

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Manusia merupakan makhluk sosial yang perlu berinteraksi dan membutuhkan bantuan orang lain, menjalin hubungan maupun sekedar berteman untuk menjalin persaudaraan dengan manusia yang lainnya. Dan komunikasi merupakan persyaratan dalam menjalin hubungan, tanpa adanya sebuah komunikasi sebuah interaksi, hubungan sosial dan interaksi antar manusia baik secara individu dan kelompok tidak akan pernah terjadi. Adanya komunikasi kita bisa memahami satu sama lain. Menurut KBBI Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Komunikasi juga proses dihasilkannya sebuah hubungan antara individu, kelompok, organisasi maupun masyarakat dengan lingkungan sekitar.

Sedangkang menurut Carl I. Hovland dalam buku 'Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar' Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (*komunikator*) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (*komunikate*). Komunikasi dikatakan berhasil apabila dapat mempengaruhi orang, masyarakat atau kelompok dalam tujuan yang diinginkan. Dan apabila komunikasi tersebut berhasil maka masyarakat atau organisasi memahami apa yang disampaikan oleh komunikator. Dalam bidangnya komunikasi semakin berkembang secara pesat dan semakin meluas. Bahkan dalam berbagai bidang membutuhkan komunikasi. Sebagai makhluk hidup yang bergantung satu sama lain, kita tidak bisa dipisahkan dari hal komunikasi. Komunikasi berkembang dalam sektor social, budaya, politik, kesehatan bahkan dalam sektor pariwisata.

Di lansir dari WTO (*world tourism organization*) menyatakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal didaerah tujuan dilingkungan keseharaianya. Jadi dengan adanya pariwisata kita dapat menikmati berbagai tempat wisata yang indah, menarik, mengedukasi bahkan ada berbagai tempat wisata yang mempunyai warisan sejarah dan dapat kita kunjungi. Sebelum adanya Covid-19 dan belum

ditemukan kasus-kasus yang terinfeksi kondisi pariwisata Indonesia masih baik-baik saja bahkan dibidang meningkat dan mengalami perkembangan secara signifikan.

Namun sejak bermunculnya Covid-19 yang merupakan penyakit menular disebabkan oleh jenis Corona virus dan ditemukan pertama kali di Wuhan, Tiongkok, China pada awal Desember 2019 oleh (WHO). Berhasil menggemparkan seluruh dunia. Virus yang sedang mewabah ini diperkirakan berasal dari hewan. Bisa menular dari hewan ke manusia dan manusia ke manusia. Proses penularannya dari percikan dahak, bersin dan batuk. Gejala yang ditimbulkanpun mirip dengan gejala sakit biasa bahkan kita tidak mengetahui sedang terinfeksi atau tidak kecuali melalui tes seperti *Rapid test*, PCR (*Polymerase chain reaction*) dan TCM (*Tes cepat molekuler*) . Gejala gejala seperti sakit flu, demam dan batuk namun yang membedakan orang-orang terkena sakit bisa dan terinfeksi virus ini adalah mereka merasakan adanya sesak nafas akibat dari terinfeksi paru-paru.

Seperti yang sudah dijelaskan penularan virus ini melalui hal yang cukup sepele, maka dari itu untuk memutus penyebaran virus pemerintah menerapkan *social distancing* dan *lockdown*. Selain itu pemerintah juga menerapkan aturan-aturan baru lainnya, seperti mencuci tangan, menggunakan masker, menjaga jarak rutin membersihkan rumah dan juga melakukan isolasi mandiri. Adanya penetapan-penetapan aturan seperti diatas mewajibkan seluruh sarana public ditutup sementara waktu. Seperti, sekolah tempat wisata, pusat perbelanjaan, taman, dan juga pelarangan perjalanan luar negeri bahkan sebaliknya. Adapun tempat-tempat lainnya diperbolehkan beroperasi namun dengan protokol kesehatan disertai kebijakan-kebijakan lain.

