

**TINJAUAN EFEKTIFITAS MEDIA PROMOSI EVENT BUDAYA PACU  
JALUR KUANTAN SINGINGI**

**JURNAL**

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



**EENG WAHYUDI ARMY  
NIM : 57807/2010**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2018**



**HALAMAN PERSETUJUAN JURNAL**

**“TINJAUAN EFEKTIFITAS MEDIA PROMOSI EVENT BUDAYA  
PACU JALUR KUANTAN SINGINGI”.**

*Artikel ini disusun berdasarkan skripsi Eeng Wahyudhi Army diajukan untuk  
persyaratan wisuda periode september 2018 telah disetujui oleh kedua  
pembimbing*

Padang, 14 Agustus 2018

Disetujui dan Disahkan oleh:

Pembimbing I

**Dr. Budiwirman, M.Pd**  
NIP. 19590417.1989.03.1.001

Pembimbing II

**Dra. Jupriani, M.Sn**  
NIP. 19631008.1990.03.2.003

Mengetahui :

**Ketua Jurusan Seni Rupa**

**Drs. Syafwan, M.Si**  
NIP.19570101.198101.1.010

## ABSTRAK

### TINJAUAN EFEKTIFITAS MEDIA PROMOSI EVENT BUDAYA PACU JALUR KUANTAN SINGINGI

Eeng Wahyudhi Army, Budiwirman, Jupriani  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
FBS Universitas Negeri Padang  
Email : armyeeng20@gmail.com

Pariwisata sekarang ini memiliki kemajuan yang pesat tempat pariwisata sehingga menambah citra Indonesia sendiri menjadi lebih dikenal sebagai destinasi tujuan wisata yang menyajikan keindahan Alam dan keanekaragaman kebudayaan, diantaranya Tradisi Pacu Jalur di kabupaten Kuantan Singingi.

Seiring berkembangnya dunia pariwisata, bentuk-bentuk wisata yang meliputi lingkungan tradisi masyarakat, kegiatan mendapatkan perhatian istimewa oleh wisatawan asing dan juga wisatawan lokal itu sendiri. Data yang diteliti dan ditemukan permasalahan dalam melakukan kunjungan. Secara lebih mendalam, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Efektifitas Media Promosi Pacu jalur.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei dengan kuesioner. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan cross sectional. Cross sectional adalah penelitian yang digunakan hanya satu kali untuk mendeskripsikan Efektivitas Media Promosi Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi. Teknik dalam pengambilan pada sampel penelitian ini digunakan teknik accident sampling dengan cara kuisisioner diberikan kepada pengunjung yang akan ditemui penulis

Hasil penelitian di lakukan Negeri Kuantan Singingi, dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Tinggi nya minat pengunjung dalam menyaksikan event tradisi pacu jalur hal ini dapat terlihat pada grafik perkembangan pengunjung ke kuantan singingi dalam menyaksikan pacu jalur, yang tertinggi yaitu pada tahun 2014 yaitu sebanyak 285.000 orang. 2) Kreativitas dari tim untuk membuat poster spanduk untuk event pacu jalur ini memiliki warna yang menarik dan desain grafis yang juga menarik.

*Kata kunci : Media Promosi, Epic Model, Pacu Jalur*

## **ABSTRACT**

### **REVIEW OF EFFECTIVENESS MEDIA CULTURAL EVENT PROMOTION PACU JALUR KUANTAN SINGINGI**

*Eeng Wahyudhi Army, Budiwirman, Jupriani*  
*Major visual communication of design*  
*FBS Universitas Negeri Padang*  
*Email : armyeeng20@gmail.com*

*Tourism in Indonesia today has seen significant improvements in the provision of tourism products, thus increasing the image to be better known as a tourist destination that presents natural beauty and cultural diversity. Along with the development of the world of tourism today, tourism products based on the traditional environment of the community as well as cultural tourism activities such as traditional ceremonies and religious rituals also get special attention for tourists both foreign tourists and local tourists. This study aims to collect data to solve the problems found in this study. While in particular, attraction of race track tradition in Kuantan Singingi regency.*

