

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Festival Durian merupakan salah satu *event* pariwisata unggulan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten Solok Selatan sebagai bagian dari upaya pengembangan sektor pariwisata daerah. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Solok Selatan melalui promosi potensi lokal yang khas dan bernilai ekonomi tinggi. Salah satu potensi tersebut adalah durian, di mana Kabupaten Solok Selatan dikenal sebagai salah satu daerah penghasil durian berkualitas unggul di Sumatera Barat.

Festival ini awalnya merupakan sebuah kegiatan berskala kecil yang diselenggarakan oleh Nagari Lubuk Gadang Utara pada tahun 2021. Melihat potensi dan antusiasme masyarakat terhadap pelaksanaannya, Pemerintah Kabupaten Solok Selatan kemudian mengembangkan festival ini menjadi agenda resmi berskala kabupaten. Festival ini kemudian menjadi *event* kolaboratif yang dikelola oleh Nagari Lubuk Gadang Utara bersama dengan berbagai Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di Kabupaten Solok Selatan. Hingga tahun 2025 ini, Festival Durian menjadi salah satu *event* pariwisata unggulan yang rutin dilaksanakan setiap tahunnya di Kabupaten Solok Selatan.

Festival ini menjadi sarana promosi komoditas lokal sekaligus memperkuat citra pariwisata Solok Selatan. Seiring dengan era globalisasi dan digitalisasi saat ini, pariwisata menjadi salah satu sektor strategis serta mempunyai kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah

(Adikristanto & Gloria, 2024). Pariwisata merupakan bagian dari kebutuhan tersier yang sangat diminati oleh masyarakat. Pemerintah daerah melalui berbagai inovasi serta kebijakan strategis dituntut untuk mampu mengelola potensi wisata secara optimal.

Pengelolaan Festival Durian melibatkan berbagai Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di Kabupaten Solok Selatan guna mendukung kelancaran dan keberhasilan penyelenggaraan kegiatan. Dalam aspek promosi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan bersama Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Solok Selatan memegang peran penting sebagai pengelola utama. Kedua OPD tersebut berkolaborasi dalam merancang strategi promosi yang mencakup berbagai saluran komunikasi, baik digital maupun konvensional, untuk menarik perhatian masyarakat dan meningkatkan partisipasi publik.

Pada pelaksanaan suatu *event* pariwisata, komunikasi pemasaran memiliki peranan yang besar dalam mengambil perhatian konsumen (Adikristanto & Gloria, 2024). Komunikasi pemasaran yang efektif akan dapat memperkenalkan *event* dengan jangkauan lebih luas dan menciptakan citra yang positif pada *event* yang diselenggarakan. Melalui strategi komunikasi pemasaran yang tepat, *event* akan dapat dijangkau oleh lebih banyak orang dan meningkatkan antusias pengunjung.

Pemasaran pariwisata dapat diartikan sebagai suatu sistem yang terkoordinasi, mencakup perencanaan serta pelaksanaan berbagai kebijakan dan strategi pemasaran oleh perusahaan-perusahaan, kelompok industri, serta industri terkait dengan sektor pariwisata (Mola & Denik, 2020). Tujuan utama dari

pemasaran ini adalah untuk menciptakan daya tarik terhadap destinasi wisata, meningkatkan kunjungan wisatawan, serta memberikan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan.

Salah satu strategi komunikasi pemasaran yang efektif digunakan dalam mempromosikan suatu *event* pariwisata adalah *Integrated Marketing Communication* (IMC) atau disebut juga dengan Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Integrated Marketing Communication* digunakan untuk menyatukan berbagai saluran dan alat komunikasi yang tersedia (Rahayu & Tatak, 2025). Melalui kombinasi berbagai saluran dan alat komunikasi, *integrated marketing communication* dapat membantu mendorong partisipasi dan meningkatkan *awareness* terhadap *event* yang diselenggarakan.

Secara teoritis, *integrated marketing communication* atau komunikasi pemasaran terpadu mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kinerja bisnis, dalam hal ini pariwisata (Widianto, dkk, 2024). Pendekatan komunikasi pemasaran terpadu ini memungkinkan setiap pesan dan strategi promosi yang disampaikan kepada publik menjadi lebih konsisten, terarah, dan saling mendukung satu sama lain. Maka dari itu, komunikasi yang disampaikan tidak hanya mampu menjangkau audiens dalam lingkup yang lebih luas, namun juga mampu menciptakan kesan yang kuat serta melekat dalam benak audiens.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal yang peneliti lakukan, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan serta Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Solok Selatan mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran

terpadu dalam mempromosikan *event* tahunan Festival Durian. Hal ini terlihat dari penggunaan berbagai saluran komunikasi seperti media sosial, publikasi melalui media massa, kerja sama dengan komunitas lokal, serta promosi langsung di lapangan untuk meningkatkan *awareness* dan ketertarikan terhadap *event* tersebut.

