

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

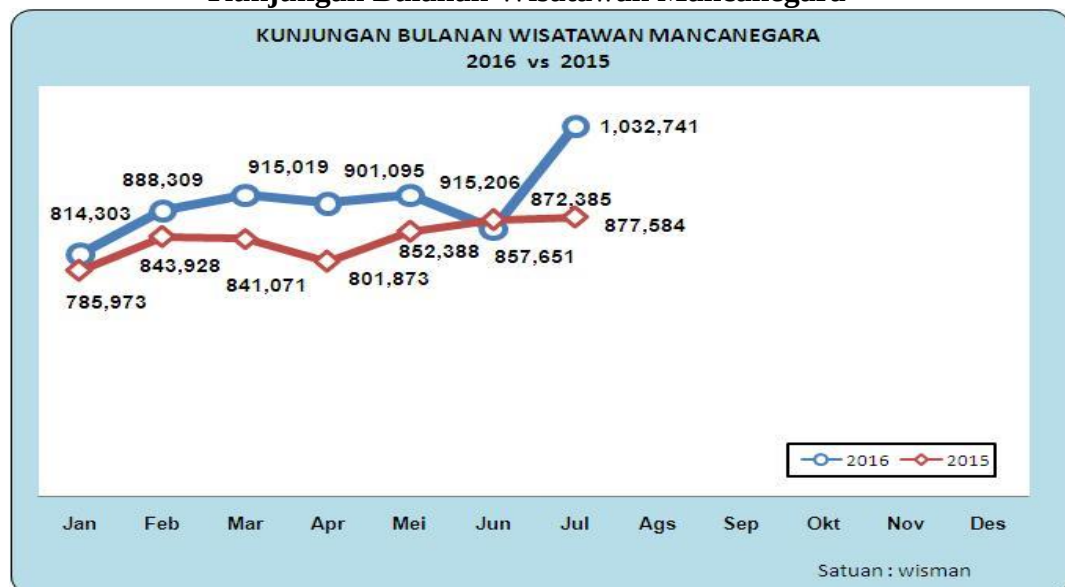
Dewasa ini sektor pariwisata di Indonesia menjadi penyumbang besar bagi devisa negara setelah sektor minyak dan gas. Sektor pariwisata ini memberikan sumbangan sebesar Rp 136 triliun pada tahun 2014. Tidak tanggung, dalam 5 tahun ke depan pemerintah menetapkan target kunjungan 20 juta wisatawan asing, dengan target pemasukan devisa Rp 260 triliun. Industri pariwisata Indonesia sudah memiliki pertumbuhan yang bagus yaitu 7,2 persen per tahun. Angka ini bahkan lebih tinggi dari rata-rata pertumbuhan pariwisata dunia yang hanya mencatatkan angka sebesar 4,7 persen. Dengan jumlah turis dunia yang mencapai 1,3 miliar orang, maka masih ada potensi untuk meningkatkan pertumbuhan kunjungan wisata. Bila sektor pariwisata tumbuh, maka industri perhubungan, kerajinan dan industri kreatif bakal tumbuh.

Berwisata memang sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, apalagi di era travelling seperti sekarang ini. Banyak orang yang berwisata dengan berbagai tujuan. Salah satunya yaitu untuk suatu hiburan/relaksasi (*leasure*). *Leasure* merupakan sebuah kebutuhan baru yang diciptakan dengan membentuk citra bahwa orang perlu berwisata untuk mendapatkan kembali kesegaran yang telah hilang dari dirinya karena dipakai untuk bekerja. Setiap orang yang berwisata tidak semata-mata hanya untuk rileks, santai dan bergembira, tetapi juga bisa mengenal kebudayaan lain atau dalam rangka mendidik diri sendiri atau anak-anak.

