

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Komunikasi telah berkembang begitu pesat sebagai suatu disiplin ilmu, kajian-kajian komunikasi tumbuh dan berkembang memperkaya khazanah disiplin ilmu komunikasi. Komunikasi pariwisata merupakan suatu bentuk proses pengiriman pesan atau makna dari pengirim kepada penerima yang terjadi saat melakukan kegiatan perjalanan dengan tujuan rekreasi. Menurut Damayani dan Muktaf dalam Suminar, dkk (2018:429), komunikasi pariwisata adalah suatu studi komunikasi yang mengkaji secara khusus tentang pariwisata yang mana terdapat banyak elemen yang dikaji di dalamnya. Komunikasi memiliki peran penting dan kedudukan penting, di mana komunikasi berperan untuk mengkomunikasikan komponen serta elemen pariwisata yang ada, terlebih lagi komunikasi pariwisata merupakan bidang kajian yang terus berkembang sesuai dengan dinamika kepariwisataan, terkhusus pada perkembangan kepariwisataan di Indonesia. Indonesia sebagai negara kepulauan dengan banyaknya daerah dan pulau-pulau, tentunya memiliki beragam destinasi wisata dengan ciri khas serta keunikannya tersendiri. Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri, yang selama ini jarang diketahui khalayak luas yaitu Provinsi Kepulauan Riau

Provinsi Kepulauan Riau menempati peringkat ketiga sebagai Provinsi dengan Besar Kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia, terhitung sejak

beberapa tahun belakang hingga saat ini. Hal ini diperoleh melalui data terbaru pada tahun 2022 oleh BPS Indonesia, BPS Provinsi Kepulauan Riau dan Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau (BPS Indonesia, 2022). Tahun 2020 merupakan salah satu pencapaian tertinggi dari Provinsi Kepulauan Riau sebagai Provinsi dengan minat pengunjung atau kunjungan terbanyak oleh wisman pada saat itu dengan jumlah 411,248 (BPS Kepri, 2020). Memiliki selisih sedikit dengan posisi Provinsi DKI Jakarta di peringkat kedua dan Bali pada peringkat pertama. Provinsi Kepulauan Riau yang belakangan ini selalu masuk ke dalam tiga besar kunjungan Wisman ke Indonesia, menjadikan Kepulauan Riau sebagai tujuan utama wisata Indonesia bergantian dengan DKI Jakarta menduduki peringkat dua ataupun tiga.

Pada periode Januari – November 2020, Kepulauan Riau bahkan menduduki peringkat kedua dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara terbanyak ke Indonesia (Kemendparekraf, 2020). Sedangkan pada 2019 silam, selama periode Januari – Oktober Kepulauan Riau telah menyumbang 17,24% persen dengan jumlah kunjungan 2.348.535 kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia (Zufrizal, 2019). Dengan beberapa data di atas dan berdasarkan hasil pengamatan peneliti, maka bisa dikatakan bahwa Provinsi Kepulauan Riau merupakan salah satu pintu masuk atau gerbang utama wisatawan mancanegara ke Indonesia.

Dibentuk melalui Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2002, Provinsi Kepulauan Riau merupakan Provinsi ke-32 di Indonesia (Pemerintah Republik Indonesia, 2002). Kepulauan Riau merupakan daerah maritim yang didominasi oleh

lautan. Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Kepulauan Riau Nomor 1 Tahun 2017 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Kepulauan Riau Tahun 2017-2037, Provinsi Kepulauan Riau memiliki luas wilayah sebesar 425.214,67 km<sup>2</sup> yang terdiri atas daratan seluas 9.982,88 km<sup>2</sup> dan lautan seluas 415.231,79 km<sup>2</sup>. Secara administratif, Provinsi Kepulauan Riau memiliki dua kota yaitu Kota Tanjungpinang sebagai Ibu kota Provinsi dan Kota Batam, serta memiliki lima kabupaten yaitu Kabupaten Bintan, Kabupaten Karimun, Kabupaten Natuna, Kabupaten Lingga dan Kabupaten Kepulauan Anambas (Pemerintah Provinsi Kepulauan Riau, 2017).

