

BAB 1

PENDAHULAN

1.1 Latar Belakang

kepariwisataan adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha. Di era globalisasi saat ini, sektor pariwisata akan menjadi pendorong utama perekonomian dunia dan menjadi industri yang global. Pariwisata akan memberikan banyak pemasukan bagi daerah yang sadar akan potensinya terhadap sektor pariwisata.

Sektor pariwisata merupakan kegiatan yang tak pernah mati dan menjadi hal yang sangat penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata, lebih di khususkan untuk pemerintah daerah, objek wisata akan menjadi pemasukan bagi daerah itu sendiri. Dengan berkembangnya pariwisata, akan mendongkrak sektor yang lain seperti: kunjungan wisatawan, ekonomi kreatif, membuka kesempatan kerja, mengurangi pengangguran. Sektor pariwisata tidak bisa berdiri sendiri dan harus didukung oleh kegiatan-kegiatan penunjang lainnya, yaitu: promosi wisata, fasilitas yang ditawarkan, akses transportasi dan tempat penginapan.

Pengembangan pariwisata Indonesia bukanlah keinginan orang perorangan, akan tetapi merupakan amanat rakyat yang tercermin

dari TAP MPR No. IV/MPR/1978, yaitu bahwa pariwisata perlu ditingkatkan dan diperluas untuk meningkatkan penerimaan devisa. Memperluas lapangan pekerjaan dan memperkenalkan kebudayaan. Pembinaan serta pengembangan pariwisata dilakukan dengan tetap memperhatikan terpeliharanya kebudayaan dan kepribadian lokal. Untuk itu perlu diambil langkah-langkah dan pengaturan yang lebih terarah berdasarkan kebijakan yang terpadu, antara lain bidang promosi, penyediaan fasilitas serta mutu dan kelancaran pelayanan.

Pada hal ini komunikasi pariwisata adalah aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran baik barang maupun jasa, serta penentu suksesnya pemasaran. Dalam dekade terakhir ini komponen komunikasi pemasaran dalam bauran pemasaran menjadi semakin penting. bahwa di era 1990-an adalah komunikasi dan pemasaran Keduanya tak terpisahkan.

Semua organisasi modern, baik perusahaan bisnis maupun nirlaba menggunakan berbagai komunikasi pemasaran untuk mempromosikan apa yang mereka tawarkan dan mencapai tujuan finansial maupun nonfinansial. Bentuk utama dari komunikasi pemasaran meliputi iklan, tenaga penjualan.

Seperti yang terjadi dikabupaten serang, pemerintah kabupaten telah menyadari potensi wisata yang ada. Banyak objek wisata alam dan budaya yang disuguhkan oleh pemerintah serang dengan berbagai potensi yang dimiliki oleh kabupaten serang, seperti pantai anyer berbicara pariwisata dikawasan anyer adalah suatu hal yang menarik kunjungan

pariwisata diindonesia, sebab kawasan anyer memiliki letak yang strategis dikawasan selat sunda yang mudah dicapai dari wilayah banten, Jakarta dan Jawa Barat. Sejak zaman Belanda, Anyer sudah memiliki letak yang baik, karena pantainya yang panjang menghadap selat sunda. Kawasan anyer terletak dikecamatan Anyer yang berada diujung barat kabupaten serang provinsi banten. Objek wisata utama dikawasan ini adalah pesisir pantai yang panjang dan lebar, menghadap selat sunda, yang terdiri dari Pantai Anyer, Pantai Tanjung Tum, Pantai mercusuar Bojong dan Pantai Sambolo. Keempat Pantai ini saling berhubungan dari utara sampai ke Selatan dari kecamatan anyer dengan panjang bentangan pantai mencapai 25km.

Pariwisata mempunyai peran sangat penting dalam daya tarik wisatawan, karena itu pariwisata dapat dipandang sebagai suatu sarana komunikasi yang penting dan cukup baik dalam membina dan memupuk saling pengertian. Parawisata bahkan menunjukkan keuntungan-keuntungan yang positif, menyaksikan tempat, daerah, kebudayaan dan kesenian serta adat istiadat.

Hal demikian membuat dinas parawisata pemuda dan olahraga kabupaten serang berusaha keras untuk membangun keparawisataan bahwa serang banten sangat layak untuk dijadikan sebagai destinasi wisata baik untuk pengunjung domestik maupun asing.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji strategi humas dinas pariwisata pemuda dan olahraga kabupaten serang

dalam mempromosikan wisata pantai anyer kabupaten serang menggunakan metode kualitatif. Untuk itu peneliti memilih judul **“Strategi humas dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten serang dalam mempromosikan objek wisata pantai anyer ”**

1.2 Rumusan Masalah

Atas dasar permasalahan tersebut maka pertanyaan penelitian yang ingin dipecahkan dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana Strategi humas dinas pariwisata pemuda dan olahraga kabupaten serang dalam mempromosikan objek wisata pantai anyer?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan strategi divisi humas Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten serang dalam mempromosikan objek wisata pantai.
2. Untuk mendeskripsikan faktor pendukung strategi promosi wisata pada divisi humas Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten serang
3. Untuk menganalisis hambatan strategi promosi wisata pada divisi humas Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten serang

4. Untuk mendeskripsikan upaya yang ditempuh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten serang dalam menangani berbagai hambatan tersebut.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran dan pengembangan teori dibidang Ilmu komunikasi.
2. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pembanding untuk penelitian-penelitian dibidang ilmu komunikasi berikutnya.

1.4.2 Manfaat Praktisi

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan pemerintah kabupaten serang sebagai bahan evaluasi dalam menentukan kebijakan daerah.
2. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan kepada pemerintah daerah dan warganya.

1.5 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi Latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran dan bauran pemasaran

BAB III PENYAJIAN DATA

Data-data yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu data primer yang berupa hasil wawancara dengan informan serta hasil observasi dan data sekunder didapat dari buku-buku, maupun dokumen-dokumen resmi dari berbagai instansi atau lembaga.

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

strategi peningkatan wisata pantai di kabupaten serang melalui peran humas dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten serang.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan saran