Pariwisata telah tumbuh menjadi industri yang menguntungkan dan memiliki prospek yang cerah dikemudian hari. Oleh karena itu banyak program yang telah dilakukan pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata di Indonesia. Antara lain adalah Wonderful Indonesia yang dilaksanakan dalam acara Indonesia Weekend yang digelar di ikon Kota London, Taman Potters Fields, dengan berlatar belakang London Bridge dan Tower of London selama dua hari pada 28 dan 29 Mei 2016 (TEMPO.CO, 2016), dimana target utamanya

adalah meraih kunjungan wisatawan sebanyak-banyaknya. Kebutuhan akan berwisata khususnya dari negara-negara maju semakin meningkat. Hal ini bisa dilihat dari jumlah orang yang berwisata dari tahun ke tahun yang selalu bertambah. hal ini bisa dilihat dalam gambar dibawah ini :

Gambar 1.1
Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara



Sumber: <http://www.kemenpar.go.id/image/contenttransaction/3139.JPG>

Dari grafik di atas, Ada peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara bila dibandingkan pada tahun 2015. Hal ini berarti kepercayaan pasar internasional terhadap pariwisata Indonesia sudah baik, yang sekaligus menjadi tanda adanya peningkatan citra Indonesia secara keseluruhan. Oleh sebab itulah maka daerah-daerah pariwisata di Indonesia perlu lebih mengembangkan potensi wisatanya. Salah satu kabupaten di Indonesia yang mempunyai potensi wisata yang menjanjikan adalah Kabupaten Banyuwangi.

Kabupaten Banyuwangi merupakan kabupaten dengan julukan “*The Sunrise of Java*” tidak lain karena daerah yang pertama terkena sinar matahari terbit di pulau jawa. Kabupaten Banyuwangi memiliki keragaman pemandangan alam, kekayaan seni dan budaya, serta adat tradisi. Kabupaten Banyuwangi juga merupakan kabupaten dengan tujuan wisata, hal ini ditunjukkan dengan keragaman obyek wisata yang dimiliki Banyuwangi, mulai dari air terjun,

pantai, pulau, gunung, kawah, taman nasional, savana, teluk, perkebunan, serta arung jeram.

Berbagai penghargaan telah diraih oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, diantaranya adalah penghargaan *Travel Club Tourism Award kategori The Most Improved* pada tahun 2012, kemudian pada tahun 2013 meraih penghargaan *Travel Club Tourism Award kategori The Most Creative and Investment Award* dan promosi investasi terbaik tingkat Kabupaten di Jawa Timur serta menyabet *Piala Indonesia's Attractiveness (Daerah Dengan Keaktifan Pariwisata Terbaik)* pada tahun 2015 oleh Menteri Pariwisata.

Hal demikian membuat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi berusaha keras untuk membangun sebuah brand image bahwa Banyuwangi sangat layak untuk dijadikan sebagai destinasi wisata baik untuk pengunjung domestik maupun asing dan tujuan utama tempat investasi penanaman modal. Diantaranya yaitu penyelenggaraan BEC (*Banyuwangi Ethno Carnival*) dan *International Tour de Banyuwangi Ijen (ITdBI)* yang diikuti oleh 21 negara tersebut menjadi agenda tahunan bagi Pemerintah Kabupaten Banyuwangi.

International Tour de Banyuwangi Ijen merupakan kejuaraan balap sepeda resmi dari Persatuan Balap Sepeda Internasional (*Union Cycliste International*) yang diselenggarakan setiap tahun di Banyuwangi. Kejuaraan yang pertama kali diselenggarakan pada tahun 2012 ini merupakan balapan jalan raya jarak jauh yang berkonsep sport tourism umumnya diadakan bulan Mei dan berlangsung selama 4 hari. Pada tahun 2015, *International Tour de Banyuwangi* mendapatkan peringkat *excellent* dari UCI (*Union Cycliste International*). *Excellent level* merupakan poin tinggi dalam kejuaraan balap sepeda internasional dengan nilai diatas 90 poin. Di Asia terdapat 27 event balap sepeda, namun hanya ada dua event yang mendapat predikat *excellent level*, salah satunya ITdBI. Dengan jalur yang dilalui pembalap merupakan jalan raya lintas desa dan kota yang akhirnya finish di gunung Ijen Kab Banyuwangi.

Gunung Ijen atau yang biasa disebut ijen merupakan sebuah gunung berapi aktif yang terletak di perbatasan antara Kabupaten Banyuwangi dan

Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur, Indonesia. Gunung ini memiliki ketinggian 2.443 mdpl. Gunung Ijen terakhir meletus pada tahun 1999. Salah satu fenomena alam yang paling terkenal dari Gunung Ijen adalah kawah yang terletak di puncaknya. Untuk mendaki ke gunung ini bisa berangkat dari Banyuwangi ataupun dari Bondowoso.

