

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki kekayaan alam yang melimpah, mulai dari hutan, laut, gunung, hingga sungai, yang menjadi potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata alam. Dalam pengelolaan pariwisata, penting untuk memperhatikan kelestarian lingkungan, kesejahteraan sosial masyarakat, serta pelestarian nilai-nilai budaya setempat. Pengembangan destinasi wisata juga harus dilakukan dengan mempertimbangkan keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan keberlanjutan lingkungan. Kemajuan teknologi saat ini telah memudahkan para wisatawan untuk menemukan berbagai destinasi pariwisata dengan cepat dan mudah. Namun, persaingan antar destinasi juga semakin ketat. Oleh karena itu, setiap destinasi perlu memiliki identitas yang kuat agar mampu menarik minat wisatawan.

Identitas destinasi yang kuat akan membantu mempromosikan daya tarik wisata tersebut dan memberikan manfaat yang berkelanjutan, baik secara ekonomi maupun sosial, bagi masyarakat lokal. Menurut Prof. Dr. I Gde Pitana, Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Mancanegara Kementerian Pariwisata Indonesia, salah satu tantangan yang dihadapi oleh pariwisata Indonesia adalah kurangnya brand atau identitas yang kuat dalam memperkenalkan destinasi-destinasi wisata unggulan. Padahal, jika pengelolaan destinasi wisata dilakukan dengan perencanaan yang matang, hal ini tidak hanya akan meningkatkan pendapatan ekonomi, tetapi juga akan membawa dampak positif bagi masyarakat setempat, termasuk dalam hal peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan. Selain itu, pemanfaatan destinasi wisata yang terencana juga dapat berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Wisata yang berkelanjutan tidak hanya menjaga alam tetap lestari, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan sekitar, menciptakan harmoni antara alam, masyarakat, dan ekonomi pariwisata.

Sektor pariwisata berperan penting dalam perekonomian suatu negara karena tidak hanya menjadi sumber devisa besar, tetapi juga meningkatkan pendapatan dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat setempat. Selain itu, pariwisata juga berkontribusi pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pajak dan retribusi bagi pemerintah daerah. Untuk mencapai manfaat tersebut, pengembangan pariwisata harus direncanakan dengan baik dan selaras dengan potensi lokal, seperti alam, budaya, dan sosial, guna menjaga keberlanjutannya. Pemanfaatan sumber daya alam secara bijak sangat penting agar dampak positif dari pariwisata bisa dirasakan dalam jangka panjang. Percepatan pertumbuhan ekonomi melalui sektor ini membutuhkan kerjasama antara pemerintah dan industri untuk membangun infrastruktur yang memadai, mempromosikan destinasi, serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia lokal agar dapat mendukung perkembangan sektor ini secara maksimal. Pendekatan yang tepat akan memungkinkan potensi wisata dikembangkan dengan efektif dan berkelanjutan.

Pariwisata adalah sektor kunci dalam meningkatkan perekonomian nasional. Karena posisinya yang strategis untuk memajukan pembangunan, pemerintah memberikan perhatian khusus agar pariwisata dapat berkontribusi besar terhadap ekonomi nasional. Sektor ini memiliki potensi signifikan untuk meningkatkan pendapatan negara dan kesejahteraan masyarakat. Dengan memanfaatkan seluruh potensi kepariwisataan, kita bisa menarik sektor lain untuk berkembang dan menciptakan lebih banyak peluang kerja. Mengembangkan kawasan pariwisata strategis tidak hanya akan merangsang pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mempengaruhi berbagai bidang terkait. Selain dampaknya pada ekonomi, pariwisata juga berfungsi sebagai citra bangsa, memperkenalkan budaya dan keindahan alam Indonesia ke seluruh dunia.

Teknologi informasi dan komunikasi dalam perkembangannya memberikan dampak positif dalam sebuah industri pariwisata. Khususnya kontribusi yang cukup besar terhadap pembangunan nasional dan penggerak ekonomi rakyat. Adanya potensi pariwisata ini menjadi sarana dalam mengembangkan dan memaksimalkan potensi yang dimiliki dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran

penting dalam pembangunan suatu daerah. Kabupaten Tuban, khususnya Kecamatan Merakurak, memiliki potensi alam yang melimpah, termasuk keberagaman ekosistem dan budaya yang dapat menjadi daya tarik wisata. Salah satu destinasi potensial adalah Ekowisata Silowo, yang kaya akan keindahan alam dan kearifan lokal. Namun, untuk melakukan rebranding destinasi wisata seperti Silowo, Komunikasi Pemasaran wisata memainkan peran sentral dalam menginformasikan, mempromosikan, dan melibatkan masyarakat serta pihak terkait dalam Komunikasi Pemasaran wisata tersebut.

