

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata mempunyai pengaruh besar terhadap perkembangan suatu Negara dalam meningkatkan perekonomian Negara. Salah satu Negara yang berusaha mengembangkan sektor pariwisatanya ialah Indonesia. Negara ini mempunyai berbagai objek pariwisata yang tersebar dari sabang sampai merauke, adapun objek wisata alam maupun buatan yaitu berupa: pantai, pegunungan, danau, suaka margasatwa, candi-candi peninggalan kerajaan dan lain sebagainya. Suatu objek pariwisata harus dikelola semaksimal mungkin dengan cara mengatur sistem pariwisata secara keseluruhan, untuk memajukan industri pariwisata yang ada di Indonesia. Apabila pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, maka menimbulkan berbagai permasalahan yang bisa merugikan sektor pemerintahan maupun masyarakat.

Pengembangan sektor pariwisata dapat melestarikan dan memelihara keindahan, kehidupan, dan budaya di suatu daerah, sebagai warisan untuk generasi yang akan datang. Pengertian pariwisata adalah kegiatan orang yang bepergian dan tinggal di tempat-tempat di luar lingkungan mereka selama tidak lebih dari satu tahun turut-turut untuk bersantai, bisnis dan keperluan lainnya (Pitana, 2009:45). Perkembangan sektor pariwisata diperlukan pemikiran yang maju dan kreatif untuk dapat mengikuti perkembangan kebutuhan manusia yang

demikian cepat berubah, termasuk ilmu dan teknologi. Salah satu kegiatan yang dapat memajukan objek pariwisata adalah meningkatkan angka kunjungan wisatawan dengan cara mencari wisatawan-wisatawan baru. Wisatawan merupakan unsur utama pariwisata yang mampu meningkatkan pendapatan asli daerah, maka dari itu para pelaku pemasaran pariwisata harus memenuhi kebutuhan wisatawan. Alasan wisatawan mengunjungi sebuah objek pariwisata berdasarkan biaya, aksesibilitas, fasilitas yang sesuai dan memadahi. Dengan beberapa alasan tersebut wisatawan bisa merasakan puas, nyaman dan aman di objek pariwisata daerah tersebut.

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu daerah yang memiliki objek pariwisata, adapun jenis objek pariwisatanya yaitu: wisata alam, wisata bahari, wisata budaya, wisata industri, wisata pilgrim, wisata kuliner dan peninggalan-peninggalan benda bersejarah dari kerajaan majapahit. Salah satu potensi wisata yang tidak bisa ditinggalkan wisatawan ketika mengunjungi suatu tempat tertentu adalah wisata kuliner, wisata kuliner berasal dari bahasa asing *culinary travel* yang artinya perjalanan wisata yang berkaitan dengan hal-hal masak-memasak, produk wisata dengan motif atau tujuan yang berkaitan dengan jenis masakan tertentu. Adapun Potensi wisata kuliner khas Kabupaten Sidoarjo antara lain yaitu segala jenis hasil olahan ikan tambak (bandeng asap-asap, bandeng presto, gurami bakar), ceker lapindo, kupang lontong, nasi rawon, klepon bulang, dan lain sebagainya (Bappeda, 2010:11).

Potensi wisata kuliner Sidoarjo mempunyai peluang yang cukup prospektif untuk dikembangkan sebagai tujuan wisata kuliner. Bila potensi wisata tersebut

dikelola dengan baik maka dapat memberikan kontribusi yang nyata terhadap pembangunan ekonomi yakni berupa menciptakan lapangan pekerjaan baru sehingga dapat memajukan potensi wisata kuliner di Kabupaten Sidoarjo. Potensi wisata kuliner tersebut perlu dilestarikan untuk membedakan identitas suatu daerah yang satu dengan daerah lainnya.

Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sidoarjo atau dapat disingkat dengan Disporabudpar Kabupaten Sidoarjo melakukan perencanaan mengembangkan potensi wisata kuliner Sidoarjo. branding *Sidoarjo City Culinary* sudah publikasikan pada saat pemilihan duta wisata dan event-event lainnya. Alasan menggunakan *city branding* Sidoarjo *City Culinary* karena menurut Bapak Sigit, dengan kata *Sidoarjo City Culinary* semua masyarakat akan mengerti arti kata tersebut bahwa Sidoarjo adalah tempatnya untuk berkuliner dan juga tersedianya sumber daya kelautan dan tambak yang melimpah seperti : kupang, bandeng, gurami, nila, udang, kerang dan semakin banyaknya jumlah restoran di Sidoarjo (observasi tanggal 4 Juni 2014).

Sumber daya tersebut bisa dijadikan peluang untuk meningkatkan daya tarik wisatawan dengan melalui olahan makanan khas Sidoarjo. Namun, mengandalkan sumber daya alam saja belum cukup dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, karena wisatawan belum banyak mengetahui informasi mengenai wisata kuliner tersebut maka diperlukan perencanaan komunikasi dalam mengembangkan wisata yang sesuai dengan karakter daerah Sidoarjo. Pengertian perencanaan komunikasi menurut Jhon Middleton adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut

tidak hanya mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu diantara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi (Cangara, 2013:45).

