

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia menjadi negara kaya akan sumber daya alam. Di berbagai daerah memanfaatkannya untuk sektor pariwisata. Pariwisata menjadi salah satu sektor penting dalam pertumbuhan ekonomi baik daerah ataupun negara. Seiring perkembangan zaman pariwisata didesak untuk lebih aktif dan kreatif. Pengembangan suatu lokasi untuk destinasi wisata perlu diolah secara profesional dan mempunyai konsep yang jelas. Setelah Indonesia diterjang *COVID-19* pada tahun 2021 dan pemerintah membuat kebijakan membatasi wisatawan luar negeri untuk masuk Indonesia khususnya ke pulau Bali dan Kepulauan Riau. Seluruh sektor industri terkena imbas tak terkecuali industri pariwisata. Dilansir dari *website* resmi imigrasi, 12 Januari 2022 akhirnya pemerintah RI mencabut pembatasan masuk wisatawan asing ke Indonesia. Berdasarkan kebangsaannya, terdapat 5 negara yang banyak berkunjung ke Indonesia, bulan April 2022 yakni Australia 14,01%, Singapura 11,42%, Malaysia 7,84%, India 6,05% , dan Inggris 5,48% (bps, 2022). Kabar baik tersebut, disambut dengan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara (Wisman) ke Indonesia.

Berikut data perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara (Wisman) di Indonesia Tahun 2020-2022, datanya sebagai berikut:



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara

Sumber : Bps, 2022

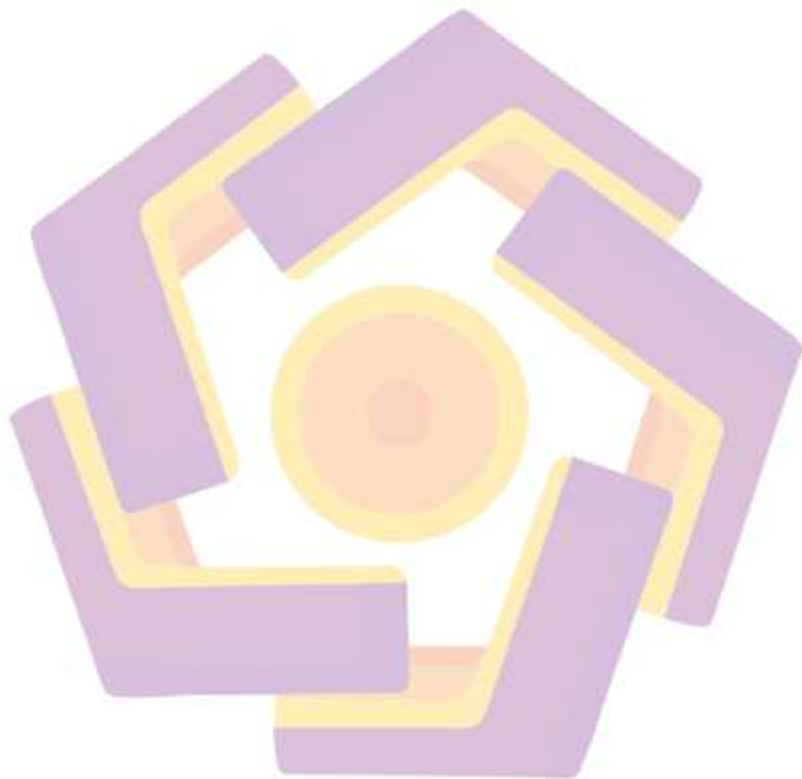
Data diatas menunjukkan peningkatan kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun. Terlihat pada tahun 2021 saat virus *COVID-19* melanda, jumlah kunjungan 41.201 jiwa dan mengalami kenaikan pada tahun 2022 sejumlah 185.440 jiwa. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara akan mendorong pemulihan sektor ekonomi daerah dan pemulihan sektor ekonomi nasional.

Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi menjadi salah satu tujuan wisata unggul di Indonesia. Keberagaman cagar budaya, budaya fisik dan budaya nonfisik seperti norma serta perilaku warga Yogyakarta. Kekayaan alam yang beraneka ragam juga dimiliki oleh kota dengan julukan kota budaya ini. Keanekaragaman inilah yang menjadi pembeda dari daerah lain di Indonesia. Dilansir dari Bappeda DIY, jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2019 sebanyak 6.549.381 yang terdiri dari 6.116.354 wisatawan nusantara dan 433.027 wisatawan mancanegara. Namun, tahun 2020 kunjungan wisatawan terjadi penurunan dibandingkan tahun 2019, yaitu 1.848.548 terdiri dari wisatawan nusantara 1.778.580 serta 69.968 terdiri dari wisatawan mancanegara. Dewasa ini, pemerintah mulai

