

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki kekayaan alam yang cukup besar dengan beribu-ribu pulau, keanekaragaman pesona alam, suku, budaya dan berbagai peninggalan sejarah menjadikan negara ini menjadi salah satu daerah tujuan wisata pilihan bagi para wisatawan mancanegara dan juga wisatawan domestik sendiri. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistika, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia tahun 2015 mencapai 10406759 wisatawan (<http://nasional.republika.co.id>). Sektor Pariwisata merupakan sector ekonomi penting di Indonesia. Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan yang menyatakan bahwa Penyelenggaraan Kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Salah satu potensi dan kekuatan yang dimiliki oleh Indonesia dalam mengembangkan sektor pariwisata adalah jumlah penduduk. Berdasarkan data jumlah penduduk dari *CIA World Factbook* bulan Juli tahun 2015, jumlah penduduk Indonesia sebanyak 255,993,674 jiwa dan menduduki urutan keempat terbesar di dunia. Jumlah penduduk yang banyak tersebut harusnya dapat mendorong pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata. Penduduk merupakan faktor eksternal dalam pemasaran pariwisata sedangkan faktor internal dari pemasaran pariwisata adalah pengelola pariwisata, sarana dan prasarana pariwisata, dan *public relations*. Kaitan jumlah penduduk dengan pengembangan pariwisata adalah sebagai konsumen dari pariwisata, sehingga apabila pariwisata dikembangkan dengan baik maka dapat menarik konsumen baik dalam maupun luar negeri. Potensi Indonesia untuk menjadi salah satu negara tujuan wisata utama dunia tidak diragukan lagi, seperti kekayaan alam, keanekaragaman budaya dan bahasa daerah. Kekayaan alam di Indonesia sangat berlimpah, seperti hutan, sawah,

pantai, dan pegunungan. Keanekaragaman budaya juga merupakan salah satu hal yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia. Indonesia sendiri terkenal dengan beranekaragam budaya seperti: tradisi tiap daerah, adat istiadat, bahasa daerah, makanan khas, dan lain sebagainya menjadikan Indonesia kaya akan keanekaragaman budaya. Oleh karena itu, Indonesia berpeluang untuk menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor andalan bagi pendapatan negara dan kesejahteraan masyarakat.

Pariwisata juga merupakan salah satu kebutuhan yang akan dipenuhi, sebagai makhluk sosial, manusia mempunyai kebutuhan yang beraneka ragam, dari kebutuhan primer, yaitu makanan (pangan), kebutuhan akan tempat tinggal (papan). Berkembangnya zaman tidak hanya membuat seseorang memerlukan kebutuhan primer dan sekunder, tetapi juga kebutuhan untuk bersantai atau berlibur menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia *modern*.(Prasias,2013:7). Pariwisata juga menawarkan jenis produk dan wisata yang beragam, mulai dari wisata alam, wisata buatan, wisata religi, hingga beragam wisata minat khusus. Perkembangan pariwisata ini dilihat sebagai suatu cara yang tepat dan efisien dalam pergerakan ekonomi rakyat, karena sektor ini dianggap paling siap dari fasilitas, sarana prasarana dibandingkan sektor lainnya. Dengan harapan pariwisata ini dapat dikembangkan dalam suatu pemberdayaan masyarakat.

Hal ini juga terjadi di salah satu Kabupaten yang terpencil, Kabupaten Bojonegoro merupakan salah satu objek wisata yang ada di Jawa Timur yang memiliki pariwisata yang cukup baik. Pariwisata yang ada disana juga sangat menjanjikan dan memuaskan, memiliki beberapa objek wisata alam, wisata buatan, wisata kuliner, dan masih banyak lagi. Terlihat pada tahun 2017 menjadi berkah tersendiri bagi objek wisata yang ada di Kabupaten Bojonegoro, angka kunjungan di 22 objek wisata mencapai angka 693.611 pengunjung dalam kurun waktu satu tahun. Wisata di Bojonegoro mulai menunjukkan gairah, ini terbukti dengan meningkatnya kunjungan wisata di Bojonegoro. Meningkatnya sektor wisata ini tak lepas dari perhatian yang diberikan pemerintah Kabupaten Bojonegoro untuk menggalakkan sektor wisata mulai dari penggalan objek baru dan perbaikan infrastruktur untuk mendukung baik akses maupun lainnya. Wisata diharapkan

akan menjadi nafas baru perekonomian rakyat maupun mendukung tumbuhnya sektor lainnya baik jasa maupun ekonomi kreatif. Harapan ditahun 2018 ini geliat sektor wisata di Bojonegoro akan menunjukkan perkembangan yang positif. Ditambahkan untuk mempromosikan wisata ini banyak digelar *event* antara lain *event* wisata dan budaya serta promosi dengan beragam media untuk mengenalkan kepada publik.

