

Strategi Promosi Atraksi *Pacu Itiak* di Kota Payakumbuh Provinsi Sumatera Barat



TESIS
TATA KELOLA SENI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan kelulusan
Program Magister Tata Kelola Seni

Diajukan Oleh

Mhd Rhomario Adiaksa

NIM 2120227420

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2024

TESIS
TATA KELOLA SENI

**Strategi Promosi Atraksi *Pacu Itiak* di Kota
Payakumbuh Provinsi Sumatera Barat**

Diajukan Oleh:

Mhd Rhomario Adiaksa

NIM 2120227420

Telah dipertahankan pada tanggal 17 Januari 2024 di depan Dewan Penguji yang terdiri dari :

Pembimbing

Penguji Ahli

T Handono Eko Prabowo, MBA, Ph.D **Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si**

Ketua Penguji

Dr. Koes Yuliadi, M.Hum

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diterima Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Seni

Yogyakarta, **31 JAN 2024**
.....
Direktur Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,



Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si

NIP. 197210232002122001

SURAT PERNYATAAN

Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mhd Rhomario Adiaksa

NIM : 2120227420

Judul : Strategi Promosi Atraksi *Pacu Itiak* di Kota Payakumbuh
Provinsi Sumatera Barat

Program Studi : Magister Tata Kelola Seni

Dengan ini menyatakan bahwa tesis ini benar-benar karya asli, bukan hasil jiplakan, belum pernah dipublikasikan dan belum pernah dipergunakan untuk mengambil gelar akademik di perguruan tinggi manapun. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat ketidakbenaran dalam penelitian ini, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.



Yogyakarta, 08 Januari 2024

Yang membuat surat pernyataan

Mhd Rhomario Adiaksa

ABSTRAK

Atraksi *Pacu Itiak* merupakan salah satu atraksi yang berbasis kearifan lokal unik dan menarik yang ada di Kota Payakumbuh, Provinsi Sumatera Barat. Namun sebagai atraksi *Pacu Itiak* yang unik ini belum berkembang dengan baik dan dikenal luas oleh masyarakat dan wisatawan. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui peran para *stakeholder* pariwisata dalam mengelola atraksi *Pacu Itiak* demikian juga bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (DISPARPORA) dan para *stakeholder* pariwisata di Kota Payakumbuh sehingga atraksi *Pacu Itiak* dikenal luas oleh masyarakat dan wisatawan yang akan berkunjung ke Kota Payakumbuh. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk menganalisis suatu permasalahan didukung oleh teori-teori dari *stakeholder* pariwisata, strategi promosi, dan event. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi *Pacu Itiak* dijadikan sebagai sarana dalam mempromosikan potensi daerah untuk menarik minat dan kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara melalui kerja sama dengan *stakeholder* pariwisata yang terdiri dari akademisi, bisnis, pemerintah, komunitas/organisasi, dan media, serta merancang strategi promosi melalui kegiatan Penjualan Perorangan, Periklanan, Promosi Penjualan, Publisitas, dan Pemasaran Langsung.

Kata Kunci: Atraksi, *Pacu Itiak*, Strategi Promosi, *Stakeholder* Pariwisata.

ABSTRACT

Pacu Itiak performance is a unique and interesting local wisdom-based performance in Payakumbuh City, West Sumatra Province. However, this performance has not been widely known by the public and tourists. This study aims to identify the role of tourism stakeholders in managing Pacu Itiak performance and the promotional strategies carried out by the Department of Tourism, Youth and Sports (DISPARPORA) and tourism stakeholders in this city to introduce this performance to the wider public and tourists. This study used a descriptive qualitative method. Data were collected by conducting observations, interviews, and documentation. The analysis in this study was based on the theory of tourism stakeholders, promotional strategies, and events. The results of the study showed that Pacu Itiak performance was a means of promoting regional potential to attract both domestic and international tourists to visit this city. This was done in collaboration with tourism stakeholders including academics, business actors, government, communities/organizations, and the media. The promotional strategies covered Personal Selling, Advertising, Sales Promotion, Publicity, and Direct Marketing activities.

Keywords: Performance, Pacu Itiak, Promotion Strategy, Tourism Stakeholders.



