

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Munculnya Virus Corona (Covid-19) mengguncang semua orang di dunia pada awal tahun 2020. Pada Januari 2020, organisasi kesehatan dunia (WHO) menetapkan virus ini sebagai pandemi global yang terjadi seluruh dunia. 11 Maret 2020 tercatat sebagai tanggal masuknya virus ini di Indonesia. Virus ini tidak dapat diabaikan begitu saja karena dianggap sangat berbahaya. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk mencegah penyebaran Covid-19. Penerapan *physical distancing*, PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) di seluruh wilayah berdampak signifikan terhadap sektor masyarakat. Hal ini berpengaruh pada operasional perusahaan dan berbagai pelaku usaha yang terpaksa dihentikan.

Pandemi Covid-19 telah mempengaruhi aktivitas ekonomi dan bisnis masyarakat. Perusahaan dan pelaku usaha harus beradaptasi dengan kebijakan baru dari pemerintah. Banyak dari mereka harus memotong jam kerja karyawannya. Kondisi di masa pandemi ini perlu disesuaikan agar inovasi dan strategi digunakan untuk menjaga eksistensi perusahaan. Menurut hasil survey dampak Covid – 19 terhadap pelaku usaha oleh Badan Pusat Statistik 2020, tiga bisnis yang sangat terdampak adalah penyedia akomodasi, makan dan minuman, penyedia jasa lainnya, transportasi dan industri pergudangan. Ketiga sektor di atas dicakup oleh pariwisata.

Indonesia merupakan negara dengan berbagai macam daya tarik wisata. Di Indonesia, hampir setiap pulau, provinsi, kota memiliki destinasi wisata yang menarik. Salah satunya adalah Kabupaten Magelang yang memiliki banyak destinasi wisata di kabupaten ini. Ada berbagai wisata mulai dari wisata alam hingga wisata sejarah. Di kabupaten ini juga terdapat cagar budaya nasional yaitu Candi Borobudur. Salah satu faktor berkembangnya pariwisata khususnya di wilayah Kabupaten Magelang adalah adanya destinasi wisata Candi Borobudur. Selain itu, perkembangan pariwisata di Kabupaten Magelang didukung oleh posisinya yang strategis sehingga memiliki potensi daya tarik wisata yang tinggi.

Banyak hal yang menjadi faktor berkembangnya suatu pariwisata. Masih banyak hal lain yang tidak kalah pentingnya, seperti strategi pemasaran agar mudah menjangkau masyarakat dan para wisatawan. Secara umum sektor pariwisata di masing-masing pemerintah daerah akan dikelola oleh sub bidang pemerintahan. Sama halnya dengan Kabupaten Magelang, Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disparpora) mengelola semua destinasi wisata secara resmi. Keberhasilan dan perkembangan pariwisata di Kabupaten Magelang tidak lepas dari peran Disparpora dalam mewujudkan dan memasarkan objek wisata yang layak.

Sektor pariwisata tidak hanya terfokus pada destinasi wisatanya saja. Tetapi berkolerasi dengan hal lain, diantaranya seperti transportasi, akomodasi makanan, penginapan dan penyedia cinderamata khas daerah. Hal tersebut tentunya akan memberi peluang besar bagi masyarakat sekitar

destinasi wisata untuk mengembangkan usaha. Masyarakat di Kabupaten Magelang khususnya di sekitar destinasi wisata sangat diuntungkan dengan keberadaan wisata itu sendiri. Salah satu contohnya adalah kawasan wisata Candi Borobudur, sebagian besar masyarakat lokal bergantung pada kunjungan wisatawan Candi Borobudur. Pendapatan mereka bersumber dari berbagai jenis usaha yang berkaitan dengan wisata. Mulai dari penginapan, kuliner, lahan parkir, pengrajin cinderamata, *tour guide*, penyewaan mobil VW antik, dan lain sebagainya.

Dikutip dari Tribun Jogja News, banyak wisata di desa – desa sekitar Candi Borobudur yang mati, banyak diantaranya yang kehilangan pekerjaan akibat keadaan pandemi ini (Nanda Sagita Ginting, 2021). Bergantungnya sebagian besar masyarakat sekitar destinasi wisata pada kehidupan pariwisata tentunya menimbulkan keresahan. Mereka terpaksa menutup sementara objek wisata sesuai kebijakan pemerintah yang mengharuskan pelaku wisata turut andil dalam penuntasan penyebaran Covid – 19. Pengelola – pengelola wisata berharap pemerintah memberi solusi agar pariwisata tetap tumbuh dan hidup. Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga (Disparpora) sebagai pihak yang mempunyai tugas untuk mengelola pariwisata dan berupaya penuh untuk penyelesaian masalah ini.

Keadaan pandemi Covid – 19 ini tampak sulit untuk meningkatnya kunjungan wisatawan secara cepat, karena aturan pemberlakuan *physical distancing*, PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang sewaktu-waktu dapat

berubah mengikuti perkembangan kasus pandemi Covid – 19. Upaya pertama yang dapat dilakukan Disparpora (Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga) ialah dengan adaptasi kebiasaan baru (*Era New Normal*) seperti anjuran pemerintah. Upaya tersebut diharapkan mampu mempertahankan eksistensi pariwisata yang selanjutnya juga dapat meningkatkan wisatawan di kemudian hari. Bentuk mempertahankan eksistensi pariwisata lainnya adalah dengan masyarakat atau calon wisatawan tetap mengetahui informasi seputar objek – objek wisata melalui akun sosial media Disparpora atau wisata Magelang. Pemberitahuan mengenai perkembangan terbaru atau hal – hal yang menarik dari objek wisata itu sendiri, diharapkan mampu membuat wisatawan akan bergegas berkunjung setelah masa pandemi Covid – 19 membaik.

Pandemi Covid – 19 menjadi faktor utama penurunan drastis jumlah kunjungan wisatawan dan berdampak bagi pelaku wisata. Berikut grafik data kunjungan wisatawan per tahun di Kabupaten Magelang periode 2019 dan 2020.



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Wisatawan tahun 2019 - 2020
Sumber : Pusat Informasi dan Komunikasi (Pusaka) Magelang Gemilang

Hal tersebut yang mendasari penulis untuk mengangkat judul **“Komunikasi Pemasaran Pariwisata (Studi kasus Upaya Disparpora Kabupaten Magelang dalam Mempertahankan Eksistensi Pariwisata di masa Pandemi Covid-19)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana upaya komunikasi pemasaran Disparpora Kabupaten Magelang dalam mempertahankan eksistensi pariwisata di masa pandemi Covid-19 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian sebagai berikut :

Untuk memahami dan mendeskripsikan upaya komunikasi pemasaran Disparpora Kabupaten Magelang dalam mempertahankan eksistensi pariwisata di masa pandemi Covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif bagi para pelaku wisata dan rekan usaha lainnya yang bergerak pada bidang yang sama. Sehingga dapat berinovasi dan bangkit kembali di tengah masa pandemi.

2. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan manfaat bagi mahasiswa ilmu komunikasi lainnya mengenai komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Disparpora Kabupaten Magelang dalam menghadapi masa pandemi Covid-19.

1.5 Sistematika BAB

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan mengenai latar belakang masalah yang diambil, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika bab.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan mengenai landasan teori yang diambil peneliti, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan mengenai jenis penelitian dan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil analisis dan bukti – bukti yang ditemukan dari permasalahan yang diangkat.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dan saran dari peneliti.