

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Alinia Park and Resort merupakan suatu kawasan objek wisata baru yang berada di Jorong Lawai, Nagari Sitiung, Kecamatan Sitiung, Kabupaten Dharmasraya, Sumatera Barat. Objek wisata ini memiliki potensi yang luar biasa. Hal ini karena *Alinia Park and Resort* mengacu pada konsep wisata seperti di luar negeri, yaitu memadukan dunia peternakan dengan wahana permainan. Sebuah konsep objek wisata baru yang belum banyak diterapkan di Indonesia.

Komplek *Alinia Park and Resort* dengan luas kurang lebih empat hektar ini memiliki sejumlah fasilitas dan wahana yang menarik serta berbeda yang bisa dinikmati oleh semua pengunjung. *Alinia Park and Resort* memadukan konsep pemandangan indah khas perdesaan dengan suasana gemerlap ketika malam hari. *Alinia Park and Resort* juga menawarkan beragam wahana yang bisa dinikmati oleh pengunjung. Wahana yang tersedia di *Alinia Park and Resort* berupa area *glamping*, *resort*, rakit wisata, perahu karet, *flying fox*, wahana motor ATV, *outbond*, *playground*, wahana panahan, *waterpark*, *photobox*, dan juga peternakan ayam serta kuda.

Alinia Park and Resort merupakan wisata terlengkap dan terunik yang ada di Kabupaten Dharmasraya. Selain menjadi tempat rekreasi keluarga dan tempat bermain, *Alinia Park and Resort* juga menjadi tempat edukasi bagi semua kalangan. Berkunjung ke *Alinia Park and Resort* tentunya akan menjadi sebuah pengalaman yang luar biasa, karena pengunjung bisa menikmati berbagai

wahana hanya dengan mengunjungi satu tempat. Hal ini tentunya menjadi efektif dan efisien serta menjadi pilihan wisata yang praktis.

Dilansir dari Instagram @aliniaprakandresort yang merupakan akun resmi *Alinia Park and Resort*, setiap harinya banyak pengunjung yang datang ke *Alinia Park and Resort*. Pengunjung tersebut ada yang datang dengan membawa anggota keluarganya untuk berekreasi, siswa-siswa yang melaksanakan *camping* dan pelatihan, alumni universitas tertentu yang mengadakan reuni, maupun *gathering* yang diadakan oleh berbagai perusahaan. Selain itu, berbagai sekolah mulai dari Taman Kanak-kanak (TK) sampai dengan Perguruan Tinggi banyak mengadakan kegiatan yang bersifat edukasi di *Alinia Park and Resort*. Hal ini menjadi salah satu nilai jual bagi *Alinia Park and Resort*.

Pengunjung yang datang ke *Alinia Park and Resort* tidak hanya dari masyarakat lokal Dharmasraya saja, namun dari berbagai kota dan kabupaten yang ada di Sumatera Barat. Selain itu, daerah tetangga seperti Muaro Bungo, Bangko, Jambi, dan Teluk Kuantan juga menjadi pengunjung *Alinia Park and Resort*. Secara ringkas, pengunjung yang datang ke *Alinia Park and Resort* berasal dari daerah di Sumatera Barat (Sumbar), Jambi, dan Riau (hasil wawancara dengan *General Manager Alinia Park and Resort*). Hal ini juga dibuktikan dengan hadirnya Ketua Asosiasi *Travel Agent* Provinsi Sumbar, Riau, Jambi dalam acara *Grand Opening Alinia Park and Resort* pada Desember 2022 lalu (dokumentasi di Instagram @aliniaparkandresort).

Alinia Park and Resort dahulunya merupakan hutan belantara yang kemudian dibangun kandang ayam dengan sistem *Closed House*. Kandang ayam dengan sistem *Closed House* ini memiliki pengaturan sirkulasi udara, sistem pakan,

sistem air minum yang sudah otomatis dan telah disesuaikan dengan kebutuhan ayam. Kandang ayam tersebut terletak di daerah irigasi sawah masyarakat. Melihat adanya potensi wisata pada kawasan itu, Drs. Marlis, M.M yang merupakan *owner* dari *Alinia Park and Resort* berinisiatif untuk membangun sebuah objek wisata.