*The data were collected by survey method with questionnaire. Data analysis technique used in this research is quantitative method with cross sectional. Cross sectional is a study that is used only once to describe the effectiveness of Promotional Media Cultural Events Pacu Jalur Kuantan Singingi. The sampling technique in this research is using accidental sampling technique, that is by giving questionnaires to the respondent who meet the writer in the field. A total of 100 visitors.*

*After doing research and mengprestasikan results of research conducted in Kuantan Singingi. So the researcher can conclude several things that are as follows: 1) The high interest of visitors in witnessing the event tradition of the pathway this thing can be seen on the graph of the development of visitors to kuantan singingi in witnessing the race track, the highest is in 2014 that is as many as 285,000 people. 2) The creativity of the team to create a banner poster for this pathway event has an attractive color and also attractive graphic design.*

*Keywords Media Promotion, Epic Model, Pacu Jalur*

## A. PENDAHULUAN

Riau merupakan dalam bagian pulau Sumatera. Provinsi yang meliputi Kepulauan Riau, sekelompok pulau kecil berada di Sumatera dan disebelah batas Singapura. Pekanbaru merupakan pusat kota itu sendiri. Negeri riau memiliki bermacam suku yaitu terdiri dari Melayu, Minang, Banjar, Bugis. Suku Melayu menjadi acuan utama masyarakat di daerah riau, pada hal pendapat dari M. Nasrul Kamal (2013) metode penelitian diperoleh melalui data pengamatan. Oleh sebab demikian Riau disebut sebagai kumpulan budaya melayu. Namun karena beragam suku di daerah Riau ini sendiri membuat daerah riau mempunyai bermacam kultur tradisi, adat dan seni yang ada. Sampai disini tradisi dalam daerah Riau sendiri tetap dilestarikan. Budaya di Riau ini dikarenakan berpengaruh dari bermacam unsur dalam budaya yang luar. Meskipun yang ada pada budaya melayu ini sendiri selalu memiliki nilai utuh. Daerah yang ada memiliki tradisi yaitu di negeri Kuantan singingi yang dikenal dengan Pacu Jalur sebagai simbol daerah.

Pusat pemerintahan ini terletak di Taluk Kuantan. Menurut Putri Alastri (2012) tentang strategi dinas kebudayaan pariwisata pemuda dan olahraga dalam pengembangan pariwisata Daerah Kabupaten Kuantan Singingi terbagi dalam 15 (lima belas) kecamatan. Berdasarkan wawancara peneliti kepada kepala dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Kabupaten Kuantan Singingi, bapak Marwan, Spd., M.M pada tanggal 03 Oktober 2017, beliau mengatakan bahwa jumlah pengunjung di tradisi pacu jalur Dari data di atas dapat kita lihat perkembangan jumlah pengunjung ke event pacu jalur kuantan singingi mulai dari tahun 2012 sampai tahun 2017. Pada tahun 2012 terdapat sebanyak 250.000 orang, 2013 sebanyak 235.000 orang, 2014 sebanyak 285.000 orang, 2015 sebanyak 215.000 orang, 2016 sebanyak 235.000 orang dan 2017 sebanyak 195.000 orang. Ini memperlihatkan antusias para wisatawan. Hal ini di dalam daerah Kabupaten Kuantan Singingi memiliki nilai yang positif dan dapat dikategorikan oleh para wisatawan yang ingin tahu.

Perahu merupakan alat transportasi air yang digunakan masyarakat Kuantan Singingi. Perahu atau jalur ini dirakit dari kayu besar atau gelondongan. Festival Pacu Jalur yang diselenggarakan setiap tahun dalam bentuk memeriahkan 17 Agustus yaitu Kemerdekaan Republik Indonesia di aliran sungai batang kuantan. Menurut Hasbullah dkk (2016) unsur-unsur magis dalam tradisi pacu jalur yang menjadikan salah satu budaya yang unik dari masyarakat Kuantan Singingi. Jalur (perahu) memiliki panjang 20-35 meter ini berisikan 45-60 Orang Anak Pacu(Anggota Perahu). Setiap anak pacu memiliki nama dan tugas masing-masing seperti Tukang Dayung, Tukang Cancang (memberi aba-aba), Tukang Pinggang (tukang kemudi), Tukang Onjei (memberi irama pada bagian kemudi dengan menggoyang badan dan Tukang Tari yang membantu tukang onjei dalam menyeimbangkan perahu jalur satu irama.