Letak geografis Provinsi Kepulauan Riau sangat strategis karena berada di antara Laut Cina Selatan dan Selat Malaka. Kepulauan Riau (Kepri) memiliki potensi yang luar biasa sebagai daerah kepulauan yang didominasi oleh 96% perairan dan 4% daratan, hal ini memungkinkan Kepri untuk menjadi destinasi wisata bahari unggulan. Lokasi Kepri berhadapan dan berbatasan langsung dengan negara tetangga seperti Singapura, Malaysia, Brunei, Vietnam dan Kamboja. Selain itu, Kepri juga menjadi konektivitas antara satu daerah dengan daerah lainnya.

Destinasi wisata yang ada di Provinsi Kepulauan Riau terdiri dari objek wisata alam, budaya dan sejarah. Dari hasil pengamatan peneliti, beberapa objek wisata unggulannya yaitu Kawasan Wisata Lagoi yang merupakan salah satu objek wisata terkenal hingga mancanegara karena letaknya sejajar dengan Selat Malaka membuat ramai pengunjung yang datang melalui pintu masuk Singapura. Kawasan Wisata Lagoi memiliki banyak objek wisata mulai dari wisata bahari, wahana buatan dan

*resort* di dalamnya. Beberapa objek wisata unggulan yang terdapat di dalamnya seperti *Treasure Bay* yang merupakan kolam renang terbesar se-Asia tenggara, beberapa lapangan golf dengan kualitas terbaik dan berstandar internasional, serta beberapa *resort* dengan keunikannya masing-masing.

Objek wisata unggulan lainnya juga terdapat pada Kawasan Wisata Nongsa, *Barelang Bridge* Batam, Pulau Bawah Anambas, *Palm Spring Golf* Batam yang merupakan lapangan Golf berskala Internasional dan beberapa objek wisata pusat perbelanjaan yang juga terletak di Kota Batam. Beberapa objek wisata religi dan sejarah seperti Masjid Sultan Riau yang berada di Pulau Penyengat, merupakan Masjid Agung yang menurut rumor sebagian besar terbuat dari kuning telur; Masjid Jabal Arafah Batam, yang dikembangkan menjadi *Smart Masjid* dengan manajemen modern selama 8 tahun; Vihara Avalokitesvara yang merupakan Vihara terbesar di Asia Tenggara; Vihara Ksitigarbha Bodhisattva atau yang biasa dikenal dengan Patung Seribu, merupakan pekarangan kuil yang memiliki hingga 500 lebih patung lohnan individu. Destinasi wisata Kepri memiliki objek wisatanya masing-masing yang tentunya memiliki keunikan-keunikannya tersendiri.

Kepri juga terkenal dengan beberapa *event* pariwisatanya yang dapat menarik wisatawan domestik (wisdom) hingga wisatawan mancanegara (wisman). Beberapa di antaranya seperti *Tour de Bintan*, Kepri Barongsai Festival, *Bintan Triathlon*, *Traditional Dragon Boat Race*, *Bintan Marathon*, *Iron Man Bintan*, Festival Bahari Kepri, Batam Batik *Fashion Week*, serta Kenduri Seni Melayu. Semua *event-event*

tersebut bertaraf nasional hingga internasional, serta pelaksanaanya telah terdaftar pada *Calender of Events* yang telah dibuat oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dan bekerjasama dengan Kemenparekraf serta beberapa *stakeholder* terkait.

Pada tahun 2018 dan 2019, sebelum pandemi Covid-19 masuk ke Indonesia, angka kunjungan wisman tergolong tinggi. Menurut data BPS Indonesia, pada 2018 total kunjungan wisman ke Indonesia sebesar 15,8 juta dan pada 2019 sebesar 16,11 juta (BPS Indonesia, 2019). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan BPS Indonesia mencatat, jumlah kunjungan wisman di sepanjang 2020 hanya 4,05 juta kunjungan. Hal ini menurun drastis sebanyak 74,84% dari tahun sebelumnya pada tahun 2019 yang sebesar 16,11 juta kunjungan (Kemenparekraf, 2021). Begitupun dengan Provinsi Kepulauan Riau, sepanjang tahun 2019 jumlah kunjungan wisman sebesar 2,9 juta. Sedangkan, pada tahun 2020 menurun menjadi 411 ribu, menurun drastis sebanyak 80,17% (BPS Kepri, 2019). Hal ini tentunya dikarenakan pandemi Covid-19 membawa dampak yang luar biasa buruk ke berbagai sektor di Indonesia, terkhusus sektor pariwisata.