Drs. Marlis, M.M merupakan praktisi politik Sumbar yang menjabat sebagai anggota DPRD selama dua periode yaitu dari periode 2009-2014 dan periode 2015-2019. Setelah sepuluh tahun menjadi wakil rakyat, Drs. Marlis, M.M kembali menjadi pengusaha dan melanjutkan *Alinea Group of Company* yang sempat dia rintis sebelum menjadi wakil rakyat. *Alinea Group of Company* memiliki cabang di 28 provinsi di Indonesia. *Alinea Group of Company* merupakan perusahaan distributor berbagai produk seperti pendidikan, alat kesehatan, produk ITE dan peralatan kantor, serta distributor kebutuhan desa dan juga merambah usaha perhotelan bekerjasama dengan OYO. Pada tahun 2021, Drs. Marlis, M.M membangun *Alinia Farm* dan hingga saat ini berkembang pesat menjadi wisata terlengkap di Kabupaten Dharmasraya. Kandang ayam yang menjadi cikal bakal *Alinia Park and Resort* saat ini juga menjadi salah satu bagian dari objek wisata di sana.

Alinia Park and Resort yang berlokasi di Jorong Lawai ini memiliki akses yang sedikit rumit. Pengunjung yang ingin berwisata ke *Alinia Park and Resort* harus melewati sepanjang pinggiran irigasi untuk sampai ke objek wisata. Tantangan yang dihadapi ialah jalannya yang belum di aspal, sehingga ketika hujan akan sedikit beresiko untuk dilewati. Akan tetapi hal tersebut tidak menjadi rintangan bagi pengunjung untuk datang ke *Alinia Park and Resort*, karena ketika

sampai di lokasi pengunjung akan disuguhkan dengan pemandangan khas pedesaan dan berbagai wahana hiburan.

Alinia Park and Resort selalu melakukan inovasi untuk memperbaiki dan juga menambah fasilitas wisatanya. Selain itu, inovasi juga dilakukan untuk mempertahankan wisata tersebut tetap eksis di tengah masyarakat. Hal ini karena laju wisata yang ada di Kabupaten Dharmasraya selalu mengalami fase naik turun. Artinya, hanya eksis untuk beberapa waktu saja dan setelah itu mati ditelan waktu.

Banyak wisata di Kabupaten Dharmasraya yang terbengkalai, baik itu karena manajemennya yang kurang baik maupun karena fasilitas yang kurang memadai.

Wisata yang terbengkalai tersebut misalnya wisata Bukit Burung di Pulau Punjung, Taman Bunga di Gunung Medan, *waterpark* yang ada di Ampang

Kuranji dan Pulau Punjung, Embung Rawang Tinjau Nagari Sitiung, dan sebagainya. Selain itu, wisata yang dikelola oleh pemerintah Dharmasraya juga

terbengkalai tidak terawat, misalnya wisata Candi Padang Roco dan Candi Pulau

Sawah. Akibat dari terbengkalai itulah berbagai objek wisata di Kabupaten Dharmasraya hanya eksis untuk beberapa waktu saja dan setelah itu mati ditelan waktu.

Masyarakat Kabupaten Dharmasraya sebenarnya haus akan wisata, dalam artian butuh tempat wisata yang dekat dan efisien untuk menikmati waktu rehat yang singkat bersama keluarga atau sekedar untuk *refresh* diri (hasil wawancara dengan beberapa masyarakat Dharmasraya). Hal ini dikarenakan pekerjaan masyarakat Kabupaten Dharmasraya yang mayoritas berkebun dan bertani sehingga sulit untuk bepergian jauh. Masyarakat Dharmasraya adalah tipikal masyarakat yang latah, artinya tempat apa yang sedang viral dan baru itulah yang



akan ramai di kunjungi. Selain latak dalam mengunjungi tempat baru, masyarakat Kabupaten Dharmasraya juga latak untuk membuat tempat wisata baru, terutama wahana *waterpark*.