Dengan banyak perubahan dan kemajuan objek wisata yang ada di Kabupaten Bojonegoro yang setiap tahunnya diperbaharui seperti *Go Fun* ternyata membuat pemerintah sibuk membenahi objek wisata tersebut dan membiarkan objek wisata yang lain tidak ke urus, seperti halnya objek Wisata Agro Salak. Banyak masyarakat yang juga pengunjung Wisata Agro Salak ini kecewa dengan melihat tempat wisata yang sudah tidak lagi di perhatikan oleh pemerintah Kabupaten Bojonegoro. Wisata Agro Salak adalah wisata yang banyak fungsinya antara lain sebagai sumber wisata kuliner khas, Wisata Agro Salak juga difungsikan untuk penyediaan kebutuhan buah di beberapa wilayah di Kabupaten Bojonegoro dan tidak kalah pentingnya adalah sebagai tujuan wisata untuk peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Disana, pengunjung dapat menikmati keindahan serambi mengkonsumsi buah salak yang rasanya berbeda dengan buah salak yang ada di daerah manapun.

Pada libur akhir pekan dan liburan panjang seperti lebaran dan tahun baru. Jumlah pengunjung meningkat dari hari biasa dengan kenaikan bisa mencapai 30% mereka bukan hanya dari Bojonegoro saja, tapi juga dari daerah sekitar, mulai Sidoarjo, Surabaya, Gresik, Jombang, Mojokerto, Lamongan dan tuban. Kalau dilihat dari kondisi di atas seharusnya Wisata Agro Salak adalah salah satu objek wisata yang dimiliki Kabupaten Bojonegoro yang mempunyai potensi yang sangat besar untuk dikunjungi, menginggat untuk masuk kedalam juga tidak mahal. Tetapi pada kenyataanya, permasalahan yang terjadi dengan kurang keperdulian dari pihak Dinas maka banyak sekali spot yang kurang terawat sehingga menyebabkan masyarakat enggan untuk berkunjung, hingga sampai sekarang adalah jumlah wisatawan mengalami penurunan dari tahun ketahun, di buktikan dari sumber BPS, Kabupaten Bojonegoro dalam angka tahun 2016, jumlah pengunjung belum ada peningkatan.

Ada banyak kemungkinan yang menyebabkan terjadinya penurunan atau juga ketidakstabilan kunjungan wisata, kemungkinan ke tidak stabilan pengunjung di sebabkan oleh beberapa faktor di antaranya adalah kurang nya pengelolaan dari pemerintah dan pengelola obyek wisata tersebut misalnya pengelolaan daya tarik wisata kemungkinan atraksi yang dilakukan dulu dan sekarang berbeda, banyaknya atraksi yang dulu ada sekang tidak ada, sarana prasarana yang dulu baik sekarang kurang di rawat dengan baik, aksesibilitas dulu mudah di lewati dan sekarang susah di lewati karena banyaknya lubang yang ada di jalanan, promosi yang kurang baik. Hal-hal tersebutlah yang dapat menyebabkan kurangnya minat para wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata. Kurang adanya pembekalan terhadap penggerak desa wisata yang ada di setiap destinasi wisata yang ada di Kabupaten Bojonegoro juga mampu menjadi penghambat kemajuan dari pariwisata Bojonegoro, dengan memberikan pembekalan dan pelatihan terhadap penggerak desa wisata seperti memberikan pelatihan bagaimana pelayanan terhadap pengunjung, pelatihan bagaimana *trend* terbaru agar wisatawan tetap tertarik untuk selalu dating ke tempat wisata yang ada di Kabupaten Bojonegoro.