Taman Wisata Alam Kawah Ijen masuk dalam wilayah Cagar Alam Taman Wisata Ijen dengan luas 2.560 hektare, termasuk hutan wisata seluas 92 hektare. Kawah ijen ini terletak di puncak Gunung Ijen di wilayah Kecamatan Licin, Kabupaten Banyuwangi dan Kecamatan Klobang, Kabupaten Bondowoso.

Kawah Ijen merupakan sebuah danau diatas Gunung Ijen yang terbentuk akibat proses letusan Gunung Ijen, membuat kawah tersebut dipenuhi oleh air sehingga membentuk sebuah danau kawah yang sangat menakjubkan. Yang menarik adalah kawah ini berada di tengah *kaldera* yang luas di Pulau Jawa dengan diameter 6 km. Ukuran kawahnya sendiri sekitar 600 meter x 700 meter dengan kedalaman 200 meter. Kawah ini terletak di kedalaman lebih dari 300 meter di bawah dinding kaldera. *Kaldera* adalah fitur vulkanik yang terbentuk dari jatuhnya tanah setelah letusan vulkanik. Kaldera sering tertukar dengan kawah vulkanik. Kata "kaldera" berasal dari bahasa Spanyol, yang artinya wajan.

Kawah ijen merupakan salah satu kawah paling asam terbesar di dunia. Yaitu memiliki tingkat keasaman mendekati nol, sehingga bisa melarutkan tubuh manusia dengan cepat. Namun, dibalik semua itu, ternyata kawah ijen menyajikan pesona keindahan yang menakjubkan, Kawah ini merupakan danau yang besar bewarna hijau kebiruan dengan kabut dan asap belerang yang sangat mempesona. Di Kawah Ijen juga terdapat tanaman yang hanya tumbuh di dataran tinggi, seperti Edelweis dan Cemara Gunung.

Selain itu, fenomena alam yang lain yang terdapat di Kawah Ijen yang tidak boleh dilewatkan adalah *Blue Fire* atau api biru, yang muncul di tengah tengah penambang *Sulphur*, yang hanya bisa di lihat pada dini hari hingga menjelang pagi hari sekitar pukul 05.00 WIB. Fenomena *blue fire* ini hanya ada dua di dunia, selain di Ijen hanya ada di Islandia. Maka tak heran keberadaan si

api biru (*blue fire*) ini sangat begitu diburu para wisatawan, khususnya wisatawan asing.

Namun untuk menuju ke *blue fire* kawah ijen diperlukan stamina yang prima dan harus ekstra berhati-hati, karena medan menuju ke *blue fire* dari puncak kawah ijen begitu terjal dengan jalan setapak yang terbuat dari reruntuhan batu batu gunung. Selain harus dengan kondisi yang prima dan ekstra hati hati, diperlukan juga perlengkapan dan kesiapan yang matang. Seperti, Masker khusus zat kimia, karena di kawah ijen terdapat kandungan belerang yang dapat membuat kita sesat nafas kemudian pingsan. Kemudian senter, karena kita mendaki pada malam hari untuk menuju *blue fire*, maka jalur yang dilalui juga pasti akan gelap. Maka itu kita perlu menggunakan senter untuk menjaga agar kita selalu tetap pada jalur pendakian.

Jalur pendakian menuju kawah ijen bisa dikatakan susah bagi orang yang belum pernah naik gunung. Tak jarang para pendaki gunung ijen balik menuju pos pendakian karena sudah merasa capek dan tidak kuat untuk mendaki puncak kawah ijen. Jalur menuju puncak gunung Ijen sudah tersedia namun disisi kanan jalur pendakian terdapat jurang, jika kita tidak hati hati maka kita akan terperosok kedalam jurang tersebut. Jika kita ingin melihat fenomena *blue fire* dari dekat, maka kita harus turun lagi menuju kawah ijen dengan jalur yang sangat ekstrim. Dengan jalur yang hanya bisa dilewati satu orang dengan pijakan batu yang rentah akan runtuh, maka para wisatawan harus ekstra berhati-hati apalagi jika kita berpapasan dengan penambang belerang yang membawa belerang dengan berat sekitar 80kg. Maka kita harus mendahulukan penambang belerang tersebut di jalur setapak.

Sulitnya jalur menuju *blue fire* ini dimanfaatkan oleh warga sekitar untuk menjadi pemandu wisata (*tour guide*). *Tour guide* sendiri merupakan pihak pariwisata yang berkewajiban memberi petunjuk dan informasi yang diperlukan wisatawan. *Tour guide* juga harus memastikan para wisatawan puas akan jasa yang diberikannya. *Tour guide* juga harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dan jelas, dengan berkomunikasi yang baik dan jelas maka wisatawan akan mengerti pesan yang diberikan oleh *tour guide* tersebut. Selain harus

memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik *tour guide* juga harus bertanggung jawab atas wisatawan yang menggunakan jasanya.