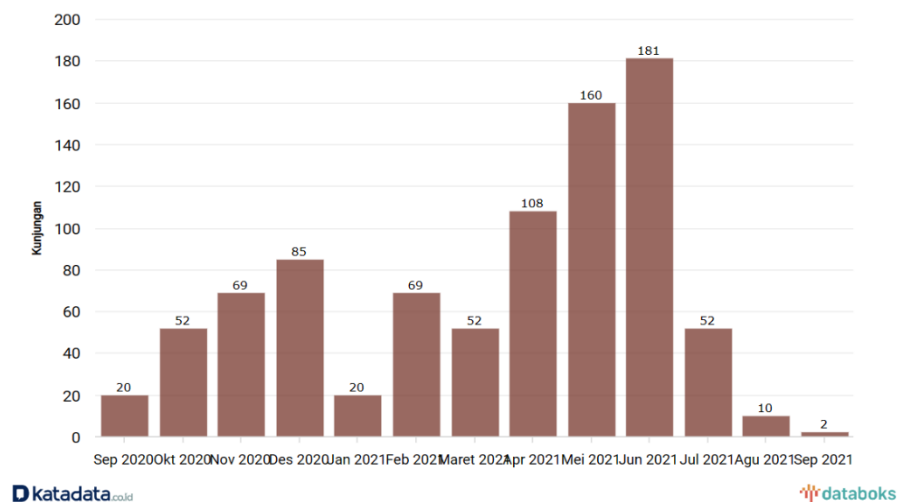
Virus yang mengakibatkan belasan juta jiwa meninggal dunia dan juga kerugian besar diberbagai sektor. Salah satu sektor yang paling banyak kemerosotannya adalah sektor pariwisata. Bagaimana tidak, Indonesia memiliki 962 wisata dan 75.000 desa wisata yang tersebar diseluruh daerah di Indonesia. Melalui branding Wonderful Indonesia, peringkat pariwisata Indonesia menduduki urutan ke-70 pada tahun 2013 dan pada tahun 2015 menduduki urutan ke-50 dan urutan ke 42 pada tahun 2017 sedangkan pada tahun 2019

Indonesia berada di peringkat 40. Sektor pariwisata merupakan penyumbang terbesar kedua devisa negara setelah industri minyak sawit atau *crude palm oil* (CPO). Selain sebagai penyumbang devisa negara, sektor pariwisata juga menyerap 13 juta tenaga kerja pada tahun 2019. Sektor pariwisata juga diyakini dapat menciptakan pusat pertumbuhan ekonomi yang terbesar diseluruh negeri. (Susanti, 2017)



Gambar 1. Grafik penurunan pengunjung (Sumber: GoodStats)

Sebelum adanya pandemi Covid-19 Indonesia pada tahun 2017 mendapatkan jumlah wisatawan mancanegara sebesar 14.039.799 kunjungan. Pada tahun selanjutnya 2018 sebanyak 15.810.305 kunjungan. Dan pada tahun 2019 sebanyak 16.106.954 kunjungan. Semenjak dihantam pandemi covid-19 selama dua tahun berturut-turut pengunjung wisata mengalami penurunan secara drastis. Penurunan ini disebabkan adanya buka-tutup pintu kedatangan baik jalur udara, laut dan darat. Hal ini guna mengantisipasi adanya penyebaran virus agar tidak semakin meluas dan menginfeksi banyak orang. Tahun 2020 pengunjung anjlok secara drastis dan hanya sebanyak 4.052.928 kunjungan atau anjlok sekitar 74 persen dari total kunjungan 2019. Dan pada tahun selanjutnya 2021 hanya 1.557.530 kunjungan, yang menurun sekitar 61 persen dari kunjungan 2020. (Hasya, 2022)



Gambar 2. Grafik penurunan pengunjung wisatawan di Jawa Timur (Sumber:databoks)

Kunjungan ke Jawa Timur paling banyak dilakukan oleh wisatawan dalam negeri sebesar 149 kunjungan (22,78%) sedangkan untuk kunjungan dari negara lain pada periode Januari-September 2021 dari negara Jepang (14,83%), Korea Selatan (9,79%), dan negara lainnya sebesar (18,81%) (Rizarty, 2021). Penurunan pengunjung ini juga dirasakan oleh tempat wisata baru yaitu Raden Sekar Park yang merupakan wanawisata taman Bunga yang terletak di Desa Kradinan, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun, Jawa Timur.