Berbicara tentang hal tersebut, maka ada satu peran yang memiliki pengaruh besar dalam menciptakan strategi khusus serta menjaga komunikasi yang baik secara *internal* maupun *eksternal* yaitu *Public Relations*. Hampir setiap perusahaan membutuhkan seorang *Public Relations*, karena *Public Relations* memiliki peran penting dalam menjalankan suatu perusahaan. Dalam era komunikasi, era informasi, era perang citra, atau apa pun nama era-nya sekarang ini, peranan PR semakin diperlukan.(Ardiyanto, 2009:202). Semakin baik *Public Relations* dalam menjalankan tugasnya, maka akan menghasilkan suatu kerjasama dan hubungan yang baik antara perusahaan dengan publik *eksternal* maupun *internal* yang ada dalam perusahaan tersebut. Kesuksesan atau kegagalan suatu perusahaan sangat bergantung pada kinerja *Public Relations* dari perusahaan itu sendiri, *Public Relations* merupakan mediator / penghubung antara perusahaan yang mereka wakili dengan publik, baik publik internal maupun eksternal. Dalam sejarah perkembangan pariwisata dari zaman kuno hingga memasuki era globalisasi menunjukkan bahwa pariwisata sebagai industri mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan yang terjadi dapat dilihat dari perubahan pola

perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan, perkembangan berbagai sarana ataupun prasarana yang diperlukan untuk menunjang perjalanan wisatawan, hingga berkembangnya berbagai kondisi dalam industri pariwisata, baik yang bersifat internasional maupun nasional.(Prasiasi,2013: 1)

Dengan adanya hal tersebut, Dinas Pemerintahan kabupaten Bojonegoro terutama Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata kabupaten Boonegoro telah mengadakan pemilihan ajang Duta Wisata yang mana disebut dengan Kange dan Yune Kabupaten Bojonegoro. Dengan diadakannya pemilihan Duta Wisata tersebut maka bertujuan untuk menjadi ujung tombak bagi generasi muda yang mampu untuk berkontribusi dalam bidang kepariwisataan dan mampu membantu tugas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata kabupaten Bojonegoro untuk mempromosikan pariwisata di Bojonegoro. Selain hal tersebut, Duta Wisata Kange Yune juga diembankan tugas sebagai promotor humas yang mampu untuk memberikan informasi kepada msyarakat Bojonegoro khususnya guna memberikan informasi yang mengedukasi, memberikan empatidan simpati serta mampu menarik masyarakat untuk ikut andil dalam mempromosikan pariwisata di Bojonegoro. Adanya Duta Wisata Kange Yune mampu memberikan warna baru bagi terlaksananya program promosi kepariwiataan di Kabupaten Bojonegoro, dengan kepiawaian berkomunikasi dan berpenampilan menarik maka Duta Wisata Kange Yune mampu menjadi daya tarik sendiri bagi masyarakat untuk bekomunikasi langsung dengan masyarakat agar mampu ikut andil dalam promosi pariwisata.

Dan keberadaan *public relations* dalam organisasi sangat penting. *Public relations* berperan sebagai komunikator organisasi dengan pihak lain serta organisasi dengan publiknya. Menjaga dan meningkatkan citra (*image*) instansi/organisasi merupakan salah satu tugas dari seorang *public relations*. *Public relations* bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat/publik. Sumber daya manusia merupakan unsur utama dalam melaksanakan aktivitas *Public Relations* dan melayani pengunjung di Wisata Bojonegoro. Berpegang pada keberadaan *Public Relations* dalam perusahaan tidak mengherankan jika aktivitas *Public Relations* akan turut menentukan keberhasilan dari setiap aktivitas perusahaan, khususnya yang berkenaan dengan publik perusahaan. Aktivitas *Public Relations*

tersebut diharapkan dapat menjadikan “mata dan telinga”, serta tangan kanan bagi *top managemen* dan publiknya baik publik internal maupun publik *exsternal*. Berdasarkan pada besar kecilnya perusahaan atau menentukan luas sempitnya area tanggung jawab sosialnya. Oleh sebab itu perlu diadakannya penelitian di bidang komunikasi untuk mengkaji aktivitas *public relations* Duta Wisata Kange Yune dalam mempromosikan pariwisata yang ada di Kabupaten Bojonegoro.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dapat dijadikan perumusan masalah yaitu : Bagaimana aktivitas *Public Relations* Duta Wisata Kange Yune dalam mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Bojonegoro?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan antara lain : guna untuk mengetahui aktivitas *Public Relations* Duta Wisata Kange Yune dalam mempromosikan pariwisata Kabupaten Bojonegoro.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini mempunyai manfaat yang terbagi menjadi dua yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis, yaitu:

1.4.1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang teori yang berkaitan dengan promosi pariwisata dengan menggunakan pendekatan aktivitas *Public Relations*.

1.4.2. Manfaat Praktis:

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan diskusi terkait dengan bidang pengembangan pariwisata.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro

Penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam mengembangkan pariwisata khususnya di Kabupaten Bojonegoro, dan memaksimalkan aktivitas ke PR an Duta Wsiata Kange Yune.