Bukti dari banyaknya *waterpark* yang ada di Dharmasraya yaitu, adanya *waterpark* Ajo Manenggang di Pisang Rebus, *waterpark* di Ampang Kurangi, *waterpark* Pulau Punjung, *waterpark* Blok E, *waterpark* di *Alinia Park and Resort* dan sebagainya. Dari sekian banyaknya *waterpark* yang ada di Dharmasraya, *waterpark* yang ada di *Alinia Park and Resort* berbeda dari yang lainnya. Hal ini karena *Alinia Park and Resort* adalah satu-satunya wisata terlengkap dan terunik yang ada di Kabupaten Dharmasraya yang tidak hanya memiliki wahana *waterpark* namun wahana hiburan lainnya. Tentunya hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi tipikal masyarakat Dharmasraya yang latak.

Permasalahan yang terjadi di lingkup wisata yang ada di Kabupaten Dharmasraya mengharuskan pemilik wisata untuk terus mengembangkan inovasi dan memperluas akses pasarnya. Sebuah objek wisata akan mampu bertahan dan bersaing apabila mampu menerapkan pengelolaan manajemen secara baik. Secara tidak langsung, pemilik wisata dituntut untuk peka dengan kebutuhan target pasarnya yaitu pengunjung. Dalam hal ini, pemilik wisata harus menyediakan fasilitas wisata yang memberikan kepuasan kepada pengunjung, sehingga dalam jangka waktu panjang pengunjung tetap berminat untuk mengunjungi wisata tersebut. Minat pengunjung untuk mengunjungi objek wisata ditentukan oleh keberhasilan pemasaran dari pemilik wisata.

Undang-undang nomor 10 tahun 2009 pasal 3 menjelaskan bahwa wisata memiliki fungsi untuk memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual

setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Melalui undang-undang ini dapat ditarik kesimpulan bahwasannya keberadaan wisata dapat memberikan kebermanfaatan untuk berbagai pihak dan akan mewujudkan kesejahteraan. Keberadaan wisata juga bisa meningkatkan pendapat suatu daerah.

Kabupaten Dharmasraya yang letaknya di ujung Sumatera Barat serta berbatasan langsung dengan Provinsi Jambi dan Riau dikenal sebagai salah satu daerah perkebunan, hal ini karena alamnya banyak didominasi oleh kebun sawit dan karet yang menjadi pusat perekonomian daerah tersebut. Topografi Dharmasraya yang berbukit dan bergelombang menyebabkan daerah tersebut didominasi oleh perkebunan, sehingga sebagian besar mata pencarian masyarakat di daerah itu adalah bertani dan berkebun. Selain itu, letak wilayah Dharmasraya juga strategis karena merupakan jalur lintas tengah Sumatera yang tentunya menjadi peluang bagi Dharmasraya untuk menjadi daerah yang lebih maju serta tumbuh sebagai wilayah perdagangan dan jasa.

Posisi strategis yang di tempati Kabupaten Dharmasraya menyebabkan berbagai pihak berlomba-lomba untuk membuat destinasi wisata, di samping memajukan dan mengembangkan perkebunannya. Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 juga menjelaskan tentang kawasan strategis untuk sebuah wisata, kawasan strategis untuk dibangun sebuah wisata merupakan kawasan yang memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata dan juga mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti memengaruhi pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan. Posisi Kabupaten Dharmasraya yang



menjadi jalur tengah lintas Sumatera dan berbatasan langsung dengan dua provinsi akan memengaruhi berbagai aspek di daerah tersebut apabila dibangun sebuah destinasi wisata.

