

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata Indonesia merupakan salah satu sektor yang mempengaruhi perekonomian masyarakatnya. Tidak heran jika dewasa ini banyak masyarakat bersikap positif untuk mengembangkan pariwisata daerahnya agar lebih beraneka ragam. Tentunya dengan perkembangan yang semakin pesat maka pembangunan pun akan meningkat. Dengan kata lain, masyarakat dan pemerintah setempat dapat berperan serta memanfaatkan peluang usaha yang masih terbuka di bidang industri pariwisata.

Masing – masing daerah wisata tentunya memiliki daya tarik tersendiri untuk dikunjungi oleh para wisatawan. Masalah daya tarik tujuan wisata memang tergantung kepada selera wisatawan itu sendiri, sehingga pengelola atau masyarakat setempat secara tidak langsung harus berusaha untuk memenuhi kebutuhan selera pengunjung agar kepariwisataan daerahnya dapat diterima dan dinikmati dengan baik oleh wisatawan. Bagi pengelola objek wisata pemahaman mengenai jenis wisata ini akan membantu dalam usaha menarik wisatawan yang sesuai dengan produk wisata yang dihasilkan. Jenis wisata berkembang sejalan dengan perubahan yang terjadi dalam masyarakat (Samsuridjal, 1997: 27).

Kepariwisataan dapat dikatakan berkembang apabila terdapat banyak wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke suatu daerah tujuan pariwisata. Oleh karena itu, perjalanan wisata terjadi karena beberapa hal, yaitu karena adanya waktu libur yang diberikan perusahaan, meningkatnya pendapatan masyarakat sehingga memiliki cukup uang untuk berwisata, perkembangan transportasi yang memberikan pelayanan cepat, mudah, nyaman dan aman. Selain itu, kegiatan pemasaran yang bertujuan memperkenalkan dan mempromosikan pariwisata juga bisa menjadi faktor terjadinya perjalanan wisata (Muljadi, 2009: 26).

Dengan adanya perdagangan baik secara nasional maupun internasional akhirnya mendorong pertumbuhan industri seperti perhotelan, tempat rekreasi dan wisata kuliner tentunya. Inilah yang menjadi kegiatan utama pengembangan wisata daerah. Tidak hanya budaya saja yang dijual tetapi juga *local wisdom* dan kekhasan daerahnya.

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang terletak di bagian barat tengah pulau Sumatera dan ibukotanya adalah Padang. Sumatera Barat memiliki dataran rendah di pantai barat, serta dataran tinggi yang membentang dari barat laut hingga tenggara. Garis pantai provinsi ini seluruhnya bersentuhan dengan Samudera Hindia sepanjang 375 km. (www.indonesia.travel.com : 2012)

Sumatera Barat mempunyai berbagai jenis wisata yang menarik untuk didatangi. Provinsi ini merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kaya

dengan sumber keanekaragaman hayati dan keindahan alam. Wisata yang memiliki daya tarik tinggi seperti Ngarai Sianok dan Jam Gadang di Bukittinggi, Danau Singkarak, Istana Pagaruyung di Tanah Datar, Pantai Bungus dan Pantai Caroline di Padang. (www.indonesia.travel.com : 2012)

Salah satu daerah destinasi yang banyak dikunjungi di Sumatera Barat adalah Kota Bukittinggi. Terkenal dengan Jam Gadang dan keindahan alamnya, Bukittinggi berkembang menjadi salah satu tujuan wisata ranah Minang. Disamping memiliki kekayaan alam, Bukittinggi juga memiliki berbagai corak kebudayaan serta pemandangan yang indah. Beberapa hal ini merupakan modal dasar bagi pengembangan pariwisata yang mempunyai kemungkinan sebagai daerah tujuan wisata domestik maupun internasional.