Promosi Festival Durian dilakukan dengan mengintegrasikan berbagai elemen komunikasi pemasaran terpadu guna menjangkau khalayak yang lebih luas secara efektif. Strategi promosi mencakup kerja sama dengan media cetak dan media massa lokal untuk memperluas publikasi informasi terkait kegiatan festival. Selain itu, promosi penjualan juga diterapkan, misalnya dengan menyediakan paket-paket menarik yang dapat meningkatkan minat pengunjung. Upaya promosi juga dilakukan melalui media sosial, yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan interaktif, serta melalui promosi dari mulut ke mulut di tengah masyarakat. Kolaborasi dengan *uda uni* sebagai duta wisata juga dilakukan. Tidak hanya itu, penyelenggara juga merancang berbagai aktivitas selama festival yang mampu memberikan pengalaman berkesan bagi pengunjung.

Promosi dalam penyelenggaraan Festival Durian pada dasarnya melibatkan seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Nagari Lubuk Gadang Utara, selaku pencetus sekaligus bagian dari penyelenggara, turut berperan aktif dalam menyebarluaskan informasi mengenai festival kepada masyarakat. Sementara itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan bersama Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Solok Selatan berperan dalam menyiapkan berbagai materi promosi, seperti konten visual, publikasi, dan informasi resmi yang kemudian dapat didistribusikan melalui berbagai saluran komunikasi.

Penggunaan *integrated marketing communication* dalam mempromosikan dan meningkatkan kunjungan pariwisata merupakan suatu strategi yang kerap digunakan oleh berbagai penggerak pariwisata. Salah satunya pada riset yang dilakukan oleh Widiyanto, dkk (2024) dengan judul *Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu Humas Watungkal Edupark Sendangagung Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata*. dalam meningkatkan kunjungan wisata, humas Watungkal Edupark menggunakan strategi *integrated marketing communication*, dengan mengintegrasikan bauran promosi yang terdiri dari *advertising* (periklanan), *sales promotion* (promosi penjualan), *personal selling* (penjualan personal), *direct marketing* (pemasaran langsung), *interactive/ internet marketing* (pemasaran interaktif/internet), *sponsorship marketing* (pemasaran sponsorship), *point-of-purchase communication* (komunikasi di tempat pembelian), *public relations* (hubungan masyarakat), dan *mouth to mouth and events* (mulut ke mulut dan acara).

Penerapan *integrated marketing communication* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan juga dilakukan oleh pengelola Telaga Kusuma Karanganyar (Indarti, dkk, 2025). Telaga Kusuma mengkombinasikan segala elemen dengan mempertimbangkan kekuatan dari setiap elemen. Elemen bauran promosi yang pertama digunakan adalah promosi, melalui paket wisata dan promo-promo yang diberikan. Publikasi melalui hubungan masyarakat juga dilakukan, seperti melalui media massa, pemerintah, investor, serta masyarakat. Metode *word-of-mouth* juga digunakan dalam mempromosikan wisata Telaga Kusuma ini. Selain itu, pengelola Telaga Kusuma juga menjalin kolaborasi bersama dengan komunitas-

komunitas lokal untuk memperluas jaringan *word-of-mouth* dalam mempromosikan pariwisata.

Solok Selatan dikenal sebagai salah satu daerah penghasil durian dengan kualitas yang baik. Inilah alasan digelarnya Festival Durian sebagai salah satu upaya untuk mengangkat potensi lokal tersebut. Pada Festival Durian tahun 2022, Wakil Gubernur Sumatera Barat bahkan menyebut Solok Selatan sebagai “Kampung of Durian” dan menyarankan *event* ini dijadikan sebagai salah satu *event* nasional karena begitu banyaknya durian unggul yang berasal dari daerah ini (Hakim, 2022.) Selain untuk menarik wisatawan, festival ini juga dimaksudkan untuk membantu petani durian menjual hasil panennya dengan harga yang lebih baik. Hal ini ditegaskan langsung oleh Bupati Solok Selatan yang menyebut festival ini sebagai cara untuk memasarkan komoditas durian secara lebih luas.