Destinasi wisata menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 merupakan, kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Kabupaten Dharmasraya mempunyai daya tarik tersendiri untuk dibangun destinasi wisata. Selain karena letaknya yang strategis, daya tarik Dharmasraya terletak pada sejarah dan kebudayaannya.

Sejarah nama Kabupaten Dharmasraya diambil dari nama Ibukota Kerajaan Melayu terbesar zaman dahulu yang tercatat dalam prasasti di Padang Roco (www.dharmasrayakab.go.id). Kerajaan Melayu ini muncul setelah jatuhnya Kerajaan Singasari, dimana daerah kekuasaannya merupakan bekas wilayah kekuasaan Kerajaan Singarai di mulai dari Semenanjung Malaya hingga Sumatera. Kerajaan Melayu ini kemudian menjalin hubungan dengan Kerajaan Singasari yang juga tercatat dalam Prasasti Padang Roco. Nama Dharmasraya juga tercatat dalam catatan sejarah Kerajaan Majapahit yaitu Negarakertagama (www.dharmasrayakab.go.id). Melalui sejarah ini juga penduduk Dharmasraya yang jumlahnya 247.579 jiwa di tahun 2019 (BPS Kabupaten Dharmasraya) merupakan masyarakat yang mayoritas bersuku Minangkabau dan Jawa.

Posisi yang strategis dan keunikan yang dimiliki Kabupaten Dharmasraya dapat dimanfaatkan untuk membuat berbagai destinasi wisata. Dalam membuat dan mengembangkan sebuah wisata dibutuhkan potensi yang mumpuni dalam

mengelolanya. Observasi kepada kebutuhan masyarakat akan wisata sangat dibutuhkan untuk mencapai target pasaran, yaitu pengunjung. Selain itu, strategi pemasaran juga dibutuhkan untuk menarik minat pengunjung agar mengunjungi tempat wisata.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Barat, dari tahun 2019 hingga tahun 2021 jumlah wisatawan yang datang ke Kabupaten Dharmasraya terus meningkat. Pada tahun 2019, sebanyak 9.745 orang wisatawan mengunjungi Dharmasraya, di tahun 2020 sebanyak 11.676 wisatawan, dan di tahun 2021 ada sebanyak 54.908 wisatawan mengunjungi Dharmasraya. Data dari Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kabupaten Dharmasraya dijelaskan bahwasannya sejak libur lebaran Idul Fitri tahun 2022 hingga bulan Mei 2022, tercatat sebanyak 30.905 kunjungan ke objek wisata di Dharmasraya. Rincian objek wisata Dharmasraya yang dikunjungi wisatawan yaitu, kunjungan ke *Alinia Park and Resort* sebanyak 8.154 wisatawan, *waterpark* Ajo Manenggang 5.000 wisatawan, dan Wahana Air Telaga Rindu Sungai Rumbai sebanyak 8.809 wisatawan. Peningkatan wisatawan yang datang ke Dharmasraya dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor pemasaran.

Pemasaran merupakan proses struktur permintaan kepada produk dan jasa yang diantisipasi atau diperluas dan dipuaskan melalui konsepsi, promosi, distribusi, dan pertukaran barang (Tjiptono, 2015). Melalui pengertian ini dapat disimpulkan, bahwasannya untuk menarik minat pengunjung datang ke tempat wisata perlu dilakukannya konsepsi dan promosi yang bagus. Komunikasi pemasaran merupakan sarana penting yang dibutuhkan para pelaku usaha dalam menyampaikan pesan tentang produk maupun merek yang ditawarkan untuk dapat

dikenal oleh khalayak luas. Kegiatan komunikasi pemasaran menjadi hal yang penting terlebih pada kegiatan usaha yang memiliki banyak kompetitor, tentu hal ini akan berdampak pada persaingan dalam menguasai pasar. Selain itu, kegiatan komunikasi pemasaran juga sangat penting dilakukan untuk menarik konsumen. Melalui pendekatan komunikasi pemasaran yang tepat dapat mendorong suatu usaha untuk mencapai tujuan dari penjualan dan menarik konsumen agar mampu bersaing dengan kompetitor.