Kota Bukittinggi terletak di dataran tinggi sebelah utara Padang di bukit Agam. Berbeda dengan Padang yang merupakan pusat roda pemerintahan dan perdagangan modern maka Bukittinggi adalah kota yang tenang dihiasi oleh panorama alam yang indah. Kota Bukittinggi dengan ketinggian 904-941 meter di atas permukaan laut menjadikan udara Bukittinggi terasa sejuk. Lembahnya yang terkenal adalah Ngarai Sianok dengan kedalaman 100 M dan kemiringan antara 800 – 900 derajat adalah salah satu daya tarik utama . (www.bukittinggiwisata.com : 2014)

Tidak hanya Ngarai Sianok, Kota Bukittinggi juga mempunyai beberapa destinasi wisata lainnya. Beberapa diantaranya adalah Jam Gadang, Taman Marga

Satwa dan Budaya Kinantan, Lubang Jepang, Benteng Fort de Kock, Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta dan lain sebagainya. Jam Gadang sekaligus merupakan landmark Kota Bukittinggi yang terletak di pusat kota. Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan adalah kebun binatang tertua di Indonesia yang mulai dibangun pada tahun 1900 oleh Storm van Goven (www.bukittinggikota.go.id : 2014)

Peran pemerintah daerah dalam mengembangkan objek wisata sangat menentukan. Pada tahap awal pemerintah daerah perlu menyediakan prasarana dan sarana yang dibutuhkan. Selain itu pemerintah daerah juga baiknya menawarkan kepada pihak swasta untuk menanamkan modal dalam berbagai proyek pariwisata. Tentunya dukungan masyarakat sekitar Kota Bukittinggi juga turut andil bagi pengembangan wisata kedepannya agar menjadi destinasi utama, terbaik, memuaskan, dan tentunya bercirikan budaya Bukittinggi itu sendiri.

Pemerintah Kota Bukittinggi melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah pihak yang bertanggung jawab untuk kelangsungan kemajuan pariwisata Kota Bukittinggi. Dengan penyusunan Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi dapat mempromosikan pariwisata Kota Bukittinggi dengan jelas dan terarah.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi diharapkan dapat menyusun rencana pengembangan pariwisata daerah sehingga dapat menjadi pedoman pengembangan dan perencanaan pemasaran strategis bagi daerah itu

sebagai daerah tujuan wisata sehingga mampu meningkatkan kunjungan wisatawan dan pada akhirnya mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah. (www.bukittinggikota.go.id : 2014)

Beberapa langkah untuk mempromosikan pariwisata Bukittinggi telah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Memfasilitasi penyelenggaraan Tour de Singkarak, mengadakan pemilihan Duta Wisata, membuat berbagai *booklet* dan *leaflet* sarana promosi pariwisata merupakan beberapa upaya nyata dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi untuk memajukan pariwisata. (www.bukittinggikota.go.id : 2014)

Keberhasilan pengembangan pariwisata daerah terkadang sering dikaitkan dengan jumlah kunjungan wisatawan asing. Meski pemerintah mengutamakan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan asing, maka bukan berarti pengembangan wisatawan domestik diabaikan begitu saja. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bukittinggi akan memberikan pengaruh yang positif terhadap kegiatan kepariwisataan dan kegiatan penunjangnya. Tumbuh kembangnya kegiatan pariwisata tercermin dari jumlah wisatawan yang mengunjungi suatu daerah. Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan ke Bukittinggi dapat dilihat pada :

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Bukittinggi

No	Jenis Wisatawan	2011	2012	2013	2014	2015
1.	M mancanegara	26.629	26.802	32.067	32.501	31.765
2.	Nusantara	332.246	360.193	404.145	400.538	434.935
3.	Jumlah	358.875	386.995	436.212	433.039	466.700

Sumber: www.bukittinggikota.go.id diakses tanggal 8 Juni 2015 pukul 15.20 WIB

Dari tabel di atas diketahui bahwa kunjungan wisatawan mancanegara dan berfluktuasi dari tahun ke tahun. Namun kunjungan wisatawan nusantara cenderung mengalami peningkatan. Peningkatan kunjungan wisatawan beberapa persen saja akan memberikan tambahan pendapatan yang berarti. Meningkatnya pendapatan akan memberi keuntungan lebih untuk daerah itu sendiri maupun pengelola wisata tersebut.

