokus utamanya adalah membuat orang sadar akan produk, jasa atau nilai tertentu. Setelah muncul perhatian, tujuan selanjutnya adalah membangun loyalitas sehingga orang memilih membeli produk, jasa, atau nilai tersebut (Bungin, 2015:62 dalam (Nugraha).

Komponen utama dalam manajemen komunikasi meliputi:

- 1) Komunikator: Orang atau pihak yang bertanggung jawab menyampaikan pesan.
- 2) Pesan komunikasi: Isi pesan yang ingin disampaikan.
- 3) Khalayak sasaran: Kelompok orang yang menjadi target komunikasi.

Menurut Effendy (Suryadi, 2018:5), manajemen komunikasi terdiri atas dua aspek, yaitu manajemen secara makro atau garis besar dan manajemen secara mikro atau secara sempit. Kedua aspek ini memiliki fungsi yang berbeda:

- 1) Manajemen secara makro bertujuan untuk menyebarluaskan pesan yang menginformasikan, membujuk, dan memberikan instruksi secara tersistem kepada target yang ditentukan, dengan tujuan mendapatkan hasil yang optimal.
- 2) Manajemen secara mikro berperan dalam menurunkan kesenjangan budaya. Misalnya, ketika melakukan suatu kebudayaan di lingkungan budaya lain yang berbeda, manajemen komunikasi yang baik dapat membantu memperkecil perbedaan tersebut.

Manajemen komunikasi diartikan sebagai alat yang membentuk dan dibentuk oleh situasi tertentu. Proses pembentukan manajemen melibatkan perencanaan dan perancangan pelaksanaan manajemen itu

sendiri. Dalam praktiknya, hasil dari manajemen komunikasi dapat beragam, baik itu hasil yang baik maupun hasil yang buruk.

Pada penelitian ini, yang menjadi fokus utama penelitian yaitu pada manajemen secara mikro yang berada di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, dengan menerapkan model perencanaan komunikasi Lima Langkah oleh Cangara, untuk memperkenalkan alat musik Bundengan kepada masyarakat luas.

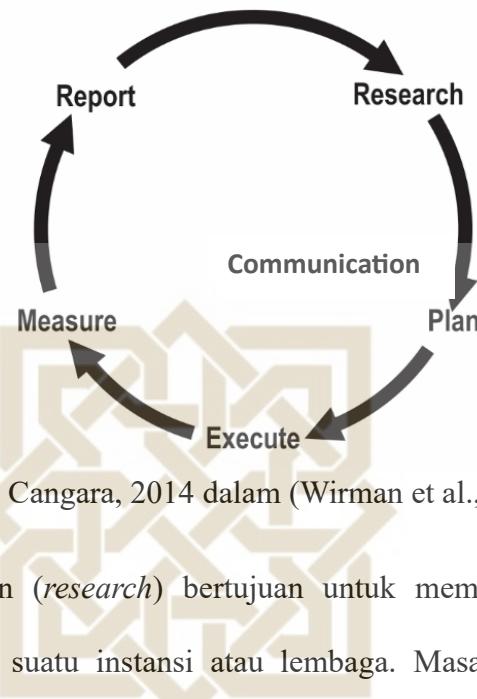
2. Model perencanaan komunikasi Lima Langkah

Menurut (Cangara, 2014), model perencanaan komunikasi Lima Langkah terdiri dari lima tahap, yang meliputi:

- 1) Penelitian (*Research*)
- 2) Perencanaan (*Plan*)
- 3) Pelaksanaan (*Execute*)
- 4) Pengukuran/Evaluasi (*Measure*)
- 5) Pelaporan (*Report*)



Gambar 3. Model Perencanaan Komunikasi Lima Langkah



(Sumber: Cangara, 2014 dalam (Wirman et al., 2017)

Penelitian (*research*) bertujuan untuk memahami permasalahan yang dihadapi suatu instansi atau lembaga. Masalah dapat berbentuk pandemi yang menyerang setiap anggota masyarakat, menurunnya pendapatan perusahaan, munculnya rasa tidak percaya terhadap organisasi dan keadaan lain sebagainya.