memperhatikan dan mengerjakan serius desa wisata yang berpotensi untuk menjadi pilihan alternatif tujuan wisata serta membangun perekonomian lokal. Salah satu desa wisata di DIY, desa wisata Nglanggeran meraih penghargaan Best Tourism Village 2021 dari Organisasi Pariwisata Dunia di bawah Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO). Desa yang berada di Kalurahan Nglanggeran, Kapanewon Patuk, Kabupaten Gunungkidul ini berhasil mengalahkan desa-desa terkenal dari berbagai negara di dunia (CNN Indonesia, 2021). Penghargaan tersebut tentu memberikan efek positif, salah satunya dengan meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara (wisman) bagi industri pariwisata di Indonesia, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Perkembangan desa menjadi destinasi wisata merupakan suatu pilihan baru dalam perkembangan pariwisata saat ini. Desa wisata menawarkan keindahan alam desa, masyarakat lokal yang mempunyai budaya dan keunikan tersendiri. Desa Brayut merupakan salah satu desa di Sleman yang ditetapkan sebagai desa wisata karena keunikannya. Desa wisata Brayut berjarak kurang lebih 30 km dari pusat kota Yogyakarta, terletak di kelurahan Pandowoharjo, kecamatan Sleman, kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa wisata Brayut menawarkan kebudayaan Jawa, pertanian, bangunan rumah joglo yang berusia puluhan tahun, wisata alam dan pendidikan yang jarang ditemui ditempat lain. Dalam kegiatan pertanian di Brayut, wisatawan akan belajar membajak sawah menggunakan sapi dan menanam padi secara tradisional di sawah yang sudah disediakan. Serta wisata budaya Jawa, wisatawan akan diajak untuk bermain alat musik gamelan, membatik, menganyam janur, membuat pernak-pernik dan menyaksikan kesenian tari tradisional yaitu jathilan atau kuda lumping. Desa wisata yang dirintis sejak tahun 1991 ini, menyiapkan berbagai fasilitas homestay dengan nuansa Jawa bisa juga wisatawan menginap di

rumah-rumah warga Brayut yang sudah ditentukan, tempat beribadah, tempat kesenian, toko oleh-oleh atau cinderamata.



Desa ini juga pernah menjadi markas para pejuang dan saksi sejarah pertempuran melawan pasukan Belanda pada masa lampau. Pemerintah Kabupaten Sleman juga membangun monument tetenger Brayut yang berada disamping pintu masuk utama desa wisata Brayut untuk mengenang pertempuran tersebut. Kekayaan dan keunikan tersebut, desa wisata Brayut berhasil menarik banyak pengunjung baik dalam negeri ataupun luar negeri.

Desa wisata Brayut dikelola suatu lembaga pariwisata di desa tersebut yang dinamakan kelompok sadar wisata atau disingkat menjadi POKDARWIS. Upaya POKDARWIS salah satunya dengan memasarkan desa wisata Brayut sehingga meningkatkan jumlah pengunjung dan mendapatkan salah satu penghargaan yang pernah diraih oleh desa wisata Brayut yaitu juara II kategori desa wisata mandiri pada tahun 2018 (RRI.co.id, 2022).

Banyak pilihan tempat wisata di era modern saat ini, dari wisata buatan maupun wisata alam. Wisatawan tentu akan mencari tempat wisata yang unik dan nyaman. Penggarap tempat wisata tentu akan melakukan sesuatu agar tempat wisatanya dapat menarik banyak pengunjung, salah satunya dengan menerapkan strategi komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran tentu mempunyai peran vital memasarkan dan membuat strategi yang tepat agar mencapai tujuan pengelola. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran, berupa penyebaran informasi untuk memengaruhi atau membujuk calon konsumen dan atau konsumen, agar menerima, membeli, serta bersikap loyal terhadap produk perusahaan yang ditawarkan (Melati, 2020).

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti di Brayut Pandowoharjo Sleman tentang implementasi bauran komunikasi pemasaran desa wisata Brayut Sleman dalam meningkatkan kunjungan wisata. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Metode penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan (Sukmadinata, 2017).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut.

1. Bagaimana implementasi bauran komunikasi pemasaran desa wisata Brayut Sleman dalam meningkatkan kunjungan wisata?
2. Media apa saja yang digunakan desa wisata Brayut dalam meningkatkan kunjungan wisata?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan diatas tujuan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui implementasi bauran komunikasi pemasaran desa wisata Brayut Sleman dalam meningkatkan kunjungan wisata.
2. Media apa saja yang digunakan desa wisata Brayut dalam meningkatkan kunjungan wisata.

1.3. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ide, pikiran dan masukan diantaranya :

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan informasi bagi mahasiswa, masyarakat serta peneliti maupun pihak terkait.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi masyarakat desa wisata Brayut dalam implementasi bauran komunikasi pemasaran sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisata.

1.4. Sistematika Bab

Adapun sistematika bab dalam penelitian ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN, dalam bab ini menjelaskan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, pada bab ini menjelaskan Landasan Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran,, Hipotesis Pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, pada bab ini dijelaskan beberapauraian teoritis, jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi, narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi penelitian, dan waktu penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, dalam bab ini memuat hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan.

BAB V PENUTUP, dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran dari penelitian yang sudah dilakukan di lapangan.