Penerapan komunikasi pemasaran dibutuhkan dalam setiap kegiatan usaha guna mendorong tercapainya keunggulan dari sebuah kegiatan usaha, seperti peningkatan kunjungan, keunggulan dari kompetitor, menciptakan kesadaran merek, dan sebagainya. Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan teknik komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak dan juga peningkatan pendapatan atas penggunaan produk atau kunjungan ke objek usaha. Komunikasi pemasaran sebagai bentuk komunikasi yang dapat digunakan untuk memperkuat strategi dari pemasaran guna meraih segmentasi yang lebih luas bagi suatu perusahaan. Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Alinia Park and Resort* selain untuk memperkuat strategi juga untuk membuat kesadaran merek di tengah masyarakat, sehingga ketika ditanyakan wisata terlengkap dan terunik di Dharmasraya masyarakat otomatis akan mengingat *Alinia Park and Resort*.

Salah satu komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Alinia Park and Resort* adalah promosi melalui media Instagram. Melalui Instagram @aliniaparkandresort, pihak *Alinia Park and Resort* menginformasikan segala

kegiatan yang berlangsung di sana, termasuk tiket masuk dan juga promo yang sedang berlangsung. Instagram @aliniaparkandresort menyajikan *update* terbaru terkait *Alinia Park and Resort*, hal ini juga dapat dilihat dari *story* yang setiap hari di *update* dalam Instagram tersebut. Selain itu, harga tiket masuk yang ditawarkan oleh pihak *Alinia Park and Resort* juga cukup terjangkau yaitu Rp30.000,00 untuk tiket biasa dan Rp50.000,00 untuk tiket terusan, yang mana masing-masing tiket akan dibebaskan untuk masuk wahana yang telah ditentukan (dari Instagram @aliniaparkandresort).

Alinia Park and Resort selalu melakukan terobosan baru dan tetap berupaya untuk melakukan inovasi demi mempertahankan keeksistensiannya, sehingga sejak 2021 ketika masih menjadi peternakan ayam dengan sistem *Closed House* sampai berkembang pesat seperti saat ini, *Alinia Park and Resort* masih hidup di tengah masyarakat Dharmasraya, bahkan eksis sampai ke Provinsi Jambi dan Riau. Berbagai cara dilakukan oleh *Alinia Park and Resort* demi mempertahankan keeksistensiannya dan menarik minat pengunjung. Penelitian ini menggunakan konsep *Integrated Marketing Communication* dengan cara studi kasus. Hal ini karena belum pernah dilakukan penelitian terkait *Alinia Park and Resort* dan juga adanya isu wisata yang berkembang di Kabupaten Dharmasraya membuat penelitian ini memiliki keunikan tersendiri. Adapun judul pada penelitian ini adalah **Komunikasi Pemasaran untuk Menarik Minat Pengunjung Pariwisata (Studi Kasus pada *Alinia Park and Resort* di Kabupaten Dharmasraya).**



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti merumuskan masalah Bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan Alinia *Farm and Park* untuk menarik minat pengunjung pariwisata?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis komunikasi pemasaran yang dilakukan Alinia *Park and Resort* dalam menarik minat pengunjung.
2. Mengetahui hambatan komunikasi yang dialami Alinia *Park and Resort* dalam melakukan aktivitas komunikasi pemasaran untuk menarik minat pengunjung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah dan meningkatkan pengetahuan pembaca, khususnya dalam studi komunikasi pemasaran. Selain itu, penelitian ini bisa menjadi landasan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian terkait kajian *public relations* maupun komunikasi pemasaran di masa akan datang.
2. Manfaat Praktis, secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan referensi konsep komunikasi pemasaran khususnya bagi Alinia *Park and Resort* untuk terus meningkatkan pemasaran yang dilakukan agar menarik minat pengunjung untuk berkunjung kesana.