Demikian, dari setiap pergelaran pacu jalur banyak melewati proses untuk dapat menyiapkan jalur. Mulai dari pembuatan jalur hingga gelaran pacu jalur tidak sedikit memerlukan waktu dan biaya. Oleh karena itu butuh kekompakan serta musyawarah bersama masyarakat di suatu desa atau daerah yang ingin membuat suatu jalur. Hal ini menjadikan budaya tradisi pacu jalur salah satu budaya yang memiliki keunikan serta konsep menarik untuk lebih di ekspos agar budaya menjadi daya tarik bagi setiap kalangan para wisatawan. Dari segi ini diwujudkan dengan adanya pendekatan ke arah mempromosikan budaya pacu jalur dengan tujuan agar lebih dikenal. Promosi bertujuan mengenalkan Event budaya pacu jalur menjadi destinasi budaya yang unik. Kegiatan untuk menyampaikan suatu informasi agar dikenal disebut promosi. Promosi ini dilakukan secara langsung ataupun lewat media

Segala macam bentuk yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan merupakan media. Menurut Suthiar (2006:28), yang dimaksud dengan Promosi merupakan suatu alat komunikasi yang memberi penjelasan meyakinkan kepada calon konsumen tentang barang dan jasa. Media Promosi saat ini dibagi menjadi media promosi online dan media promosi offline. Hal yang membedakan media ini hanya melalui jaringan

internet atau tidak melalui jaringan internet. Oleh sebab itu tugas berat diemban Dinas kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, Dan Olahraga Kabupaten kuantan singingi untuk membuat dalam penyelenggaraan Festival Pacu jalur ini menjadi Festival meriah yang mencampurkan kultur tradisi dan juga dapat menambah jumlah para pengunjung yang datang, sehingga dapat meningkatnya pemasukan masyarakat di daerah yang membuat daerah berkembang menjadi lebih maju.

Efektifitas media promosi dapat dilihat dari tercapai atau tidaknya sasaran yang ditetapkan. Menurut Durianto (2003:86) Epic model merupakan salah satu alat untuk mengukur efektifitas iklan dengan pendekatan komunikasi yang dikembangkan oleh AC Nielsen salah satu perusahaan peneliti pemasaran terbuka di dunia, yang mencakup dimensi Empati, Persuasi, Dampak, dan Komunikasi.

Hasil uraian tersebut, maka masalah dalam meneliti yang dapat diidentifikasi diantaranya adalah: 1) Adanya Indikasi Peningkatan Jumlah Wisatawan dengan adanya Festival pacu jalur di negeri Singingi tahun 2009-2016. 2) Kurangnya promosi pada kawasan objek wisata kuantan singingi khususnya tradisi pacu jalur sehingga peningkatan pengunjung atau wisatawan belum optimal sepenuhnya. 4) Adanya indikasi peningkatan jumlah wisatawan dengan adanya promosi melalui media desain komunikasi visual.

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Uji Validitas Media Promosi Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi**

Sebelum dilakukan intepretasi data, dilakukan kelayakan validitas dan reliabilitas untuk memenuhi syarat dalam uji kelayakan ini.,seperti dilihat pada tabel ini:

#### **a. Uji Validitas Empathy (E)**

**Tabel 1. Uji Validitas Variabel *Empathy* (E)**

Kelompok	Nomor Item	Validitas		Keterangan
		r hitung	r tabel	
Empati	1	0.655	0.361	Valid



	2	0.710	0.361	Valid
--	---	-------	-------	-------

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Tabel yang ditunjukkan semua item pertanyaan untuk variabel *empathy* mempunyai nilai korelasi lebih besar dari 0,361 Dengan demikian berarti item pertanyaan untuk variabel *empathy* (E) valid untuk pengujian selanjutnya.

b. Uji Validitas Variabel *Persuasion* (P)

**Tabel 2. Uji Validitas Variabel *Persuasion* (P)**

Kelompok	Nomor Item	Validitas		Keterangan
		r hitung	r tabel	
Persuasi	1	0.523	0.361	Valid
	2	0.538	0.361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel *persuasion* mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari 0,361. Dengan demikian item pertanyaan untuk variabel *persuasion* (P) valid untuk pengujian selanjutnya.