Sebagai salah satu sektor yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia, sektor pariwisata memiliki beberapa perannya antara lain yaitu Produk Domestik Bruto (PDB), penerimaan devisa dan penyerapan tenaga kerja. Seperti yang dijelaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan bahwa keadaan alam, flora, dan fauna sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan sejarah, seni dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia

merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat, sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Sektor pariwisata mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi, serta dapat menstimulus sektor-sektor produktif lainnya.

Pada Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Bab 1 pasal 1 ayat 3 dijelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Dapat diartikan bahwa pariwisata sebagai suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain, dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat lain (Pemerintah Republik Indonesia, 2009).

Sebagai upaya dalam memajukan pariwisata, setiap daerah memiliki usaha yang terintegrasi dan strategis, terutama dalam mencitrakan suatu destinasi pariwisatanya. Oleh karena itu, setiap daerah memiliki *brand* pariwisatanya masing-masing sebagai identitas dan citra pariwisata suatu daerah tersebut. *Brand* tidak hanya sekedar merek, *tagline* atau logo saja. Namun lebih dari itu *brand* mencakup keseluruhan destinasi dan keseluruhan urusan pariwisata di daerah tersebut, yang di dalamnya terdapat nilai, falsafah, budaya maupun harapan-harapan masyarakat dalam destinasi daerah tersebut (Bungin, 2015: vi).

*Branding* dilakukan sebagai upaya membangun sebuah merek atau *brand*, *Wonderful Riau Islands* merupakan *brand* pariwisata yang dimiliki Provinsi Kepulauan Riau. *Brand* inilah yang digunakan untuk dapat membuat wisatawan ingat akan daerah tersebut. *Wonderful Riau Islands* merupakan *re-branding* dari *brand* sebelumnya yaitu *Wonderful Kepri*, hal ini dikarenakan akronim Kepri sulit untuk dikenal wisatawan, terkhusus wisatawan mancanegara.

Dimulai pada tahun 2017 lalu, adanya *sub-branding* kepada 10 destinasi wisata baru, tercantum dalam Keputusan Menteri Pariwisata RI Nomor KM 38/UM 001/MP/2017 tentang Logo *Branding* 10 (sepuluh) Destinasi Pariwisata Indonesia (Kemenparekraf, 2017). Daerah-daerah tersebut adalah destinasi yang di *re-branding* dengan penggunaan logo dan slogan baru demi menguatkan promosi pariwisata daerah tersebut. Kesepuluh daerah tersebut antara lain Bandung (*Stunning Bandung*), Bali (*Bali The Island of God*), Jakarta (*Enjoy Jakarta*), Kepulauan Riau (*Wonderful Riau Islands*), Joglosemar atau Jogja-Solo-Semarang (*Java Cultural Wonders*), Wakatobi-Bunaken-Raja Ampat (*Coral Wonders*), Medan (*Colorful Medan*), Makassar (*Explore Makassar*), Lombok (*Friendly Lombok*) dan Banyuwangi (*Majestic Banyuwangi*). *Wonderful Riau Islands* tentunya menjadi sesuatu yang spesial bagi Kepulauan Riau karena bisa disejajarkan dengan *Wonderful Indonesia*. Suatu keuntungan bagi Kepulauan Riau yang dikenal dengan wisata baharinya untuk terus mengembangkan dan memajukan sektor pariwisatanya, sehingga bisa diakses

secara menyeluruh dan selalu dikunjungi oleh wisatawan domestik (wisdom) dan wisatawan mancanegara (wisman).