KATA PENGANTAR

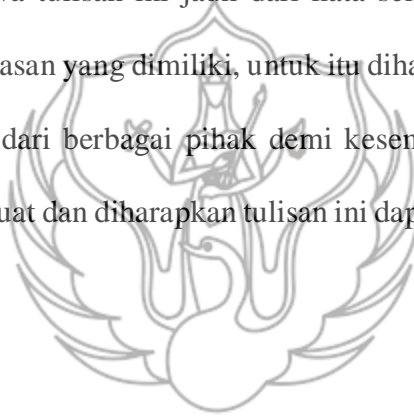
Rasa syukur kami panjatkan kepada kehadiran *Allah S.W.T* Yang Maha Mendengar, atas terselesaikannya tesis yang berjudul Strategi Promosi Atraksi *Pacu Itiak* di Kota Payakumbuh Provinsi Sumatera Barat beserta laporan pertanggungjawaban dengan baik. Tesis ini ditulis dengan tujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan kelulusan Program Magister Tata Kelola Seni, Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Penulisan tesis ini dapat selesai dengan baik berkat bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis perlu mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Fortunata Tyasrinesu, M.Si., selaku Direktur Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Suwarno Wisetrotomo, M.Hum., selaku Asisten Direktur I Bidang Akademik, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn., selaku Asisten Direktur II Bidang Umum dan Keuangan, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Dr. Koes Yuliadi, M.Hum., selaku Ketua Program Studi Tata Kelola Seni Program Magister, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. T. Handono Eko Prabowo, MBA, Ph. D., selaku pembimbing yang mendampingi, memberikan masukan dan motivasi dalam proses penelitian ini.
6. Seluruh dosen pengajar di program studi Magister Tata Kelola Seni yang telah memberikan banyak ilmu serta wawasan baru dalam proses belajar mengajar sehingga ilmu tersebut menunjang proses penelitian ini.

7. Seluruh tenaga kependidikan, staf dan karyawan Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang selalu bersedia membantu dan memberikan fasilitas sampai proses Tugas Akhir ini terselesaikan.
8. Pepy Afrillian, M. Par., selaku Dosen Pariwisata UIN Batusangkar dan Asesor Pariwisata Kabupaten Tanah Datar yang ikut terlibat dalam membimbing saya selama proses penelitian berlangsung.
9. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Provinsi Sumatera Barat dan Kota Payakumbuh, yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Kota Payakumbuh.
10. Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (DISPARPORA) Kota Payakumbuh, yang telah bersedia dan memberikan saya data-data yang diperlukan terkait permasalahan pada penelitian ini.
11. Organisasi *Reinbond* dan PORTI (Persatuan Olahraga Terbang Itiak) Kota Payakumbuh, yang telah bersedia menerima dan memberikan data terkait topik penelitian.
12. Masyarakat Kota Payakumbuh, yang telah menerima dan merespon dengan baik atas kehadiran saya untuk melakukan penelitian.
13. Seluruh Keluarga Tercinta khususnya Mama dan Papa yang selalu memberikan dukungan berupa moral dan materi serta doa yang tidak terputus dari awal saya menempuh pendidikan Strata-2 ini.
14. Rima Miranda S.Pd., terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungannya selama ini yang merupakan suatu energi yang mempesona jiwa dan semangatku.

15. Teman-teman angkatan 2021 Program Studi Magister Tata Kelola Seni, Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta atas dukungan, kebersamaannya selama ini, dan pengalaman yang diberikan.
16. Teman-teman yang tergabung dalam ikatan mahasiswa Minang ISI Yogyakarta yang menemani saya semasa di Yogyakarta.
17. *Vendor-vendor event dan wedding organizer* yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terimakasih atas dukungan dan kerja sama kita demi kelancaran proses penelitian ini.

Disadari bahwa tulisan ini jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan wawasan yang dimiliki, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan tulisan ini. Sekian kata pengantar ini dibuat dan diharapkan tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.



Yogyakarta, 17 Januari 2024

Penulis

Mhd Rhomario Adiaksa

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah	6
C.Tujuan Penelitian	6
D.Manfaat Penelitian	7
BAB II	8
LANDASAN TEORI.....	8
A.Kajian Sumber	8
B.Kajian Teori	12
1. Strategi Promosi	12
2. Event.....	16
3. Stakeholder.....	20

