

BAB I

PENDAHULUAN

Pembangunan kepariwisataan nasional mengacu pada nilai-nilai agama, Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945 dan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009. Secara teknis operasional dilaksanakan oleh para pelaku utama pengembangan kepariwisataan mengacu pada Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan kepariwisataan Nasional Tahun 2010 - 2025.

Pembangunan kepariwisataan yang dimaksud bertumpuh pada pergerakan aspek-aspek ketahanan ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya dan pertahanan keamanan. Pembangunan pariwisata di Kabupaten Belu disusun dalam bentuk Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Kabupaten Belu yang merupakan cerminan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 yang meliputi perencanaan pembangunan industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata dan kelembagaan kepariwisataan.

Merujuk pada uraian di atas, Patung Bunda Maria yang terletak di Gurita Kabupaten Belu merupakan destinasi wisata yang di bangun dan dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Belu untuk melayani masyarakat luas yang akan berwisata ke lokasi destinasi wisata religi yang dimaksud. Upaya pengembangan daya tarik wisata maka salah satu aspek kepariwisataan adalah melakukan pemasaran pariwisata. Pada era sekarang teknis pemasaran yang perlu dilakukan adalah mengefektifkan komunikasi publik dalam rangka promosi destinasi pariwisata yakni patung Bunda Maria di Gurita Kabupaten Belu.

Pembangunan destinasi religi Patung Bunda Maria di Gurita mengacu pada perencanaan disusun secara seksama dalam bentuk masterplan pengembangan daya tarik wisata Patung Bunda Maria di Gurita Kabupaten Belu. Perencanaan tersebut merupakan implementasi dari Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Pasal 6 Undang-Undang tersebut menjelaskan bahwa pembangunan

kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas penyelenggaraan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, kekhasan budaya dan alam serta kebutuhan manusia untuk berwisata.

Kebijakan pembangunan kepariwisataan merupakan arahan pembangunan yang dirumuskan untuk mencapai tujuan pembangunan kepariwisataan. Kebijakan pembangunan kepariwisataan harus mengintegrasikan aspek destinasi wisata, industri pariwisata, pemasaran pariwisata, dan kelembagaan kepariwisataan. Dengan kata lain kebijakan pembangunan kepariwisataan daerah merupakan arah tindakan pembangunan kepariwisataan yang bersifat multi dimensi dan lintas sektoral.

Kabupaten Belu selama ini belum mengalami perkembangan pariwisata yang signifikan. Di samping akses yang tidak mudah, keberadaan Taman Nasional Komodo dan Danau Tiga Warna Kelimutu telah menyita perhatian wisatawan ketika berkunjung ke Nusa Tenggara Timur. Meskipun demikian, Kabupaten Belu mempunyai banyak potensi wisata yang dapat dikelola untuk mendatangkan penghasilan bagi masyarakat yang tinggal di sekitar daya tarik wisata. Salah satu potensi adalah daya tarik wisata religi, yakni Patung Bunda Maria Pelindung Segala Bangsa Teluk Gurita di Bukit Patung Fatuloko.

Untuk mengatasi keterbatasan akses dan minat pengunjung ke destinasi wisata religi Patung Bunda Maria maka komunikasi publik harus disebarluaskan kepada publik untuk mengetahui pada akhirnya dapat berwisata ke destinasi pariwisata tersebut sehingga visi pembangunan kepariwisataan Kabupaten Belu dapat direalisasikan yakni terwujudnya Kabupaten Belu sebagai destinasi utama pariwisata Indonesia yang dinamis, kompetitif, berkelanjutan penggerak pertumbuhan ekonomi, dan pendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Belu.

Mendasari upaya dalam mewujudkan misi kepariwisataan diatas maka diperlukan efektivitas komunikasi publik dalam promosi destinasi wisata religi Patung Bunda Maria di Gurita Kabupaten Belu. Komunikasi Publik menjadi penting oleh

karena salah satu sisi dalam kehidupan manusia adalah komunikasi sebagai aktivitas vital terkait promosi destinasi wisata.