c. Uji Validitas Variabel *Impact* (I)

**Tabel 3. Uji Validitas Variabel *Impact* (I)**

Kelompok	Nomor Item	Validitas		Keterangan
		r hitung	r tabel	
Dampak	1	0.728	0.361	Valid
	2	0.708	0.361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua dalam item pertanyaan *impact* mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari 0,361. Dengan demikian berarti item pertanyaan untuk variabel *impact* (I) valid untuk pengujian selanjutnya.

d. Uji Validitas Variabel *Communication* (C)

**Tabel 4. Uji Validitas Variabel *Communication* (C)**

Kelompok	Nomor Item	Validitas		Keterangan
		r hitung	r tabel	
Komunikasi	1	0.617	0.361	Valid
	2	0.526	0.361	Valid
	3	0.733	0.361	Valid
	4	0.651	0.361	Valid

*Sumber : Hasil Penelitian 2018*

Tabel di atas menunjukkan semua item pertanyaan untuk variabel *communication* mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari 0,361. Dengan demikian, bahwa dalam item bentuk pernyataan variabel *communication* (C) valid untuk selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas Media Promosi Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi  
Pengujian instrumen penelitian dilakukan dari segi reliabilitas terhadap 30 responden, hasil instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini reliabel jika koefisien keandalannya lebih besar dari 0,6, untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.839	10

*Sumber : Hasil Penelitian 2018*

Berdasarkan hasil perhitungan yang dapat dilihat pada tabel 11, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini adalah reliabel karena nilai koefisien alpha variabel EPIC lebih besar dari 0,6. Oleh karena itu, data penelitian ini dapat digunakan lagi pada analisis selanjutnya.

**3. Hasil Uji Dimensi EPIC Media Promosi Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi**

Penelitian ini dimensi EPIC diukur dan diwakilkan beberapa pertanyaan pada kuesioner untuk dijadikan responden memilih lima pilihan menjawab dalam skala Likert 1 sampai dengan 5. Dilihat secara lebih variable diteliti melalui hasil perhitungannya:

**a. Dimensi *Empathy***

Dimensi *empathy* memberi informasi secara menarik atau tidaknya iklan menurut pengunjung dan tingkat kesukaan pengunjung terhadap Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi.

Untuk penelitian ini dimensi empati diwakili oleh dua pernyataan sebagai berikut:

- 1) Menurut saya media promosi Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi adalah bagus
- 2) Saya menyukai media promosi Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi

Berikut ini terdapat tabel yang menunjukkan hasil perolehan data dari survei terhadap 100 responden tentang dua pernyataan dimensi empati:

**Tabel 6. Dimensi *Empathy* Responden Terhadap Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi**

Atribut	Bobot	Jumlah Responden			
		E1	E1(%)	E2	E2(%)
Sangat Setuju	5	75	75%	57	57%
Setuju	4	16	16%	24	24%
Cukup setuju	3	8	8%	4	4%
Tidak setuju	2	0	0%	13	13%
Sangat tidak setuju	1	1	1%	2	2%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Hasil Penelitian 2018*

Tabel 6 menunjukkan rata-rata respon dimensi *empathy*, sebagai berikut:

$$\bar{x}_{(E1)} = \frac{(5 \times 75) + (4 \times 16) + (3 \times 8) + (2 \times 0) + (1 \times 1)}{100} = \frac{464}{100}$$

$$\bar{x}_{(E1)} = 4,64$$

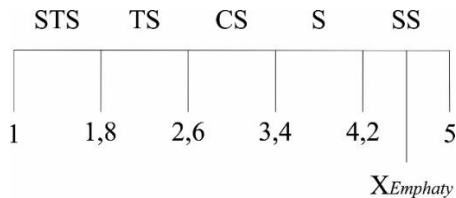
$$\bar{x}_{(E2)} = \frac{(5 \times 57) + (4 \times 24) + (3 \times 4) + (2 \times 13) + (1 \times 2)}{100} = \frac{421}{100}$$

$$\bar{x}_{(E2)} = 4,21$$

$$\bar{x}_{Empathy} = \frac{4,64 + 4,21}{2}$$

$$\bar{x}_{Empathy} = 4,425$$

Sehingga :



Hasil analisis penelitian pengukuran Efektifitas Media Promosi Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi dari EPIC Model dijelaskan dalam bentuk dimensi empathy promosi ini dikategorikan dalam skala sangat setuju (4,425). Dalam ini dikonfirmasi bahwa pengunjung menilai Media Promosi Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi menarik serta pengunjung suka pada media promosi ini.