C. Kerangka Pemikiran.....	22
BAB III.....	23
METODE PENELITIAN.....	23
A. Pendekatan Penelitian	23
B. Objek Penelitian.....	23
C. Subjek Penelitian	24
D. Rencana Waktu Penelitian	24
E. Teknik Pengumpulan Data	24
1. Sumber Data.....	24
2. Pengumpulan Data.....	25
F. Teknik Analisis Data.....	26
1. Pengumpulan Data	26
2. Reduksi Data	26
3. Penyajian Data	26
4. Penarikan Kesimpulan	27
BAB IV	28
HASIL DAN PEMBAHASAN	28
A. Gambaran Objek Penelitian.....	28
1. Kondisi Geografis Kota Payakumbuh	28
2. Atraksi <i>Pacu Itiak</i>	30
B. Peran <i>Stakeholder</i> Pada Atraksi <i>Pacu Itiak</i>	38
1. Akademisi	39

2. Bisnis	40
3. Komunitas / Organisasi	45
4. Pemerintah	48
5. Media	49
C.Strategi Promosi Atraksi <i>Pacu Itiak</i> di Kota Payakumbuh	51
a. Penjualan Perorangan	53
b. Periklanan	55
c. Promosi Penjualan	59
d. Publisitas	60
e. Pemasaran Langsung	62
BAB V	64
KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
DAFTAR NARASUMBER	69
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jangka Waktu Penelitian	24
Tabel 2 Penelitian Terkait <i>Pacu Itiak</i>	39
Tabel 3 Tempat Penginapan di Kota Payakumbuh	41
Tabel 4 Jasa Biro Perjalanan Wisata di Kota Payakumbuh	42
Tabel 5 Struktur Organisasi <i>Reinbond</i> 2023	46
Tabel 6 Struktur Organisasi PORTI 2023	47
Tabel 7 Unggahan Media 2015-2023	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kalender Event Sumatera Barat 2022.....	3
Gambar 2 Atraksi Pacu Itiak dinobatkan sebagai	4
Gambar 3 Diagram Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4 Peta Kota Payakumbuh.....	28
Gambar 5 Video Promo Wisata Payakumbuh	48
Gambar 6 Atraksi Pacu Itiak dikunjungi oleh wisatawan dari Negara Brunei Darusalam	53
Gambar 7 Iklan Brosur Agenda Wisata Kota Payakumbuh 2022	57
Gambar 8 Iklan Banner Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga	58
Gambar 9 Iklan Spanduk Atraksi Pacu Itiak.....	59
Gambar 10 Penyerahan Hadiah KIM dan Lomba Memasak Penutupan	60
Gambar 11 Atraksi Pacu Itiak dalam rangkaian kegiatan Payakumbuh Botuang Festival.....	62
Gambar 12 Pemasaran secara langsung oleh Nira Travel.....	63
Gambar 13 Pembukaan Atraksi Pacu Itiak	70
Gambar 14 Pelepasan Itiak Pacu Oleh FORKOPIMDA Kota Payakumbuh	70
Gambar 15 Garis Start Jarak Panjang 1.600 M.....	71
Gambar 16 Antusias Pengunjung Atraksi Pacu Itiak 2023	71
Gambar 17 Bersama Itiak Pacu.....	72
Gambar 18 Bersama Ketua Reinbond (YB Datuak Parmato Alam)	72
Gambar 19 Bersama Sekretaris PORTI Kota Payakumbuh (HB Datuak Mangkuto).....	73
Gambar 20 Bersama Sesepuh Pacu Itiak dan Ketua PORTI Kota Payakumbuh.....	73
Gambar 21 Bersama Kabid Kebudayaan DISPARPORA Kota Payalumbuh	74
Gambar 22 Bersama Kabid Pemasaran DISPARPORA Kota Payakumbuh	74
Gambar 23 Bersama Masyarakat Buk (Atun).....	75
Gambar 24 Bersama Masyarakat Buk (Rasmida)	75
Gambar 25 Bersama Salah Satu wisman pengunjung Atraksi Pacu Itiak	76
Gambar 26 Bersama Masyarakat.....	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata saat ini merupakan sektor yang sangat berpengaruh terhadap pendapatan negara. Sub sektor pariwisata dinilai mampu meningkatkan perekonomian masyarakat dan membuka lapangan pekerjaan baru. Menurut data dari website DataIndonesia.id, pada tahun 2022 pariwisata di Indonesia menghasilkan pendapatan sebesar US\$ 4,26% miliar, nilai tersebut meningkat 769,39% dan mengalami kenaikan 3 kali lipat jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Shilvina Widi, 2022).

Selain alam yang berpotensi untuk perkembangan pariwisata, budaya juga bisa menjadi produk unggulan wisata. Produk budaya menjadi daya tarik wisata yang tidak kalah menarik dari wisata yang mengedepankan alam sebagai nilai jual utama. Sangat banyak daerah di Indonesia yang menawarkan budaya sebagai atraksi daya tarik wisata, antara lain seperti *Pacu Jawi* di Sumatera Barat, tari *Kecak* di Bali, *Pasola* di Nusa Tenggara Timur.