Perkembangan sektor pariwisata pada suatu daerah tentunya tidak terlepas dari peran Dinas Pariwisata Pemerintah daerahnya. Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau merupakan salah satu unsur pelaksanaan Pemerintah Provinsi Kepulauan Riau, yang dibentuk sebagai suatu instansi pemerintah yang memiliki wewenang dan tanggung jawab terhadap pengelolaan wisata daerah provinsi Kepulauan Riau. Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Kepulauan Riau Nomor 7 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Kepulauan Riau (Pemerintah Provinsi Kepulauan Riau, 2016). Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau memiliki tujuan pembangunan kepariwisataan daerah Kepulauan Riau dengan mewujudkan Kepulauan Riau sebagai destinasi wisata yang berdaya saing tinggi di pasar nasional dan internasional secara berkelanjutan serta mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan masyarakat.

Peneliti mengambil *branding* pariwisata Kepri dengan studi kasus pada Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau. Hal ini dikarenakan pariwisata Kepri yang beberapa tahun ke belakang semakin menunjukkan eksistensinya. Eksistensi tersebut juga telah dijelaskan berdasarkan hasil observasi awal, referensi yang telah peneliti jelaskan sebelumnya, serta berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan.



Penelitian ini dapat dikatakan unik dikarenakan dalam beberapa tahun belakang, Kepri selalu menduduki peringkat tiga besar jumlah kunjungan wisman ke Indonesia. Selain itu capaian Kepri lainnya seperti terpilih menjadi 10 provinsi unggulan dan dipilih untuk dilakukannya *re-branding* dengan penggunaan logo dan slogan baru demi menguatkan promosi pariwisata daerahnya, memperkuat citra serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke daerah-daerah destinasi tersebut. Dilakukannya *re-branding* ini juga guna memperkuat *positioning* dari *master-brand* pariwisata Indonesia yaitu “*Wonderful Riau Islands*”.

Kepri juga memiliki potensi pariwisata yang beraneka ragam dan sangat prospektif untuk dikembangkan. Merupakan suatu daerah dengan ragam potensi daya tarik wisatanya, baik wisata alam, wisata buatan, wisata kuliner, serta wisata budaya yang memiliki ciri khas atau keunikan tersendiri. Kepri juga memiliki berbagai macam keunggulan komparatif serta beberapa capaian Kepri dalam bidang kepariwisataan. Selain itu juga, Kepri memiliki berbagai macam destinasi wisata unggulan dan juga *event-event* pariwisata unggulan mulai dari nasional sampai internasional. Sehingga peneliti ingin melihat bagaimana Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dalam melakukan *branding* terhadap *brand* pariwisata Kepri. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui dan meneliti mengenai Analisis *Branding* Pariwisata Kepri dengan Studi Kasus pada Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dalam melakukan Proses *Branding* “*Wonderful Riau Islands*”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka didapatkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana *Branding* Pariwisata Kepri yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dalam melakukan Proses *Branding* ‘*Wonderful Riau Islands*’?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan *brand* pariwisata Kepri yaitu “*Wonderful Riau Islands*”.
2. Menganalisis *branding* pariwisata Kepri yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dalam melakukan proses *branding* “*Wonderful Riau Islands*”.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan juga bahan referensi bagi pengembangan penelitian pada Jurusan Ilmu Komunikasi, terkhusus konsentrasi *Public Relations* pada bidang atau kajian *Strategic Branding*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan seputar *branding* khususnya pada lingkup pemerintahan dalam bidang atau sektor pariwisata. Kegiatan penelitian ini juga merupakan stimulus dan kesempatan bagi peneliti untuk mengeksplorasi lebih jauh materi-materi yang didapatkan pada bangku perkuliahan yang kemudian

diaktualisasikan dalam bentuk karya tulis ilmiah. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat dan dapat memberikan kontribusi dengan temuan-temuan yang diteliti bagi peneliti maupun jurusan, serta berguna dalam khazanah pengetahuan Ilmu Komunikasi khususnya konsentrasi *Public Relations* dalam bidang atau kajian *Strategic Branding*.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan, pertimbangan serta tambahan informasi yang berguna bagi pemerintah khususnya Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau agar lebih maksimal dalam pengelolaan pariwisata serta strategi yang digunakan. Sehingga tidak hanya menguntungkan pemerintah saja tetapi juga bermanfaat dan menguntungkan bagi masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan pengetahuan kepada masyarakat umum atau publik mengenai bagaimana langkah atau strategi *branding* yang diambil pemerintah terkhusus Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau.

