

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia sedang mengalami peningkatan di setiap tahunnya apa lagi dengan adanya media sosial yang mana dengan semakin mudahnya kita bisa mencari tahu dan juga mempromosikan tentang pariwisata di setiap daerah. Bukan hanya itu saja Kementerian Pariwisata Indonesia juga sedang meningkatkan strategi pemasaran pariwisata nusantara seperti *Strategy situation analysis*, *Strategy formulasi* dan *Strategy implementation* tujuan dari strategi itu adalah untuk meningkatkan pariwisata di Indonesia agar lebih baik lagi dan bisa bersaing dengan pariwisata di mancanegara.

Prospek pariwisata ke depan sangat menjanjikan apabila kita menyimak trend kunjungan wisatawan dunia. Pariwisata bahkan dapat memberikan peluang besar, terutama apabila memperhatikan angka-angka perkiraan jumlah wisatawan internasional (*inbound tourism*) berdasarkan perkiraan WTO yakni 1,046 milyar orang (tahun 2010) dan 1,602 milyar orang (tahun 2020), di antaranya masing-masing 231 juta dan 438 juta orang berada di kawasan Asia Timur dan Pasifik. Akan mampu menciptakan pendapatan dunia sebesar USD 2 triliun pada tahun 2020.

Sementara itu, Indonesia juga tidak terlepas dari fenomena tersebut, kunjungan wisatawan terus meningkat dari tahun ke tahun. Di tahun 2013 ke tahun 2014, kunjungan wisatawan mancanegara menunjukkan grafik naik, berjumlah 9,4 juta pada tahun 2013, dan bertambah 7,2 persen pada tahun 2014. Bahkan, jumlah kunjungan wisatawan tersebut melejit, lebih dari target pemerintah yang hanya mencapai 9,3 juta orang. Sementara pada tahun 2020, kementerian pariwisata menargetkan sebanyak 20 juta wisatawan yang masuk ke Indonesia (Ogi Kurniawan, KompasTravel, 4 Februari 2015). Animo wisatawan menuju Indonesia ini di sambut dengan peningkatan pelayanan dan penambahan titik destinasi wisata. Marselinus (2017:8)

Dari itu strategi pemasaran pariwisata nusantara tersebut di bagi kembali menjadi 4 yaitu *Marketing strategy*, *Promotion strategy*, *Media strategy* dan *Promotion time*.

Marketing Strategy menurut Freddy (2006:48) adalah Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran dari suatu perusahaan

Promotion Strategy menurut Lidya (2013:2338) adalah Strategi promosi merupakan kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, merangsang konsumen agar mau

membeli produk perusahaan sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat tercapai.

Media Strategy menurut David (2013:18-19) Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut Arsyad (2002: 4) media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju

Promotion Time Menurut Swastha dan Irawan (2001:349) Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran

Kementrian Pariwisata Indonesia juga memiliki slogan baru untuk wisata-wisata di Indonesia yang menjadi Pariwisata unggulan dengan sebutan 10 Bali baru, dengan demikian di namakan 10 Bali baru karena Bali merupakan provinsi dengan pariwisata terbaik di Indonesia dan juga Indonesia terkenal di mancanegara karena keindahan pariwisata di provinsi Bali dari itu kementrian pariwisata Indonesia memberikan slogan untuk wisata-wisata unggulan di setiap daerah tersebut dengan nama 10 Bali baru. 10 Bali baru tersebut di antaranya adalah:

1. Danau Toba merupakan danau alami dan *vulkanik* terbesar di Indonesia yang berada di Sumatera Utara.
2. Pantai Tanjung Kelayang yang terletak di Tanjung Pandan, Bangka Belitung.
3. Pulau Seribu merupakan gugusan pulau yang terletak di Utara Jakarta.
4. Candi Borobudur yang merupakan Candi Buddha terbesar di Indonesia yang terletak di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah.
5. Mandalika merupakan Pantai yang di resmikan langsung oleh presiden Joko Widodo (Jokowi). Pantai ini terletak di Lombok, Nusa Tenggara Barat.
6. Gunung Bromo terletak di Taman Nasional Bromo Tengger yang meliputi empat kawasan sekaligus, yaitu Kabupaten Probolinggo, Kabupaten Pasuruan, Kabupaten Lumajang, dan Kabupaten Malang di Jawa Timur.
7. Wakatobi yang merupakan salah satu Kabupaten di Sulawesi Tenggara salah satu taman nasional di Tanah Air.
8. Labuan Bajo merupakan salah satu desa di Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, provinsi Nusa Tenggara Timur.
9. Morotai yang merupakan pulau paling utara di Indonesia yang merupakan bagian dari kepulauan Halmahera, Maluku Utara.
10. Tanjung Lesung terletak di Pandeglang, Banten atau 160 kilometer dari ibu kota Jakarta, sehingga bisa di sentuh dengan perjalanan darat.