Perencanaan (*plan*) merupakan langkah yang akan dilaksanakan setelah adanya hasil penelitian (*diagnose*) berhasil didapatkan. Perencanaan tersebut merujuk pada perencanaan komunikasi. Oleh karena itu, perlu adanya manajemen dalam menentukan sumber (komunikator), pesan (*message*), media, sasaran (segmen), serta efek yang diharapkan.

Pelaksanaan (*execute*) melibatkan implementasi dari perencanaan komunikasi yang telah disusun sebelumnya. Ini dapat mencakup berbagai tindakan, seperti tayangan di televisi, wawancara di radio, pemasangan iklan di surat kabar, distribusi stiker kepada target sasaran, pemasangan

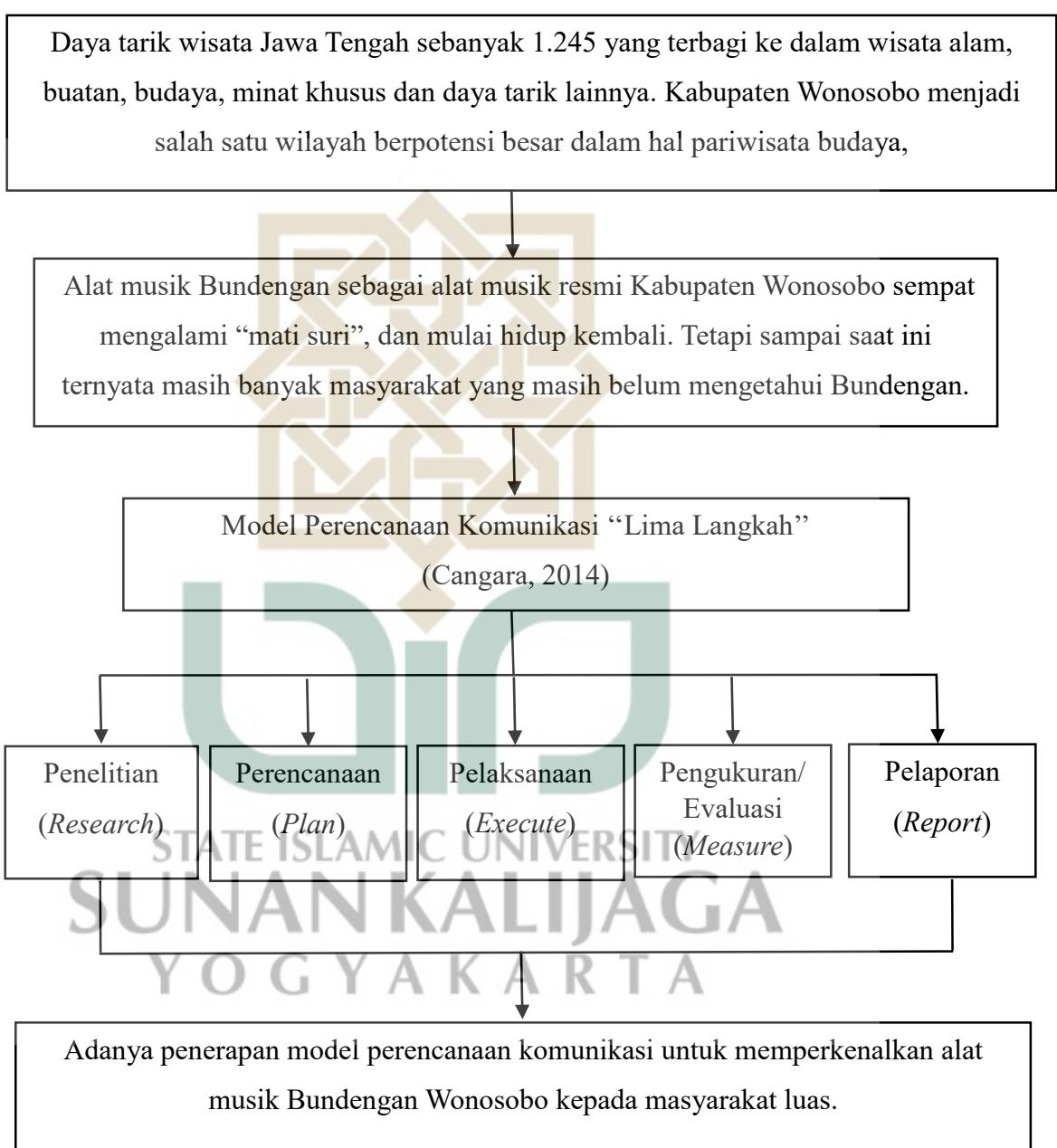
baliho atau spanduk di jalan, serta pemberangkatan tim penyuluhan untuk berinteraksi langsung dengan komunitas di area target sasaran.