#### b. Dimensi Persuasi

Dimensi Persuasi dapat menginformasikan tentang meningkatkan dan menguatkan merk. Penelitian dimensi persuasi diwakili oleh dua pernyataan sebagai berikut:

- 1) Saya tertarik dengan media promosi Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi
- 2) Saya ingin menyaksikan Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi

Dibawah terlihat tabel yang menunjukkan bagaimana hasil data dari survei kepada 100 pengunjung tentang dua pernyataan dimensi persuasi:

**Tabel 7. Dimensi *Persuasion* Responden Terhadap Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi**

Atribut	Bobot	Jumlah Responden			
		P1	P1(%)	P2	P2(%)
Sangat Setuju	5	44	44%	47	47%
Setuju	4	49	49%	37	37%
Cukup setuju	3	5	6%	9	9%
Tidak setuju	2	1	1%	5	5%
Sangat tidak setuju	1	0	0%	2	2%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel 7 diperoleh rata-rata respon dimensi *persuasion*, sebagai berikut:

$$\bar{x}_{(P1)} = \frac{(5 \times 44) + (4 \times 49) + (3 \times 6) + (2 \times 1) + (1 \times 0)}{100} = \frac{436}{100}$$

$$\bar{x}_{(P1)} = 4,36$$

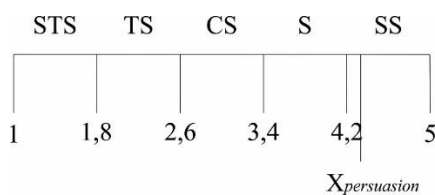
$$\bar{x}_{(P2)} = \frac{(5 \times 47) + (4 \times 37) + (3 \times 9) + (2 \times 5) + (1 \times 2)}{100} = \frac{422}{100}$$

$$\bar{x}_{(P2)} = 4,22$$

$$\bar{x}_{Persuasion} = \frac{4,36 + 4,22}{2}$$

$$\bar{x}_{Persuasion} = 4,29$$

Sehingga :



Dimensi *persuasion* media promosi event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi masuk dalam rentang skala sangat setuju (4,29), yang menunjukkan bahwa media promosi event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi tersebut dapat memberikan peningkatan atau penguatan karakter promosi event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi. Media promosi ini memiliki ketertarikan pengunjung akan event budaya tersebut dan keinginan pengunjung untuk meramaikan acara tersebut.

### c. Dimensi *Impact* (Dampak)

Untuk penelitian ini dimensi *impact* diwakili oleh dua pernyataan sebagai berikut:

- 1) Saya mengetahui betul mengenai Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi
- 2) Media promosi Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi lebih kreatif dibandingkan media promosi Event lainnya

Dibawah ini tabel yang menunjukkan hasil dari survei 100 responden tentang dua pertanyaan dimensi impact:

**Tabel 8. Dimensi Impact Responden Terhadap Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi**

Atribut	Bobot	Jumlah Responden			
		I1	I1(%)	I2	I2(%)
Sangat Setuju	5	23	23%	32	32%
Setuju	4	52	52%	58	58%
Cukup Setuju	3	10	10%	8	8%
Tidak Setuju	2	13	13%	2	2%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2%	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel 14 diperoleh rata-rata dimensi *impact*, sebagai berikut:

$$\bar{x}_{(I1)} = \frac{(5 \times 23) + (4 \times 52) + (3 \times 10) + (2 \times 13) + (1 \times 2)}{100} = \frac{381}{100}$$