Komunikasi sangat berakar dari perilaku manusia dan struktur masyarakat. Sehubungan pentingnya komunikasi Soesanto mensinyalir komunikasi sebagai aktifitas yang dilakukan manusia sebanyak 90% dalam kehidupan sehari-hari (Cangara, 1998:1). Menurut Schram komunikasi dan masyarakat merupakan dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi (Cangara, 1998:2).

Berdasarkan dua pendapat ilmuwan di atas kiranya menyiratkan komunikasi itu sebagai aktifitas penting bagi setiap orang dalam kehidupannya dengan sesama dalam kehidupan bermasyarakat. Dengan demikian, komunikasi publik dalam promosi destinasi wisata religi Patung Bunda Maria di Gurita Kabupaten Belu dapatlah diartikan sebagai suatu aktifitas yang terjadi di antara Pemerintah Kabupaten Belu sebagai pengelola destinasi wisata dengan masyarakat luas dan komunikasi di antara sesama warga masyarakat terkait keberadaan destinasi wisata religi Patung Bunda Maria.

Komunikasi Publik yang dimaksud berfungsi sebagai penghubung di antara warga masyarakat dengan cara melakukan penyampaian pesan berupa lambing verbal dan nonverbal yang artinya diusahakan dapat dimaknai secara bersama. Fenomena komunikasi di antara sesama umat manusia memiliki problem yang kompleks sehingga perlu ditempu bentuk komunikasi yang sederhana namun bersifat meluas.

Berdasarkan pengamatan, sehubungan dengan komunikasi publik dalam promosi destinasi wisata religi Patung Bunda Maria di Gurita Kabupaten Belu masih relatif dijumpai pengabaianya oleh kalangan Pemerintah Kabupaten Belu (Dinas Pariwisata), lembaga-lembaga media elektronik dan media sosial meskipun telah ada penyebaran informasi sukarela yang masih terbatas. Sehubungan dengan itu penelitian

mengenai Komunikasi Publik dalam Promosi Destinasi Wisata Religi Patung Bunda Maria di Gurita Kabupaten Belu menarik untuk dikaji lebih dalam.

1.1 Latar Belakang Masalah

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian latar belakang yang telah dideskripsikan maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Komunikasi publik yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam promosi destinasi wisata religi Patung Bunda Maria di Kabupaten Belu?
2. Apa saja faktor yang mendukung dan menghambat komunikasi publik yang dilakukan oleh dinas pariwisata dalam promosi destinasi wisata religi Patung Bunda Maria di Kabupaten Belu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian maka tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana komunikasi publik yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam promosi destinasi wisata religi Patung Bunda Maria di Kabupaten Belu.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang mendukung dan menghambat komunikasi publik yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam mempromosikan destinasi wisata religi patung Bunda Maria di Kabupaten Belu.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilaksanakannya penelitian ini dikategorikan atas dua, yakni:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian itulah penulisan skripsi ini memiliki manfaat:

1. Untuk menambah kajian pustaka melalui penelitian dalam disiplin untuk komunikasi dengan konsentrasi kajian pada komunikasi publik dalam promosi destinasi wisata religi.

2. Untuk dijadikan bahan referensi bagi peneliti lainnya yang berminat melakukan penelitian sejenis terhadap komunikasi publik dalam promosi destinasi wisata religi.
3. Untuk menyumbangkan pemikiran kepada banyak pihak melalui komunikasi publik dalam mempromosikan destinasi wisata religi secara efektif.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian dalam penulisan skripsi ini bermanfaat sebagai berikut:

1. Sebagai sumber data dan informasi bagi pemerintah Kabupaten Belu dan kepentingan untuk mengambil kebijakan terkait komunikasi publik dalam promosi destinasi wisata religi patung Bunda Maria di Kabupaten Belu kepada masyarakat luas.
2. Untuk di jadikan pikiran korekrif dan umpan balik bagi Pemerinah Kabupaten Belu melalui Dinas Pariwisata dan kepentingan lainnya terhadap upaya perbaikan dan atau penyempurnaan system komunikasi publik dalam promosi destinasi wisata religi patung Bunda Maria di Kabupaten Belu.