Proses pengukuran (*measure*) bertujuan untuk mengevaluasi hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Sebagai contoh, kita dapat mengukur arah jangkauan media yang dinilai telah memenuhi target, sejauh mana penerima memahami pesan yang disampaikan, serta hal apa yang di lakukan oleh *stakeholders* setelah menerima dan memahami pesan yang di sampaikan tersebut.

Pelaporan merupakan langkah terakhir dalam proses perencanaan komunikasi yang sudah dilaksanakan. Biasanya, laporan disusun secara tertulis dan disampaikan kepada pimpinan atau pihak yang terkait sebagai bahan untuk pertimbangan. Apabila laporan menunjukkan hasil yang positif dan berhasil, informasi tersebut dapat menjadi dasar untuk program selanjutnya dalam jangka waktu yang lebih panjang. Namun jika dalam laporan terdapat beberapa hal yang perlu perbaikan, hal tersebut dapat menjadi pertimbangan untuk melakukan revisi atau modifikasi pada program yang akan dilanjutkan (Cangara, 2014).

G. Kerangka Pemikiran

Gambar 4. Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti, 2025

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, diterapkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Creswell (2009) dalam (Kusumastuti & Khoiron, 2019), penelitian kualitatif yaitu strategi penelitian yang bertujuan untuk mengeksplorasi, memahami makna, dan menyelidiki masalah sosial secara lebih dalam baik pada tingkat perorangan maupun kelompok. Metode ini menggunakan pendekatan sudut pandang naturalistik atau alamiah. Keadaan lapangan penelitian bersifat “natural” atau alamiah, apa adanya tanpa dimanipulasi atau diatur oleh eksperimen atau tes. Metode penelitian ini hanya ingin mengetahui keadaan variabel secara mandiri, tidak akan menguji hipotesis. Dengan tidak menghubungkan antar variabel secara sistematis.

Selanjutnya deskriptif adalah metode penelitian yang mendeskripsikan suatu fenomena atau objek dengan cara yang sistematis dan terinci (Sahir, 2021). I Made Suastra menyebutkan bahwa penelitian deskriptif lebih menitikberatkan pada pemahaman dan penggambaran mengenai keadaan atau fenomena yang terjadi di suatu populasi atau sampel. Penelitian tersebut dilakukan dengan melalui pengumpulan data secara detail dan memberikan analisis secara sistematis untuk menghasilkan gambaran yang jelas dan objektif (Fikri, 2024).

2. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

Subjek penelitian menurut Meleong (2012:32) didefinisikan sebagai informan, yang berarti orang yang berada dalam latar penelitian dan memberikan informasi. Suharsimi Arikunto (2016:26) mengartikan subjek penelitian sebagai entitas, fenomena atau individu yang menjadi lokasi pengumpulan data-data terkait dengan variabel yang diteliti. Subjek pada penelitian berperan strategis, sebab data yang amati dalam penelitian berasal dari subjek itu sendiri (Guntara, et al., 2023).

Subjek penelitian ini yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, instansi yang memiliki peran tanggung jawab dalam segala hal mengenai permasalahan pariwisata dan kebudayaan. Orang yang menjadi subjek penelitian ini Ibu Sri Fatonah Werdiyati Ismangil, S.Sos, MM selaku Kepala Bidang Pemasaran dan Ratna Sulistyawati, S.Sos., M.M selaku Kepala Bidang Kebudayaan dan Ekonomi Kreatif.

2. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2021:23) dalam (Guntara, 2023), objek penelitian merupakan fokus ilmiah yang bertujuan untuk memperoleh data tentang suatu hal yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. Data ini harus bersifat objektif, valid, dan reliabel. Adapun objek pada penelitian ini berupa model

manajemen komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam memperkenalkan alat musik Bundengan kepada masyarakat.