Event yang dikemas dengan berbasis kearifan lokal menjadi salah satu cara yang digunakan oleh pemerintah bersama masyarakat dalam membangun kepariwisataan. Pemerintah Indonesia melalui Kemenparekraf mendukung pembangunan pariwisata melalui event dengan membentuk sebuah program penghargaan kepada daerah-daerah dengan nama KEN (Karisma Event Nusantara) yang dilaksanakan pertama kali pada tahun 2021. Tujuan yang diharapkan terhadap pembentukan KEN, yaitu dapat memberikan dampak positif terhadap

perkembangan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Fenomena ini membuat pemerintah bersama masyarakat berlomba-lomba dan semangat membangun kepariwisataan di daerah masing-masing dengan cara merancang kegiatan pariwisata melalui kalender event.

Peran event/festival yang berbasis kearifan lokal di dalam dunia pariwisata yaitu untuk menarik minat kunjungan wisatawan ke suatu tempat, memberikan manfaat dalam pembentukan citra dan *destination branding*, menghidupkan atraksi, serta bertindak sebagai alat pembangunan ekonomi dan destinasi tersebut (Geetz, 2010). Event/festival mampu memberikan dampak yang positif dan negatif pada daerah dan masyarakatnya (Etiosa, 2012). Dengan demikian hal tersebut merupakan tanggung jawab penyelenggara event untuk memprioritaskan dampak positif dari pada negatifnya. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan mengoptimalkan kegiatan promosi.

Salah satu daerah yang memiliki bermacam atraksi yang berbasis kearifan lokal yaitu Provinsi Sumatera Barat yang mayoritas penduduknya dihuni oleh Suku Minangkabau. Daerah ini memiliki potensi alam, seni dan budaya yang melimpah. Hal ini membuat Sumatera Barat mempunyai daya tarik tersendiri untuk dikunjungi oleh wisatawan. Beberapa event berbasis kearifan lokal di Sumatera Barat yang menonjol seperti *Pacu Kudo*, *Pacu Jawi*, dan *Pacu Itiak*.

Salah satu atraksi yang menarik dan memiliki keunikan tersendiri yaitu *Pacu Itiak*. *Pacu Itiak* dalam bahasa Indonesia berarti “Balapan *Itik*”. Atraksi wisata budaya ini berada di daerah Luhak 50 Koto (Kota Payakumbuh dan Kabupaten 50 Kota) Provinsi Sumatera Barat. *Pacu Itiak* sudah ada sejak tahun 1928, awalnya

ini merupakan sebuah permainan dan sekedar hiburan oleh masyarakat Luhak 50 Koto (Kota Payakumbuh dan Kabupaten 50 Kota) selepas pulang dari bertani atau berternak yang kemudian dikembangkan menjadi event kebudayaan yang terdapat di Kota Payakumbuh dan Kabupaten 50 Kota. Atraksi tersebut dilaksanakan satu kali dalam setahun dengan jadwal yang telah disusun melalui kalender event daerah dan Provinsi Sumatera Barat.



Gambar 1 Kalender Event Sumatera Barat 2022
<https://drive.google.com/kalendereventsumbar2022>
 (Sumber: Dinas Pariwisata Sumatera Barat)

Keunikan atraksi *Pacu Itiak* dapat dilihat dari lokasi dan tata cara pelaksanaannya. Pada tahun 2020 atraksi *Pacu Itiak* mendapatkan penghargaan dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (KEMENDIKBUD) Republik Indonesia sebagai warisan budaya tak benda dalam bidang seni pertunjukan yang

ada di Kota Payakumbuh.

Pacu Itik di Payakumbuh Dinobatkan Sebagai Warisan Budaya Tak Benda Indonesia



KlikPositif.com - Selasa, 13 Oktober 2020 19:00 WIB



Gambar 2 Atraksi *Pacu Itiak* dinobatkan sebagai warisan budaya tak benda (Sumber: positif.com)

Nilai-nilai seni dan budaya yang terkandung dalam atraksi *Pacu Itiak* seperti pertunjukan kesenian tradisional (tari dan musik), dan nilai budaya seperti kejujuran, patriotisme, persaingan, keharmonisan, dan kerja sama. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Fardila, (2018) yang membahas tentang fungsi atraksi *Pacu Itiak* bagi masyarakat di antaranya, (1) Bagi Joki, merupakan identitas sosial dan nilai tambah ekonomi, (2) bagi masyarakat, sebagai hiburan dan penunjang perekonomian, (3) fungsi *Pacu Itiak* sebagai kebudayaan tradisi. Atraksi

tersebut juga menjadi satu-satunya atraksi budaya yang unik yang ada di dunia (Suhendra, 2022).

