

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan, yang kaya akan keanekaragaman kebudayaan dan pariwisata. Kebudayaan adalah seluruh sistem gagasan dan rasa, tindakan, serta suatu karya yang di hasilkan manusia dalam kehidupan bermasyarakat (Koentjaraningrat,1999:72). Di Indonesia terdapat banyak destinasi-destinasi wisata yang indah nan memukau hampir di setiap wilayah di Indonesia terdapat wisata baik yang wisata yang dibuat oleh manusia atau karena faktor alam yang membentuknya wisata.

Pariwisata adalah kekayaan yang dimiliki oleh setiap daerah yang dapat membantu perekonomian daerah tersebut. Pariwisata sendiri pada dasarnya adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan juga ekonomi di dalamnya. Dalam hal ini ada juga istilah wisata modern. Wisata modern adalah konsep pariwisata yang mendefinisikan dirinya sebagai produk bisnis modern. Jadi semua produk pariwisata didesain sebagai produk bisnis, mulai dari destinasi, ekonomi kreatif, transportasi, perhotelan, view rekreasi, aktivitas seni dalam paket-paket wisata yang menarik, mengangumkan, menantang, dan mengesankan (Bugin, 2015: 85). Perkembangan pariwisata ini dilihat sebagai suatu cara yang tepat dan efisien dalam penggerak ekonomi rakyat karena sektor ini dianggap paling siap dari segi fasilitas, sarana prasarana dibandingkan sektor lainnya. Setiap kepulauan di Indonesia terdapat beragam potensi budaya dan wisata. Salah satu pulau yang memiliki potensi wisata yaitu pulau Madura, dimana letak pulau Madura sendiri ada di bagian timur laut Pulau Jawa.

Madura adalah masyarakat yang berbasiskan pada tingkat religius yang sangat tinggi dibuktikan dengan banyaknya pondok pesantren mulai dari perkotaan sampai dengan pedesaan. Dengan atribut-atribut kebudayaan yang ada di dalamnya, misalkan pondok pesantren, masjid, musholla untuk mengaji,

dan kerajaan-kerajaan yang beraliran Islami, seperti di kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep (Teguh H. Rachmad, 2016:1). Masyarakat Pulau Madura merupakan masyarakat agraris. Kurang lebih Sembilan puluh persen penduduknya hidup terpencar-pencar di pedalaman, di desa-desa, dukuh-dukuh, dan kelompok-kelompok perumahan petani (Huub de Jonge, 1989:17).

Kabupaten Sampang merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Pulau Madura. Selain itu juga ada Kabupaten Bangkalan, Pamekasan dan Sumenep. Kabupaten Sampang ini terletak pada 113o08' hingga 113o39' Bujur Timur dan 06o05' hingga 07o13' Lintang Selatan. Batas Daerah, di sebelah utara berbatasan dengan Laut Jawa. Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Pamekasan. Sebelah selatan berbatasan dengan Selat Madura. Sedangkan di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Bangkalan (Ma'arif. 2015: 25).

Secara umum wilayah Kabupaten Sampang berupa daratan, terdapat satu pulau yang terpisah dari daratan bernama Pulau Mandangin atau biasa disebut Pulau Kambing. Luas wilayah Kabupaten Sampang yang mencapai 1233,33 km² habis dibagi menjadi 14 kecamatan dan 186 desa/ Kelurahan. Karena lokasi Kabupaten Sampang berada di sekitar garis khatulistiwa. Kabupaten Sampang juga berada di tengah-tengah jalur transportasi antara Kabupaten Bangkalan, Pamekasan dan Sumenep. Secara topografi, Kabupaten Sampang terdiri dari 4 kategori daerah yaitu daerah pantai, daerah kepulauan, daerah dataran rendah dan dataran tinggi. Selain itu, Kabupaten Sampang juga memiliki potensi sumberdaya alam yang sangat menunjang kelangsungan hidup dan pertumbuhan kepariwisataan, salah satunya sektor pariwisata pantai yang strategis dan potensial untuk dikelola, dikembangkan, dan dipasarkan. Pantai Camplong yang berada di Desa Dharma Camplong, Kecamatan Camplong, Kabupaten Sampang, wisata Pantai Camplong merupakan wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan baik wisata mancanegara (wisman) maupun wisata nusantara (wisnus).

Pantai Camplong merupakan kawasan wisata yang berada di Kabupaten Sampang. Pantai Camplong salah satu dari berbagai wisata seperti Pantai Nipah, Toroan dan Lon Malang dari berbagai kawasan wisata yang ada bahwa Pantai Camplong adalah salah satu yang menjadi ketertarikan peneliti untuk dijadikan sebagai bahan penelitian karena Pantai Camplong merupakan kawasan wisata yang sangat strategis serta memiliki banyak perbedaan-perbedaan seperti Pantai wisata yang berada di Kabupaten Sampang.