3. Metode Pengumpulan Data

Mengingat penelitian ini bersifat kualitatif, maka penelitian ini menerapkan dua metode pengumpulan data, yaitu primer yang didapatkan langsung dari sumbernya dan sekunder yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya. Menurut (Hardani et al., 2020) dalam Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, teknik pengumpulan data meliputi:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu cara pengumpulan data dengan mengamati secara saksama suatu objek atau fenomena yang diteliti. Menurut (Sukmadinata, 2005) dalam (Hardaniet al., 2020) menyatakan bahwasanya observasi diartikan sebagai teknik mengumpulkan data yang dilakukan dengan mengamati kegiatan yang sedang berlangsung.

Teknik observasi akan dapat diterapkan melalui pendekatan partisipatif maupun non-partisipatif. Artinya, dengan partisipatif maka dalam melakukan pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung dan turut serta dalam sebuah kejadian yang berlangsung. Sebaliknya, bahwa non partisipatif hanya mengamati dan mencatat hal yang terjadi tanpa ikut serta aktif didalamnya.

b. Wawancara

Nazir (1999) dalam (Hardani et al., 2020) menjelaskan, wawancara merupakan suatu proses percakapan atau tanya jawab di antara pewawancara dengan narasumber atau responden dengan tujuan untuk mendapatkan informasi atau data menyeluruh tentang suatu topik tertentu. Dalam proses wawancara, antara pewawancara atau peneliti dengan yang diwawancarai atau narasumber saling berpartisipasi aktif dalam percakapan untuk mengajukan dan menjawab daftar pertanyaan yang telah disiapkan.

c. Dokumentasi

Salah satu teknik pengumpulan data dengan dokumentasi, yang melibatkan proses pengambilan informasi yang didapatkan saat penelitian. Menurut Sugiyono (2015) dalam (Hardani et al., 2020) dokumentasi adalah catatan peristiwa yang telah terjadi.

Dokumen dapat berupa gambar, tulisan, atau karya monumental. Contoh dokumen tulisan meliputi catatan harian, cerita, sejarah kehidupan, peraturan, biografi, dan kebijakan. Dokumen berbentuk gambar mencakup foto, gambar bergerak, dan sketsa. Sedangkan dokumen yang berupa karya seni seperti gambar, patung, maupun film.

d. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan melibatkan pengumpulan data relevan untuk mendukung dan memperkuat penelitian. Biasanya, studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi yang relevan dengan nilai-nilai, budaya dan aturan yang berlaku dalam konteks sosial yang sedang di teliti.

4. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan mengekstraksi atau menggeneralisasi bukti dan data yang koheren dan konsisten. Menurut Bogdan dalam (Hardani et al., 2020) analisis data melibatkan pengumpulan dan penyusunan data secara sistematis dari hasil wawancara, hasil di lapangan, dan sumber lainnya. Proses ini bertujuan agar memudahkan pemahaman data dan menyampaikannya kepada orang lain. Dalam analisis data, kita mengorganisasikan informasi, memilah-milahnya menjadi beberapa unit, menggabungkan informasi, dan membuat pola. Selanjutnya, kita menentukan informasi yang relevan dan membuat kesimpulan yang dapat disampaikan kepada pihak lain.

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data melibatkan merangkum, menentukan beberapa hal pokok, dan bertitik fokus pada informasi penting. Tujuannya untuk menemukan tema dan pola serta menghilangkan informasi yang dinilai tidak relevan. Data yang sudah melalui reduksi

menghasilkan wujud yang lebih nyata dan memudahkan peneliti untuk pengumpulan data berikutnya. Apabila diperlukan, peneliti dapat kembali mencari data tambahan. Dalam proses reduksi data, alat-alat elektronik juga dapat membantu dengan memperhatikan aspek-aspek tertentu (Fadli, 2021).

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data atau *data display* adalah proses saat reduksi data telah selesai, di mana kita menggambarkan informasi yang berupa uraian, grafik, atau relasi antar kategori. Ini dapat berupa uraian singkat, bagan, atau *flowchart*. Penyajian data membantu kita memahami situasi dan merencanakan tindakan berdasarkan atas pemahaman yang telah kita peroleh (Hardani et al., 2020).

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Simpulan dapat diartikan sebagai ringkasan dari hasil penelitian yang mencerminkan pandangan akhir berdasarkan penjelasan sebelumnya atau keputusan yang di dapatkan melalui metode berpikir induktif maupun deduktif. Dalam proses menyusun simpulan, kita melanjutkan analisis data dengan memeriksa relasi antara apa yang dilakukan (*what*), bagaimana cara melakukannya (*how*), alasan dibalik tindakan tersebut (*why*), dan hasil yang dicapai (*how is the effect*).