Dari itu objek wisata sangat membutuhkan informasi yang handal dan sektor Pariwisata merupakan suatu sektor yang memiliki kaitan dengan sektor-sektor lainnya. Bahkan sektor keamanan pun terkait di dalamnya, oleh itu objek wisata seyogianya di tangani dengan baik. Mulai dari kesiapan objeknya sampai dengan promosinya, sehingga dapat di ketahui wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.

Pengelolaan Pariwisata sangat di perlukan dalam rangka menarik wisatawan untuk tinggal lebih lama di daerah tujuan wisata dan bagaimana wisatawan agar membelanjakan uangnya sebanyak-banyaknya dalam melakukan perjalanan tersebut.

Salah satu Provinsi dengan potensi pariwisatanya adalah Provinsi Banten yang mana Banten juga masuk ke dalam bagian dari 10 Bali baru melalui pariwisata Tanjung Lesung. Banten adalah sebuah provinsi di Pulau Jawa, Indonesia. Provinsi ini dulunya merupakan bagian dari Provinsi Jawa Barat, namun dipisahkan sejak tahun 2000, dengan keputusan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2000. Pusat pemerintahannya berada di Kota Serang. Provinsi Banten terdiri dari 4 kota, 4 kabupaten, 154 kecamatan, 262 kelurahan dan 1.273 desa. Bila dikaitkan posisi geografis dan pemerintahan maka wilayah Banten terutama Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang merupakan wilayah penyangga bagi Jakarta. Melalui beberapa sektor Provinsi Banten menjadi Provinsi yang mandiri salah satu sektor penting yaitu sektor pariwisata

Dinas Pariwisata Provinsi Banten memiliki tugas pokok dan fungsi melaksanakan urusan pemerintahan daerah di bidang pariwisata dan serta tugas pembantuan, untuk melaksanakan tugas tersebut. Melalui situs resmi Dinas Pariwisata Provinsi Banten (dispar.bantenprov.go.id) Dinas Pariwisata mempunyai fungsi sebagai berikut:

1. Perumusan kebijakan teknis di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif
2. Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum dibidang pariwisata dan ekonomi kreatif
3. Pembina dan pelaksanaan urusan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif
4. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh pemerintah'

Dalam struktur kerja Dinas Pariwisata Provinsi Banten ada bagian dari seksi Promosi Pariwisata yaitu bertugas:

1. Merencanakan kegiatan Seksi Promosi Pariwisata berdasarkan rencana operasional Bidang Pemasaran Produk Pariwisata sebagai pedoman pelaksanaan tugas
2. Membimbing pelaksanaan tugas bawahan di lingkungan Seksi Promosi Pariwisata sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang diberikan agar pekerjaan berjalan tertib dan lancar
3. Menyusun bahan kebijakan teknis operasional di bidang promosi kepariwisataan
4. Menyusun bahan data dan informasi promosi kepariwisataan
5. Melaksanakan bimbingan teknis promosi kepariwisataan

6. Melaksanakan partisipasi event promosi kepariwisataan di tingkat regional, nasional dan internasional
7. Melaksanakan promosi publikasi cetak dan elektronik di tingkat regional, nasional dan internasional
8. Melaksanakan pembinaan dan pengembangan promosi bersama mitra kerja bidang pariwisata
9. Mengevaluasi pelaksanaan kegiatan di lingkungan Seksi Promosi Pariwisata dengan cara mengidentifikasi hambatan yang ada dalam rangka perbaikan kinerja di masa mendatang
10. Melaporkan pelaksanaan kinerja di lingkungan Seksi Promosi Pariwisata sesuai dengan prosedur dan peraturan yang berlaku sebagai akuntabilitas kinerja dan rencana kegiatan mendatang.