Bukittinggi sebagai kota wisata di Sumatera Barat tentunya tidak bisa menggunakan strategi yang sama untuk mempromosikan pariwisata, sementara kota-kota lainnya juga terus mengembangkan pariwisatanya. Oleh karena itu penelitian ini penting dilakukan karena akan membahas strategi komunikasi pemasaran dibidang pariwisata khususnya Kota Bukittinggi. Strategi komunikasi pemasaran di bidang pariwisata merupakan aspek penelitian yang jarang dilakukan, mengingat biasanya komunikasi pemasaran membahas tentang produk atau barang tertentu. Dengan penelitian ini, akan menyentuh dua aspek sekaligus dan tentu akan memberi manfaat pada dua aspek ini, yaitu komunikasi dan pariwisata.

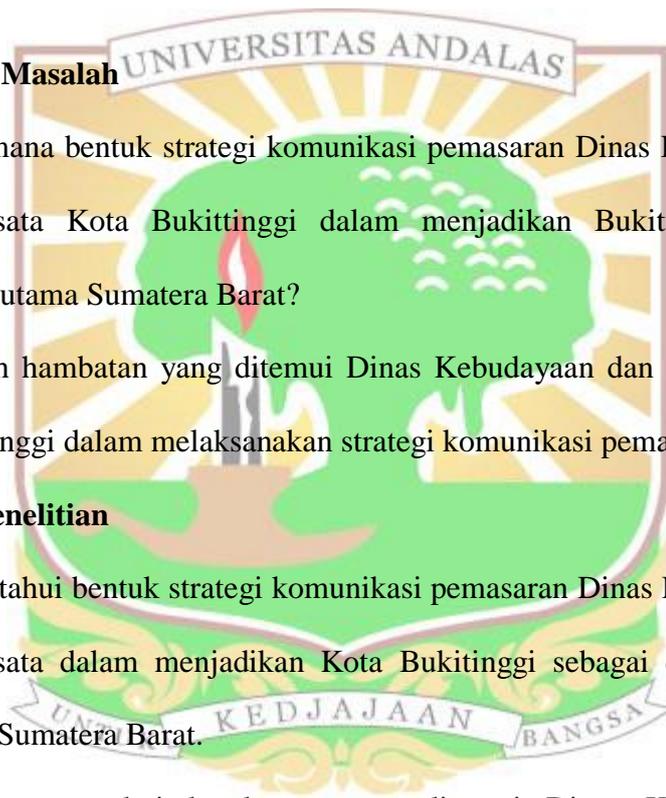
Berdasarkan rumusan tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana bentuk strategi komunikasi pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bukittinggi dalam menjadikan kota tersebut sebagai destinasi utama wisatawan. Adapun judul penelitian ini adalah : **“Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Menjadikan Kota Bukittinggi Destinasi Wisata Utama Sumatera Barat.”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk strategi komunikasi pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi dalam menjadikan Bukittinggi destinasi wisata utama Sumatera Barat?
2. Apakah hambatan yang ditemui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bentuk strategi komunikasi pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam menjadikan Kota Bukittinggi sebagai destinasi wisata utama Sumatera Barat.
2. Untuk mengetahui hambatan yang ditemui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran.



1.4 Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini tentunya dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman yang berkaitan dengan pariwisata dan daya kepariwisataan suatu daerah di Indonesia. Selain itu tentunya menambah khasanah mengenai strategi komunikasi pemasaran pariwisata dan kegiatan pemerintah daerah.
- b. Hasil penelitian mampu menjadi rujukan yang baik bagi yang meneliti mengenai kegiatan dan bentuk strategi komunikasi pemasaran di suatu daerah yang tersebar banyak di Indonesia dan belahan negeri lainnya.

2. Secara Praktis

Peneliti berharap dari penelitian ini nantinya akan bermanfaat bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam merancang strategi komunikasi pemasaran pariwisata. Selain itu tentunya bisa menjadi rujukan yang baik bagi penelitian dibidang yang sama.