Atraksi *Pacu Itiak* terus digelar pasca covid-19 yang melanda Indonesia dan pemerintah melarang semua kegiatan yang mengumpulkan banyak orang dan hal tersebut salah satunya berdampak kepada kegiatan atraksi *Pacu Itiak* yang sempat berhenti pelaksanaannya selama 2 tahun. Berdasarkan data dari salah satu media yang melakukan liputan kegiatan atraksi *Pacu Itiak* pada tahun 2022 di Kota Payakumbuh mengatakan bahwa atraksi *Pacu Itiak* mengalami hambatan seperti minimnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh *stakeholder* pariwisata, akibatnya banyak masyarakat atau wisatawan yang belum mengetahui tentang kegiatan atraksi *Pacu Itiak* tersebut (Edward, 2022).

Promosi adalah salah satu instrumen penting dalam sebuah kegiatan pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dalam menginformasikan, serta merangsang konsumen secara langsung atau tidak terhadap produk yang ditawarkan (Sunyoto, 2014). Berdasarkan definisi yang diungkapkan tersebut dapat diketahui bahwa promosi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk kepada calon konsumen. Dalam melakukan kegiatan promosi diperlukan strategi yang tepat agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai. Kegiatan promosi harus dilaksanakan dengan baik sehingga terciptanya suasana yang kondusif dan target yang dituju menjadi tahu.

Sampai saat ini belum ada penelitian terkait dengan strategi promosi pada atraksi *Pacu Itiak* di Kota Payakumbuh. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk mengetahui secara mendalam bagaimana peran

stakeholder pariwisata dan strategi promosi yang dilakukan terhadap atraksi *Pacu Itiak*. Hasil penelitian ini sangat bermanfaat terhadap perkembangan event yang berbasis kearifan lokal sebagai daya tarik wisata.

B. Rumusan Masalah

Atraksi *Pacu Itiak* memiliki keunikan tersendiri untuk dikaji lebih dalam sebagai salah satu event berbasis kearifan lokal yang hanya ada di Kota Payakumbuh. Namun terkait pelaksanaannya atraksi *Pacu Itiak* mengalami hambatan seperti minimnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh *stakeholder* pariwisata Kota Payakumbuh. Maka melalui penelitian ini akan diketahui secara mendalam terkait peran dari *stakeholder* pariwisata dan strategi yang dilakukan dalam mempromosikan atraksi *Pacu Itiak* kepada masyarakat umum dan wisatawan.

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka pertanyaan penelitiannya sebagai berikut :

1. Bagaimana peran *stakeholder* pariwisata terhadap pengelolaan atraksi *Pacu Itiak* di Kota Payakumbuh?
2. Bagaimana Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (DISPARPORA) dan para *stakeholder* pariwisata di Kota Payakumbuh dalam mempromosikan atraksi *Pacu Itiak* kepada masyarakat umum dan wisatawan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui peran dari masing-masing *stakeholder* pariwisata dalam atraksi *Pacu Itiak* di Kota Payakumbuh.
2. Untuk menganalisis strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata

Pemuda dan Olahraga (DISPARPORA) dan *stakeholder* pariwisata di Kota Payakumbuh dalam mempromosikan atraksi *Pacu Itiak* kepada masyarakat Umum dan wisatawan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi secara akademis bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang Tata Kelola Seni.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai sumber pengetahuan dan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian dengan topik penelitian yang sejenis pada tempat dan waktu yang berbeda.
- c. Untuk memperkaya artikel ilmiah tentang promosi atraksi *Pacu Itiak*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi para *stakeholder* pariwisata hasil penelitian ini nantinya dapat menjadi acuan dalam mengambil keputusan dan kebijakan jangka panjang dalam merumuskan strategi promosi atraksi yang berbasis kearifan lokal.
- b. Bagi masyarakat dan para wisatawan, hasil penelitian ini dapat menjadi informasi terhadap keberadaan atraksi *Pacu Itiak* yang ada di Kota Payakumbuh.