Kabupaten Tuban melibatkan potensi alam yang kaya dan keberagaman lokal. Dengan keindahan alam seperti hutan, sungai, laut dan sawah, serta kearifan lokal dalam pengelolaan lingkungan, Silowo memiliki potensi untuk menjadi destinasi ekowisata yang menarik. Melalui strategi komunikasi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keunikan dan keberlanjutan wisata. Komunikasi Pemasaran Pengelola Ekowisata Silowo bermula dari upaya meningkatkan potensi pariwisata lokal. Kabupaten Tuban memiliki kekayaan alam dan budaya yang belum sepenuhnya dieksplorasi, sehingga komunikasi pemasaran destinasi wisata seperti Ekowisata Silowo diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi masyarakat setempat serta melestarikan lingkungan, keindahan alam dan kearifan lokal. Ekowisata Silowo diharapkan dapat menjadi destinasi wisata yang baru yang menarik bagi pengunjung.

Sendang Silowo di Kecamatan Merakurak sebenarnya telah ada sejak tahun 2019. Pengunjungnya sudah banyak dan fasilitas yang ada juga sudah cukup membuat kegiatan wisata menjadi makin bermakna. Sayangnya, pandemi datang membuat tempat wisata di Kecamatan Merakurak yang viral ini harus ditutup. Ternyata hal tersebut justru menyebabkan banyak bagiannya menjadi rusak. Hingga akhirnya setelah di *revitalisasi*, pada tanggal 22 Desember 2022, pihak Bappeda dan Dinas Pariwisata Kabupaten Tuban membuka kembali ekowisata Silowo Tuban. Asyiknya kini konsep yang ditawarkan lebih beragam dan menarik hati wisatawan. Setelah diresmikan kembali oleh pemerintah, wisata yang tidak jauh dari pusat kota ini memiliki konsep baru. Jika sebelumnya, wisata tersebut hanya pemandian alam murni maka saat ini juga menyajikan wisata perahu atau susur

sungai, dengan jarak tempuh kurang lebih 150-200 meter dengan suguhan pemandangan alam seperti di sungai amazon dan hutan amazon.

Pentingnya komunikasi pemasaran dalam komunikasi pemasaran destinasi wisata ini adalah untuk mengatasi berbagai tantangan, seperti pengelolaan lingkungan, perencanaan keberlanjutan, promosi destinasi, serta pelibatan komunitas lokal. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul penelitian mengenai Komunikasi Pemasaran Pengelola Ekowisata Silowo di Desa Mandirejo Kecamatan Merakurak, karena dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana komunikasi pemasaran dapat mendukung Komunikasi Pemasaran destinasi wisata di daerah Kabupaten Tuban. Melalui analisis studi kasus ini, diharapkan dapat ditemukan berbagai strategi komunikasi yang efektif dalam meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan partisipasi masyarakat lokal, pihak terkait, serta wisatawan dalam mendukung Komunikasi Pemasaran Pengelola Ekowisata Silowo. Ini akan membantu menciptakan model destinasi wisata yang berkelanjutan dan bermanfaat secara ekonomi, lingkungan, serta sosial bagi Kabupaten Tuban, khususnya di Kecamatan Merakurak.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaiman Komunikasi Pemasaran Pengelola Ekowisata Silowo sebagai destinasi wisata berbasis ekologi di Desa Mandirejo, Kecamatan Merakurak, Kabupaten Tuban?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan Komunikasi Pemasaran Pengelola Ekowisata Silowo sebagai destinasi wisata berbasis ekologi di Desa Mandirejo, Kecamatan Merakurak, Kabupaten Tuban.

1.4 Manfaat Penelitian

Memberikan pengetahuan mendalam tentang peran penting Komunikasi Pemasaran Pengelola wisata daerah, kontribusi ini dapat membantu penelitian selanjutnya, dan menjadi referensi yang bermanfaat bagi peneliti baru.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Menyumbangkan pengetahuan baru tentang teori Komunikasi Pemasaran, memperkaya literatur akademis dan meningkatkan pemahaman terhadap fenomena komunikasi khususnya dalam konteks Komunikasi Pemasaran wisata.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memberikan panduan bagi praktisi pariwisata, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan terkait implementasi Komunikasi Pemasaran untuk memajukan destinasi wisata Silowo, khususnya dalam konteks Komunikasi Pemasaran Pengelola ekowisata di Kecamatan Merakurak, Kabupaten Tuban.