5. Keabsahan Data

Keabsahan data merujuk pada tingkat kepercayaan data yang digunakan dalam penelitian mencerminkan keadaan sebenarnya dan dapat diandalkan untuk mendukung temuan atau kesimpulan.

Menurut Maleong (1998:187) dalam (Hardani et al., 2020), keabsahan data adalah konsep yang sangat penting yang dipengaruhi oleh validitas dan reliabilitas dalam konteks positivistisme serta disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria serta paradigma penelitian kualitatif.

Dalam upaya memastikan keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah pendekatan yang mengharuskan peneliti untuk mengumpulkan dan menggabungkan data dari berbagai sumber yang berbeda guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

Pendekatan ini melibatkan penggalian informasi dengan menggunakan berbagai sumber, seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, dan observasi. Selain itu, pendekatan ini juga melibatkan wawancara dengan beberapa subjek yang memiliki perbedaan perspektif (Pradistya, 2021). Dalam penelitian ini, triangulasi sumbernya adalah masyarakat yang menjadi target audiens utama dari adanya manajemen komunikasi yang diterapkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo. Lebih spesifik, triangulasi sumber dilakukan oleh tokoh masyarakat, yakni Ibu Mulyani, S.Pd yang

merupakan seorang seniman di Wonosobo, guru SMP dan aktivis Bundengan. Beliau juga penerima berbagai penghargaan besar salah satunya Anugrah Kebudayaan Indonesia (AKI) 2024.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa model perencanaan komunikasi oleh Disparbud Kabupaten Wonosobo, dalam upaya memperkenalkan alat musik Bundengan, meliputi *research* atau penelitian, *plan* atau perencanaan, selanjutnya *execute* atau pelaksanaan, *measure* atau pengukuran, dan terakhir report atau pelaporan yakni membuat hasil laporan atau membuat SPJ dalam istilah yang sering digunakan oleh Disparbud.

Perencanaan komunikasi yang dilakukan Disparbud Wonosobo dalam memperkenalkan Bundengan kepada masyarakat dengan menerapkan model Lima Langkah oleh Hafied Cangara. Melalui berbagai upaya seperti event, kolaborasi dengan berbagai pihak, pembuatan konten-konten edukatif dan informatif di kanal media sosial maupun media cetak. Dari upaya tersebut mulai mendapatkan perhatian dari generasi muda khususnya Gen Z saat ini. Terlihat dengan munculnya berbagai kelompok seni yang mempelajari serta memainkan Bundengan meskipun dikolaborasikan dengan musik-musik modern. Dan di beberapa sekolah di Wonosobo, Bundengan mulai akan diperkenalkan secara perlahan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian model perencanaan komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam memperkenalkan alat musik Bundengan, maka terdapat saran diantaranya:

1. Penelitian lanjutan

Peneliti memberikan bagi mahasiswa maupun akademisi untuk dapat melakukan riset lanjutan, karena pada penelitian ini sudah membahas mengenai model perencanaan komunikasi, maka untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan topik penelitian yang lain, menggunakan teori komunikasi yang berbeda atau penelitian komunikasi dalam perspektif lainnya lain agar lebih luas.

2. Pihak perencanaan kebijakan

Pemerintah daerah melalui Disparbud perlu meningkatkan program edukasi langsung kepada masyarakat khususnya generasi muda saat ini mengenai potensi wisata dan budaya seperti Bundengan. Dapat melalui workshop maupun pengintegrasian Bundengan dalam kurikulum muatan lokal secara menyeluruh di sekolah-sekolah.