Perencanaan komunikasi tersebut antara lain untuk mengetahui apa yang telah dirumuskan dan berhasil mencapai sasaran yang dikehendaki, baik itu ditinjau dari sektor ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan hidup. Menurut Yoeti (1997:2), aspek-aspek yang perlu diketahui dalam perencanaan pariwisata adalah wisatawan, transportasi, obyek wisata, fasilitas pelayanan, informasi dan promosi. Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut dalam diharapkan dapat meningkatkan angka kunjungan wisatawan di Kabupaten Sidoarjo. Berdasarkan data terakhir pengunjung seluruh objek dan daya tarik wisata Kabupaten Sidoarjo, pada November 2013 sebanyak 157886 orang yang naik 4,56 persen dibanding. Pada Oktober 2013 yang hanya 150682 Secara kumulatif jumlah wisatawan Oktober sampai Desember 2013 mencapai 230419 orang yang naik 27,26 persen dibandingkan jumlah wisatawan periode yang sama pada tahun 2012 hanya mencapai 167576 orang (Observasi, 05 Mei 2014).

Dari hasil data tersebut menunjukkan adanya peningkatan wisatawan dan seharusnya mampu bersaing dengan objek pariwisata daerah lain, apalagi Kabupaten ini mempunyai Bandara Juanda dan Terminal Purabaya yang merupakan terminal bus terbesar di Asia Tenggara sebagai tempat transit wisatawan lokal maupun mancanegara. Namun pada kenyataannya banyak objek pariwisata Kabupaten Sidoarjo yang belum terpublikasi secara maksimal, hanya

salah satu objek saja yang dapat menarik minat wisatawan untuk datang ke Kabupaten ini yaitu Intako (Industri Tas dan Koper) yang berada di Kecamatan Tanggulangin. Sebernarnya Sidoarjo punya banyak objek wisata yang perlu dipublikasikan kepada wisatawan untuk dapat memajukan industri pariwisata yang ada di Sidoarjo seperti Museum Mpu Tantular, Candi Pari, potensi wisata kulinernya (bandeng asap-asap, bandeng presto, kikil sapi, ceker lapindo, kupang lontong, nasi rawon, klepon bulang) dan atraksi wisata yang lainnya.

Keanekaragaman makanan yang tersedia di Kabupaten Sidoarjo memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk merasakan kelezatannya. Pada saat orang berkunjung ke suatu tempat untuk memburu makanan sekaligus untuk berlibur membuat wisata ini menjadi lahan usaha wisata kuliner yang cukup menjanjikan. Namun tidak cukup dengan hal itu, pengembangan wisata kuliner memerlukan perencanaan komunikasi pemasaran yang handal sebagai metode yang sangat potensial untuk bersaing dengan kepariwisataan daerah lain.

Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sidoarjo melakukan kerjasama dengan pihak swasta yang bergerak di bidang industri pariwisata. Disporabudpar khususnya bidang pariwisata melakukan kerjasama dengan 9 asosiasi binaannya, yaitu Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Sidoarjo (APPWS), Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Paguyuban Pengusaha Hiburan Sidoarjo (PPHS), Tiara Kusuma, Harpi Melati, Paguyuban Objek Wisata Sidoarjo, Paguyuban Kolam Renang, Paguyuban Guk Yuk Sidoarjo dan Delta *Independent*. Dari berbagai asosiasi yang ada menunjukkan bahwa industri pariwisata di Kabupaten Sidoarjo sangat beragam. Adanya city branding

“*Sidoarjo City Culinary*” tersebut diharapkan dapat memajukan perekonomian masyarakat Sidoarjo khususnya pengusaha kuliner. Melalui hubungan yang saling menguntungkan antara sektor pemerintahan dan swasta diharapkan dapat mempromosikan *city branding* tersebut sebagai salah satu tujuan wisata yang terkenal di Jawa Timur. (Observasi, 05 Mei 2014).

Dari uraian latar belakang di atas membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang mendalam tentang perencanaan komunikasi Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Sidoarjo dalam mengembangkan potensi wisata kuliner Sidoarjo.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana perencanaan komunikasi Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sidoarjo dalam mengembangkan potensi wisata kuliner Sidoarjo ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mendeskripsikan perencanaan komunikasi Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sidoarjo dalam mengembangkan potensi wisata kuliner Sidoarjo.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat menambah khasanah pengetahuan atau sebagai kajian ilmiah bagi mahasiswa jurusan ilmu komunikasi, khususnya tentang perencanaan komunikasi dalam mengembangkan potensi wisata kuliner.

Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman perencanaan komunikasi Disporabudpar Kabupaten Sidoarjo dalam mengembangkan potensi wisata kuliner dan memberikan sumbangan pemikiran bagi Disporabudpar Kabupaten lainnya dalam menjalankan perannya sebagai pengelola dan pengembangan potensi pariwisata, sehingga dapat meningkatkan angka kunjungan wisatawan dan juga bisa mengangkat perekonomian masyarakat.