Selain ada seksi Promosi Pariwisata, Dinas Pariwisata Provinsi Banten memiliki bagian dari seksi sarana dan prasarana promosi Pariwisata diantaranya memiliki tugas yang tidak jauh berbeda dengan tugas bagian seksi Promosi Pariwisata hanya saja bagian seksi ini berfokus kepada sarana dan prasarana dalam mempromosikan Pariwisata, ada pula bagian pengembangan pasar yang bertugas memantau berapa banyak jumlah pengunjung dalam satu tahun.

Pembuatan media informasi dan promosi penyebarannya di lakukan oleh Dinas Pariwisata bagian dari seksi Promosi Pariwisata salah satu media dalam mempromosikan Pariwisata adalah melalui *event* pariwisata dan pemilihan Duta Wisata yang di nama kan, Kang & Nong, Kang & Nong adalah duta daerah, budaya, dan pariwisata yang peduli terhadap warisan nenek moyang agar tidak hilang ditelan jaman. Dinas Pariwisata bermaksud memberikan stimulasi kepada masyarakat terutama generasi muda tentang perlunya pemahaman dan pelestarian budaya melalui ajang pemilihan Kang & Nong Provinsi Banten.

Kang & Nong bertugas selama satu tahun untuk menjadi duta daerah, budaya, dan pariwisata yang secara aktif melakukan sosialisasi dan promosi daerah, budaya, dan pariwisata yang dimiliki Provinsi Banten. Dengan visi menjadikan wilayah-wilayah Provinsi Banten ekonomi eksklusif dan menciptakan muda-mudi yang berwawasan akan Banten.

Pemilihan duta daerah budaya dan pariwisata adalah kegiatan rutin yang di laksanakan satu tahun sekali. Pada saat Banten masih bergabung dengan Provinsi Jawa Barat, kegiatan ini bertajuk Mojang dan Jajaka, dan telah diselenggarakan sejak tahun 1987 yang kini di lanjutkan dengan nama Kang dan Nong terkait nomenklatur Provinsi Banten.

Untuk menjadi duta wisata itu sendiri ada beberapa penilaian, tidak hanya berdasarkan fisik tetapi harus memiliki intelegensi pengetahuan umum, bakat di bidang seni budaya dan pengetahuan mengenai pariwisata di provinsi Banten, yang tidak ketinggalan ke pandaian dalam berkomunikasi. Karena itu mereka harus membuat masyarakat yakin dan percaya dengan apa yang mereka promosikan sampai akhirnya masyarakat mau berkunjung dan menikmati pariwisata yang ada di provinsi Banten.

Maka dengan penjelasan di atas peneliti memilih dan memutuskan judul penelitian “Strategi Publisitas Dinas Pariwisata Provinsi Banten Dalam Mempromosikan Gebyar Wisata Banten 2019 Melalui Duta Wisata Kang dan Nong 2019”

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, maka peneliti membuat fokus penelitian pada penelitian ini, sebagai berikut

Bagaimana Strategi Publisitas Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam Mempromosikan Gebyar Wisata Banten 2019 melalui Duta Wisata Kang & Nong 2019?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana proses Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Banten
- b. Untuk mengetahui apa saja yang di lakukan Duta Wisata Kang & Nong untuk meningkatkan dan mempromosikan Pariwisata Provinsi Banten
- c. Untuk mengetahui peran Dinas Pariwisata dalam melaksanakan pemasaran promosi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1.4.1 Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan Pariwisata dan menambah kajian ilmu komunikasi khususnya ilmu Komunikasi Pemasaran dalam ranah meningkatkan dan mempromosikan pada Sektor Pariwisata.

1.4.2 Secara Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi Duta Wisata Kang & Nong dalam meningkatkan dan mempromosikan Pariwisata yang ada di Provinsi Banten. Disamping itu penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam memajukan dan meningkatkan sektor Pariwisata untuk mengadakan penelitian serupa.