$$\bar{x}_{(I1)} = 3,81$$

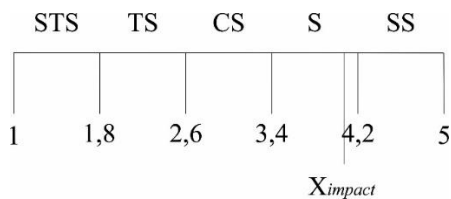
$$\bar{x}_{(I2)} = \frac{(5 \times 32) + (4 \times 58) + (3 \times 8) + (2 \times 2) + (1 \times 0)}{100} = \frac{420}{100}$$

$$\bar{x}_{(I2)} = 4,20$$

$$\bar{x}_{Impact} = \frac{3,81 + 4,20}{2}$$

$$\bar{x}_{Impact} = 4,005$$

Sehingga :



Dimensi *impact* media promosi event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi termasuk dalam rentang skala setuju dengan skor 4,005. Hal ini berarti bahwa pengujung memiliki pengetahuan atas event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi dan pengujung beranggapan bahwa media

promosi event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi kreatif bila dibandingkan event budaya lainnya.

Media promosi event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi diperlukan kreativitas, pengunjung yang menjawab sangat tidak setuju sekali hingga dengan cukup (skala 1-43) memiliki alasan jika media promosi tersebut tidak krang dari kreatifitasnya media promosi event sejenis lainnya. Setelah itu memilih jawaban setuju sampai dengan sangat setuju sekali (skala 4-5) dirasa karena media promosi tersebut sudah berada dalam kategori imajinatif.

**d. Dimensi *Communication* (Komunikasi)**

Penelitian dimensi komunikasi diwakili oleh empat pernyataan sebagai berikut:

- 1) Media promosi Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi lebih jelas dibandingkan media promosi Event lainnya
- 2) Media promosi Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi mampu menyampaikan pesan dari media promosi tersebut
- 3) Saya mengerti informasi dari media promosi Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi mudah di jangkau
- 4) Slogan media promosi yang ada sudah dapat mencerminkan manfaat dari event tersebut

Berikut ini terdapat tabel yang menunjukkan hasil perolehan data dari survei terhadap 100 responden tentang empat pernyataan dimensi komunikasi:

**Tabel 9. Dimensi *Communication* Responden Terhadap Event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi**

Atribut	Bobot	Jumlah Responden							
		C1	C1(%)	C2	C2(%)	C3	C3(%)	C3	C3(%)
Sangat Setuju	5	44	44%	55	55%	31	31%	56	56%
Setuju	4	49	49%	37	37%	56	56%	34	34%
Cukup Setuju	3	4	4%	6	6%	11	11%	9	9%
Tidak Setuju	2	3	3%	2	2%	1	1%	1	1%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Tabel 9 menunjukkan bahwa rata-rata respon dimensi *communication*, sebagai berikut:

$$\bar{x}_{(C1)} = \frac{(5 \times 44) + (4 \times 49) + (3 \times 4) + (2 \times 3) + (1 \times 0)}{100} = \frac{434}{100}$$

$$\bar{x}_{(C1)} = 4,34$$

$$\bar{x}_{(C2)} = \frac{(5 \times 55) + (4 \times 37) + (3 \times 6) + (2 \times 2) + (1 \times 0)}{100} = \frac{445}{100}$$

$$\bar{x}_{(C2)} = 4,45$$

$$\bar{x}_{(C3)} = \frac{(5 \times 31) + (4 \times 56) + (3 \times 11) + (2 \times 1) + (1 \times 1)}{100} = \frac{415}{100}$$

$$\bar{x}_{(C3)} = 4,15$$

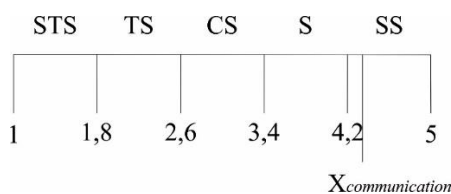
$$\bar{x}_{(C4)} = \frac{(5 \times 56) + (4 \times 34) + (3 \times 9) + (2 \times 1) + (1 \times 0)}{100} = \frac{445}{100}$$

$$\bar{x}_{(C4)} = 4,45$$

$$\bar{x}_{Communication} = \frac{4,34 + 4,45 + 4,15 + 4,45}{4}$$

$$\bar{x}_{Communication} = 4,3475$$

Sehingga :