Tanggung jawab *tour guide* adalah memastikan customer puas akan jasa yang diberikan. Kapan saja dan dimana saja, ada *tour guide* yang selalu menemani para wisatawan. *Tour guide* bukan hanya bekerja memberikan informasi tentang daerah wisata, perjalanan yang akan ditempuh tetapi juga dibutuhkan *soft skills* lainnya, misalnya kemampuan berbahasa asing. Selain itu tugas *tour guide* harus menjalin komunikasi yang baik dengan para wisatawan. Agar para wisatawan puas dan merekomendasikan jasanya kepada kerabat maupun para calon wisatawan lainnya.

Tour guide juga mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia pariwisata, sebab merekalah yang mewujudkan seluruh program pariwisata yang dibuat pemerintah dan pihak swasta. Dia adalah orang yang berada di jajaran paling depan yang bertatap muka langsung dengan wisatawan yang membeli produk wisata. *Tour guide* merupakan agent aktif yang berperan sebagai duta bangsa dan perusahaan yang mempekerjakannya. Oleh karena itu, dia mengemban tugas berat dipundaknya guna meyakinkan wisatawan bahwa mereka berada di tangan yang tepat dengan produk yang tepat pula.

Tour guide di gunung Ijen Kab Banyuwangi terdiri dari 4 jenis; (1) penduduk lokal, (2) pedagang di kawah ijen, (3) penambang belerang, dan (4) biro perjalanan wisata. *Tour guide* penduduk lokal merupakan penduduk lokal di sekitar obyek wisata gunung Ijen yang bekerja sebagai *tour guide* di obyek wisata gunung Ijen Kab Banyuwangi. *Tour guide* pedagang di kawah ijen merupakan pedagang yang juga mempromosikan dirinya sebagai *tour guide* kepada wisatawan yang berada di obyek wisata gunung Ijen Kab Banyuwangi. *Tour guide* penambang belerang merupakan penambang belerang yang sambil mempromosikan dirinya sebagai *tour guide* kepada wisatawan. *Tour guide* biro perjalanan wisata merupakan *tour guide* yang bekerja melalui agen perjalanan wisata, yang bertugas untuk memberikan informasi mengenai kawah ijen serta menjaga wisatawan agar aman dan nyaman selama perjalanan.

Sebagai salah satu obyek wisata andalan kabupaten Banyuwangi, maka kawah ijen perlu mempromosikan melalui kegiatan komunikasi pemasaran.

Dengan melakukan kegiatan komunikasi pemasaran Taman Wisata Alam Kawah Ijen diharapkan agar tercapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, salah satunya yaitu membidik wisatawan yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan jumlah wisatawan dengan memperhatikan juga aspek pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Diharapkan nantinya penelitian ini bermanfaat bagi pihak terkait sebagai dasar penentuan kebijakan kedepan dalam rangka pengembangan wisata gunung ijen menjadi destinasi tujuan wisata gunung terbaik dimasa depan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana aktivitas *tour guide* dalam memasarkan Taman Wisata Alam Kawah Ijen kepada masyarakat luas ?
- b. Bagaimana aktivitas *tour guide* dalam memasarkan jasanya di Taman Wisata Alam Kawah Ijen ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui aktivitas *tour guide* dalam memasarkan Taman Wisata Alam Kawah Ijen kepada masyarakat luas.
- b. Untuk mengetahui aktivitas *tour guide* dalam memasarkan jasanya di Taman Wisata Alam Kawah Ijen.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan praktis. Secara terperinci manfaat penelitian ini akan dijabarkan sebagai berikut.

- a. Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan ilmu yang diterima penulis selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura, serta menambah wawasan dan

pengetahuan penulis mengenai studi kasus komunikasi pemasaran wisata.

- b. Secara Praktis penelitian ini diharapkan data yang diperoleh dari penelitian ini dapat menjadi masukan dan sebagai bahan pertimbangan obyek wisata yang ada di Banyuwangi khususnya Taman Wisata Alam Kawah Ijen untuk menentukan strategi komunikasi pemasaran kedepannya.