Raden Sekar Park merupakan tempat wisata baru yang dibangun sejak tahun 2017 dan diresmikan oleh ADM KPH pada pertengahan desember 2020. Destinasi wisata Raden Sekar Park yang sudah dibangun sedemikian rupa dan ditambah fasilitas yang memadai ini bisa dibilang pada dua tahun ini mengalami penurunan pengunjung. Adanya larangan berkerumunan diberbagai tempat public karena menyebabkan peningkatan penyebaran virus corona yang mengakibatkan mengalami penurunan secara drastis. Sebelum maraknya covid-19 Raden Sekar Park mempunyai rata-rata 500 pengunjung setiap harinya. Setelah PPKM diberlakukan hanya ada 7-10 pengunjung.

Strategi komunikasi dapat memberikan pengaruh yang cukup besar dalam menarik minat pengunjung. Pada dasarnya strategi merupakan perencanaan atau sebuah planning dan manajemen untuk mencapai tujuan yang di inginkan. Tidak hanya dalam hal perencanaan atau petunjuk jalan.. Peneliti memilih objek wisata Raden Sekar Park dikarenakan tempat wisata ini belum pernah

dikaji untuk riset, skripsi, maupun penelitian yang lainnya. Dan menjadikan penelitian ini sesuatu yang baru dan fresh untuk dikaji dalam bidang Ilmu Komunikasi. Dalam mengenalkan tempat wisata dan menangani tempat wisata yang sepi pengunjung pasca pandemi pihak pengelola dan dinas pariwisata memerlukan yang namanya strategi komunikasi.

Pengembangan tempat wisata tidak hanya dilihat dari aspek perbaikan tempat atau penambahan infrastruktur, namun juga dalam hal komunikasi terutama strategi komunikasi. Pengembangan tempat wisata perlu adanya dukungan dalam berbagai hal bahkan dalam menyadarkan dan meningkatkan kinerja antara penyedia jasa dan juga produk wisata. Dalam mendukung hal tersebut diperlukan salah satunya adalah pemasaran melalui sebuah promosi yang guna meningkatkan minat pengunjung dan menimbulkan *feedback* yang diinginkan.

Berdasarkan dari tema penelitian ini yang dihadapkan dengan adanya penurunan pengunjung Taman Wisata Raden Sekar Park, strategi komunikasi menjadi salah satu hal yang sangat penting yang perlu dibahas. Dalam penelitian ini peneliti akan mengamati hal apa saja yang menyebabkan penurunan pengunjung selain dari adanya Covid-19. Adanya strategi komunikasi akan meningkatkan kunjungan dan juga memberikan pengetahuan yang lebih mendalam bagaimana strategi komunikasi berperan penting dan memberikan pengaruh dalam peningkatan kunjungan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan masalah diatas, maka fokus masalah penelitian ini adalah: “Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Madiun dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Raden Sekar Park pasca pandemi Covid-19?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan diatas tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah : “mengetahui strategi komunikasi apa saja yang dilakukan guna meningkatkan kembali kunjungan di wanawisata Raden Sekar Park pasca pandemi Covid-19”.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap dengan terlaksananya penelitian ini dapat bermanfaat secara teoritis dan praktis dan juga bermanfaat bagi pengembangan pariwisata di Indonesia, sebagai berikut:

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemahaman dan pemikiran dalam bidang Ilmu Komunikasi.
- b. Menambah wawasan baru mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh pengelola pariwisata pasca Covid-19.
- c. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa tingkat akhir khususnya dalam bidang komunikasi yang berkaitan dengan strategi komunikasi pada masa mendatang.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan literatur guna meningkatkan pengetahuan dan wawasan untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Trunojoyo Madura maupun untuk calon peneliti dalam bidang komunikasi dan juga untuk masyarakat luas terkait bagaimana perencanaan dan manajemen strategi komunikasi digunakan dalam bidang pariwisata pasca Covid-19.
- b. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan atau pertimbangan atau masukan bagi pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Madiun dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Madiun dengan menerapkan system strategi komunikasi dengan tepat.
- c. Penelitian ini diharapkan bisa membantu pengelola pariwisata dalam pengembangan pariwisata, dan menjadi bahan referensi dalam melakukan inovasi-inovasi pada tempat pariwisata kedepannya.