3. Penerapan evaluasi berkala

Disarankan agar pihak Disparbud melakukan evaluasi berkala dan dengan cara yang lebih relevan dengan melibatkan partisipasi masyarakat. Evaluasi dapat melalui survei publik atau diskusi terbuka, misalnya setelah melakukan event, untuk mengetahui aspirasi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. F., & Andamisari, D. (2024). Strategi Komunikasi Komunitas Gerakan Kesejahteraan Tunarungu Indonesia Dalam Menyosialisasikan Bahasa Isyarat Indonesia di Jakarta. *Jurnal Lugas*, 8 No. 2, 200–209.
- Aristyan, A. (2024, 12 24). *EMMA Voice Kolaborasikan Bundengan Wonosobo dan Musik Pop*. Retrieved from emmanus.com: <https://emmanus.com/emma-voice-kolaborasikan-bundengan-wonosobo-dan-musik-pop/>
- Bohori. (2025, Januari 24). Sejarah Bundengan dan Kowangan. (S. U. Husna, Interviewer)
- Berutu, E. R., & Timur, K. (2021). Kreativitas Barnawi Dalam Musik Bundengan Di Masyarakat Kabupaten Wonosobo Provinsi Jawa Tengah. *Selonding Jurnal Etnomusikologi*, 17(2).
- <https://journal.isi.ac.id/index.php/selonding/article/download/3725/2393>
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi, Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Disporapar.Jatengprov. (2022). *Buku Statistik Pariwisata Jawa tengah Dalam Angka 2022*. Jawa Tengah.
- Fikri, A. (2024, 03 24). Definisi Penelitian Deskriptif Menurut Para Ahli. *RedaSamudera.id*.

Guntara, I. R., Yazid, T. P., & Rumyeni. (2023). Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk Keluarga Berencana Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kampar Menuju Kota Layak Anak Tingkat Utama. *Public Service and Governance Journal*, 4, No.1, 1–19.
<https://jurnal2.untagsmg.ac.id/index.php/psgj/article/view/713/711>

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.; 1st ed.). Putaka Ilmu.
<https://www.researchgate.net/publication/340021548>

idtesis.com. (n.d.). Pembahasan Lengkap Teori Strategi Promosi menurut Para Ahli dan Contoh Tesis Strategi Promosi.

Indonesia.go.id, Portal Informasi Indonesia. (2022, Sepetember 28). Peringkat Pariwisata Indonesia Naik Pesat. *Editorial*.

Kebudayaan, D. P. (n.d.). disparbud.wonosobokab.go.id. Retrieved from disparbud.wonosobokab.go.id; disparbud.wonosobokab.go.id

Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).

Penulis, T., Fardiansyah, H., Sungga Dirgantari, A., Dwi Rizkia, N., Mumtazah, F., Dewi Ratih, S., Sanmas, M., Eka Putra, A., Muhammad Athalarik, F., Puspitasari, M., Septian Riasanti Mola, M., Hardianti, T., Suswanto, B., & Hidayanto, S. (n.d.). *MANAJEMEN KOMUNIKASI*. www.freepik.com

Peraturan Bupati Wonosobo Nomor 80 Tahun 2016, Database Peraturan BPK.

<https://peraturan.bpk.go.id/Details/263093/perbup-kab-wonosobo-no-80-tahun-2016>

Pradistya, R. M. (2021, 02 09). Teknik Triangulasi dalam Pengolahan Data Kualitatif. *DQLAB.ID*.

Rahardjo, M. (2011, 06 10). Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif. *GEMA Media Informasi dan Kebijakan Kampus*.

Rijal Fadli, M. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta (1), Jawa Timur (2): KBM Indonesia.

Simanjuntak, M., Anwar, Handiman, U. T., Sugiarto, M., Lie, D., Hutabarat, M. L. P., Hasibuan, A., Nainggolan, N. T., Purba, S., & Afriansyah. (n.d.).

Manajemen Komunikasi dan Organisasi. Retrieved June 12, 2024, from https://www.researchgate.net/publication/362667205_Manajemen_Komunikasi_dan_Organisasi

Sitepu, E. e. (2020). 28JURNAL MASSAGE KOMUNIKASI , Volume STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN MINAT BERWISATA DI SUMATERA UTARA. *JURNAL MASSAGE KOMUNIKASI*, Volume 9 Nomor 1, 28-44.

Syofrianisda. (2023). *Ayat-ayat Al-Qur'an Tentang Manajemen Komunikasi*.

<https://jurnal.staiyaptip.ac.id/index.php/alkarim/citationstylelanguage/get/acm-sig-proceedings?submissionId=203&publicationId=205>

Wirman, W., Yazid, T. P., & Nurjanah. (2017). MODEL PERENCANAAN KOMUNIKASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT CHEVRON PACIFIC INDONESIA. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 123. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v11i2.3328>