Wisata pantai Camplong memiliki daya Tarik yang berbeda dengan wisata-wisata lain, dan juga memiliki potensi wisata yang juga masuk konsep Tujuh Sapta Pesona, diantaranya:

pertam. Keamanan yaitu pantai Camplong sudah memiliki penjagaan dan lokasinya berdekatan dengan Kepolisian Sektor (PolSek). *Kedua.* Ketertiban yaitu setiap masuk ke tempat wisata pantai camplong wisatawan harus membeli karcis di loket yang sudah disediakan. *Ketiga.* kebersihan yaitu sudah tersedianyatempat sampah organik dan non organik di tempat-tempat strategis dan juga sudah ada petugas kebersihan juga untuk menjaga kebersihan sekitar pantai Camplong. *Keempat.* Kesejukan yaitu seperti yang kita ketahui bahwa pantai pasti memiliki udara yang sejuk karena angin di pinggir pantai dan juga banyaknya pepohonan yang rindang juga yang menyebabkan banyak wisatawan yang berpiknik dengan keluarga di sekitar pantai Camplong. *Kelima.* Keindahan yaitu pantai Camplong memiliki pemandangan yang indah dengan pasir putih kecoklatan dan banyak spot foto menarik untuk mengabadikan kenangan disana. Disana juga terdapat restaurant yang memiliki pemandangan indah pantai Camplong. *Keenam.* Keramahan yaitu orang Madura sangat terkenal dengan keramahan atau menghargai orang lain, jadi tidak bisa dipungkiri juga bahwa orang sekitar pantai Camplong dan juga petugas atau pekerja di sana memiliki sifat yang ramah, buktinya pantai tersebut selalu ramai pengunjung apalagi di hari libur dan hari raya idul fitri dan idul adha. Dan yang terakhir kenangan yaitu pantai Camplong juga sudah memiliki tempat penjualan sovenir atau cinderamata sehingga ketika wisatawan pulang mereka memiliki

oleh-oleh untuk dibawa pulang selain kenangan berfoto di spot foto yang telah disediakan di pantai Camplong. Namun, disamping juga ada keindahan yang sudah dijelaskan di atas bahwa ada beberapa masalah yang terjadi dalam lapangan.

Adapun peneliti menemukan masalah tersebut seperti banyaknya sampah yang berserakan di pantai Camplong yang disebabkan karena tidak peduli masyarakat terhadap keindahannya, penjual di daerah pantai Camplong masih tidak peka dengan adanya sampah yang berserakan disekitar, dan juga pembelian karcis atau tiket yang tidak sama yaitu: apabila masuk dengan sesuai prosedur yang tertata disana harganya Rp. 15.000., namun apabila masuk dari perumahan masyarakat harganya Rp., 5.000. artinya, ada dualisme di wisata tersebut dalam pembayaran karcis.

Strategi komunikasi menurut Rogers (2010) adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru yang di ciptakan manusia. Sedangkan menurut Middleton (2010) strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi dari komunikator, pesan, saluran penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi optimal. Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah maka hasil yang diperoleh bisa saja fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi, dan tenaga. Konsep strategi komunikasi disini diletakkan sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai, sedangkan perencanaan strategi tidak lain adalah kebijaksanaan komunikasi dalam tataran makro untuk program jangka panjang (Cangara. 2013: 89-93).

Langkah awal dalam menentukan strategi komunikasi pemasaran yaitu melakukan kegiatan riset atau analisis situasi. Analisis situasi ini untuk melihat faktor-faktor kekuatan (*strengths*) atau kelemahan (*weakness*) dari internal, dan faktor-faktor peluang (*opportunities*) atau ancaman (*threats*) dari eksternal

secara sistematis, komprehensif dan strategis (Ruslan, 2006:15). Untuk itu sangat perlu adanya suatu strategi komunikasi untuk menjadikan tempat pariwisata sebagai bentuk kesadaran masyarakat di sekitar. Maka dalam hal itu perlu kita kesadaran masyarakat terkait adanya wisata pantai Camplong.

Dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk membahas mengenai “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN *AWARENESS* PARIWISATA DI KABUPATEN SAMPANG : studi di wisata pantai Camplong Sampang ”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana strategi komunikasi pemasaran dalam membangun *Brand Awareness* wisata pantai Camplong Kabupaten Sampang ?

1.3. Tujuan Penelitian

Mengetahui strategi komunikasi pemasaran dalam membangun *awareness* pariwisata di Kabupaten Sampang.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat di bidang akademis untuk menambah wawasan dan pengetahuan strategi komunikasi pemasaran dalam membangun *Awareness* pariwisata di Kabupaten Sampang.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga dapat memberikan manfaat bagi daerah di Kabupaten Sampang khususnya masyarakat Sampang dalam meningkatkan kualitas wisata di Kabupaten Sampang khususnya Wisata Pantai Camlong.