

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan kekayaan alam yang dimiliki oleh setiap daerah dengan berbagai macam ragam perbedaan dan keunikannya. Menurut (Suryadana dan Vanny, 2015) pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Staf Ahli Bidang Ekonomi dan Iptek Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Titi Soekarya mengatakan sebagaimana diketahui bahwa sektor pariwisata di Indonesia masih menduduki peranan yang sangat penting dalam menunjang pembangunan nasional, sekaligus merupakan salah satu faktor yang sangat strategis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan devisa negara, meningkatkan pendapatan daerah, mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha yang produktif. Indonesia sendiri memiliki potensi yang sangat besar dibidang pariwisata. Hal ini terlihat dari indahnya berbagai macam pemandangan alam, kebudayaan serta sejarah bangsa. Festival dan upacara upacara adat yang unik, berbagai macam seni lukis dan kerajinan tangan, dan banyak tempat yang sangat menarik untuk para wisatawan.

Banyaknya pariwisata yang tersebar di Indonesia, pemasaran sangat berperan dalam sebuah perusahaan, organisasi maupun instansi yang harus dilakukan pada saat memasuki era globalisasi perkembangan dunia dan persaingan yang cukup ketat sehingga dapat mendorong agar bisa tetap maju dan berkembang. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Lupiyoadi, 2006).

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan daerah tujuan yang menarik bagi wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara, selain banyak tempat

bersejarah yang menarik untuk dikunjungi, adat istiadat masyarakatnya pun sangat kental dengan nilai-nilai historis yang unik untuk dipelajari maupun hanya sekedar berkunjung. Bantul merupakan salah satu daerah yang memiliki berbagai macam potensi wisata yang dapat dikembangkan sebagai salah satu pendapatan daerah. Pariwisata daerah Bantul merupakan salah satu destinasi wisata yang menyuguhkan panorama alam dengan segala keindahannya dan keunikannya, salah satunya pantai Parangtritis sebagai salah satu ikon pariwisata, selain keindahan alamnya banyak sekali desa wisata dengan berbagai macam sentra kerajinan maupun wisata budaya yang dapat dikunjungi. Beberapa kegiatan promosi yang sering dilakukan dengan mengadakan event khusus, memasang banner ataupun mengumumkannya melalui radio maupun surat kabar, selain kegiatan promosi secara *konvensional* cara yang lebih modern saat ini yaitu dengan cara memanfaatkan media sosial yang berada di *smartphone*.

Peneliti tertarik meneliti tentang bagaimana implementasi komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul sehingga berhasil dalam meningkatkan jumlah pengunjung yang berkunjung ke objek wisata Kabupaten Bantul. Tugas pokok Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul adalah membantu Bupati dalam melaksanakan urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan bidang pariwisata. Dalam melaksanakan tugasnya, Dinas Pariwisata mempunyai fungsi sebagai perumusan dan pelaksanaan kebijakan pariwisata, evaluasi dan pelaporan pariwisata serta pelaksanaan administrasi dinas sesuai dengan lingkup tugasnya, antara lain mewujudkan pengembangan daerah pariwisata yang memberikan penguatan pada pengembangan pariwisata daerah, meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata yang mampu menarik serta dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dengan adanya dukungan peran serta kemitraan antar pelaku wisata serta media pemasaran yang efektif, seperti yang akan peneliti bahas dalam penelitian ini. Berikut data peningkatan pengunjung objek wisata yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul:

| No. | Objek Wisata | Tahun 2021 | Tahun 2022 |
|-----|--------------------------------------|------------|------------|
| 1. | Kawasan Pantai Prangtritis dan Depok | 1.182.000 | 2.363.900 |

| | | | |
|----|----------------------|------------------|------------------|
| 2. | Pantai Samas | 105.500 | 208.111 |
| 3. | Pantai Goa Cemara | 9.940 | 21.584 |
| 4. | Pantai Kwaru | 12.720 | 20.814 |
| 5. | Pantai Pandansimo | 53.750 | 88.000 |
| 6. | Kawasan Goa Selarong | 12.200 | 22.402 |
| 7. | Kawasan Goa Cerme | 2.013 | 3.205 |
| | Total Jumlah | 1.378.223 | 2.728.016 |

Table 1. Data Jumlah Pengunjung Objek Wisata

Sumber : Arsip Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang diatas, peneliti mencoba merumuskan permasalahan sebagai pijakan penyusunan skripsi adalah bagaimana implementasi komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul?

1.3 Batasan Masalah dan Tujuan Penelitian

Batasan penelitian akan dibuat oleh penulis, dan terkait dengan hal yang diteliti yaitu implementasi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul dalam meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata dan memberikan informasi yang disajikan seputar objek wisata yang dikelola oleh dinas karena tidak semua objek wisata yang tersebar di wilayah Bantul dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul.

Berdasarkan permasalahan yang penulis tulis, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisa dan mendeskripsikan komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinpar Bantul dalam mkegiatan promosi upaya meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata Kabupaten Bantul.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Memberikan pemikiran maupun referensi kepada Dinas Pariwisata tentang bagaimana penerapan komunikasi pemasaran untuk menarik masyarakat akan apa yang dipromosikan sehingga berdampak pada kenaikan jumlah pengunjung.

1.4.2 Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini, diharapkan dapat mendukung pengembangan pariwisata, serta menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca dalam bidang komunikasi pemasaran.

1.5 Struktur Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian
- 1.2. Rumusan Masalah
- 1.3. Batasan Masalah dan Tujuan Penelitian
- 1.4. Manfaat Penelitian
- 1.5. Struktur penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1. Landasan Teori
- 2.2. Penelitian Terdahulu
- 2.3. Kerangka Berpikir (teori yg digunakan dan alur/peta penelitian)

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- 3.1. Pendekatan Penelitian
- 3.2. Objek Penelitian
- 3.3. Subjek Penelitian
- 3.4. Jenis dan Sumber Data
- 3.5. Teknik Pengumpulan Data
- 3.6. Teknik Analisis Data
- 3.7. Triangulasi

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- 4.1. Hasil
- 4.2. Pembahasan
- 4.3 Data Jumlah Kunjungan

BAB V PENUTUP

- 5.1. Kesimpulan
- 5.2. Saran