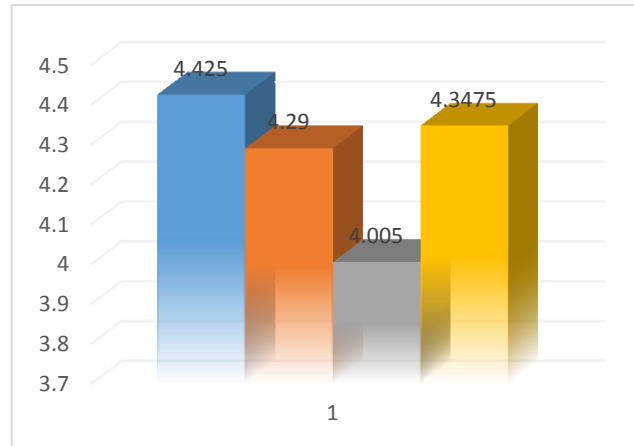


Hasil analisis EPIC model, dimensi *communication* menghasilkan skor rata-rata 4,3475. Skor *communication* menempati rentang penilaian cukup efektif. Hasil penelitian dimensi *communication* media promosi event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi menunjukkan bahwa konsumen dapat memahami maksud kata dan gambar yang ditampilkan dalam media promosi sehingga pesan yang disampaikan cukup dimengerti calon pengunjung.

Hasil penghitungan maka grafik hasil analisis efektivitas media promosi event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi dengan metode EPIC (*empathy, persuasion, impact and communication*) model secara keseluruhan dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini:



**Gambar 1. Grafik EPIC Model media promosi event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi**



*Sumber : Hasil Penelitian 2018*

Grafik di atas menunjukkan hasil penelitian bahwa event Budaya Pacu Jalur Kuantan Singingi mendapatkan total nilai keseluruhan EPIC model yang cukup efektif, yaitu dengan nilai skor rata-rata dimensi *empathy* 4,425, dimensi *persuasion* mendapatkan skor rata-rata sebesar 4,29, dimensi *impact* sebesar 4,005 dan dimensi *communication* memiliki skor 4,3475.

### C. PENUTUP

Hasil penelitian di Kuantan Singingi. Peneliti menyimpulkan beberapa diantaranya sebagai berikut:

1. Tinggi nya minat pengunjung dalam menyaksikan event tradisi pacu jalur hal ini dapat terlihat pada grafik perkembangan pengujung ke kuantan singingi dalam menyaksikan pacu jalur, yang tertinggi yaitu pada tahun 2014 yaitu sebanyak 285.000 orang.
2. Kreativitas dari tim untuk membuat event pacu jalur ini memiliki warna yang menarik dan desain grafis yang juga menarik.

### Saran

Saran dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kuantan Singingi agar lebih memperhatikan lagi pembuatan poster atau spanduk yang akan di jadikan

daya tarik dalam event pacu jalur tersebut seperti pemilihan corak dan komposisi warna desain grafis yang membantu daya tarik pengunjung dalam menyaksikan kegiatan pacu jalur tersebut.

2. Masyarakat Kuantan Singingi agar tetap mempertahankan dan melestarikan tradisi pacu jalur yang telah ada secara turun temurun sampai saat sekarang ini, agar nantinya tidak tergerus oleh banyaknya permainan-permainan yang berbasis *online* yang telah berkembang dikalangan masyarakat.
3. Peneliti selanjutnya, perdalam lagi kajian tentang pacu jalur karena banyak sekali hal-hal sangat penting di teliti dalam tradisi pacu jalur di kuantan singingi ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alastri, Putri. (2012). *Strategi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Pengembangan Pariwisata Pacu Jalur Di Kabupaten Kuantan Singingi*.
- Hasbullah. Dkk. (2016). Unsur-unsur Magis dalam Tradisi Pacu Jalur: Perspektif Antropologi Agama. *Jurnal Sosial Budaya Vol 13 No 1*, 2407-2603.
- Oktorio, Susti. (2011). Kontribusi Event Pacu Jalur Terhadap Perekonomian Masyarakat Desa Seberang Teluk Kuantan Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi. Fakultas Syaria'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.