Durian tidak hanya dikenal sebagai komoditas unggulan di Solok Selatan, tetapi juga memiliki potensi besar sebagai daya tarik agrowisata. Agrowisata merupakan suatu bentuk kegiatan yang dirancang secara terpadu dan terkoordinasi untuk mengembangkan sektor pariwisata sekaligus sektor pertanian dan meningkatkan kesejahteraan para petani (Yusnita, 2019). Potensi agrowisata durian ini semakin diperkuat dengan adanya dukungan dari Pemerintah Provinsi Sumatera Barat melalui dikeluarkannya Surat Keputusan (SK) Gubernur tentang penunjukan Kabupaten Solok Selatan sebagai desa wisata dalam rangka pembinaan desa agrowisata. Melalui dukungan ini, pengelolaan kebun durian tidak hanya berorientasi pada hasil panen, tetapi juga diarahkan untuk menciptakan pengalaman agrowisata yang menarik dan berdampak ekonomi bagi masyarakat sekitar.

Festival ini diselenggarakan dengan berbagai rangkaian kegiatan yang menarik. Tahun 2025 ini merupakan penyelenggaraan festival durian yang kelima kalinya. Festival ini diselenggarakan selama 4 hari, mulai dari tanggal 16 hingga 18 Januari 2025, yang dilaksanakan di Desa Wisata Pulau Mutiara, Nagari Lubuk Gadang Utara.

Tahun 2025 ini, Festival Durian digelar dengan berbagai rangkaian kegiatan yang menarik. Rangkaian kegiatan tersebut antara lain *durian talk*, *maambang durian* (menunggu durian jatuh), makan durian di rumah penduduk, makan durian sepuasnya, *durian walk*, lomba durian unggul, lomba fotografi, hiburan kim, hiburan dari penyanyi ibu kota, serta pemberian *doorprize*. Melalui berbagai aktivitas ini, Festival Durian ini tidak hanya menjadi ajang bagi pengunjung untuk menikmati lezat durian Solok Selatan, namun juga menjadi momen untuk memperkenalkan keunikan alam serta budaya lokal masyarakat Solok Selatan.

Berbagai rangkaian kegiatan dalam festival durian ini merupakan hasil pengembangan dari festival durian tahun-tahun sebelumnya. Tahun 2021 yang merupakan tahun pertama pelaksanaan festival, diisi dengan kegiatan ekspos UMKM, lomba durian unggul dan kegiatan bagi-bagi durian gratis. Kemudian pada tahun 2022 diisi dengan kegiatan lomba durian terbaik, *maambang durian*, *camping ground*, dan arum jeram.

Festival durian yang dilaksanakan pada tahun 2023 juga diisi dengan berbagai rangkaian kegiatan yang menarik, yang bersamaan dengan diadakannya launching Nagari Tageh Suka Sapi Suka Durian. Selanjutnya di tahun 2024

festival ini diisi dengan rangkaian kegiatan makan durian sepuasnya, lomba durian terbaik, pameran UMKM olahan durian, *durian unboxing challenge*, lomba selfie Instagram, *off road*, pameran dan gelar teknologi pertanian, lomba mancing ikan larangan, serta hiburan dari artis ibu kota.

Durian tidak hanya dikenal sebagai buah khas yang memiliki cita rasa unik dan kuat, tetapi juga memiliki nilai daya tarik tersendiri dalam sektor pariwisata. Kegiatan wisata yang berbasis kekayaan lokal seperti festival durian ini dapat menciptakan *experiential tourism*, di mana wisatawan tidak hanya datang untuk melihat, tetapi juga berinteraksi langsung dengan budaya, kuliner, dan masyarakat setempat. Dengan menjadikan durian sebagai daya tarik utama dalam sebuah *event* pariwisata, seperti Festival Durian di Kabupaten Solok Selatan, potensi peningkatan kunjungan wisata dapat dimaksimalkan, terutama melalui promosi yang dikemas secara terpadu dan menarik.

Pelaksanaan *event* pariwisata merupakan salah satu upaya pengelolaan pariwisata yang efektif. Pelaksanaan *event* ini dapat menjadi salah satu alat untuk mempromosikan serta meningkatkan kunjungan wisatawan. Rangkaian *event* ini dirancang sedemikian rupa untuk menumbuhkan rasa ketertarikan, memicu rasa ingin tahu, serta memberikan pengalaman langsung kepada wisatawan, sehingga mereka menjadi tertarik untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut (Kurniawan, dkk. 2024).

*Event* tidak hanya menjadi alat promosi wisata, namun juga bisa menjadi daya tarik utama atau bahkan menjadi destinasi wisata itu sendiri (Kurniawan, dkk. 2024). Banyak wisatawan yang merencanakan perjalanan wisata berdasarkan

jadwal-jadwal *event* yang mereka anggap menarik. Secara tidak langsung, *event-event* yang diselenggarakan ini akan dapat meningkatkan angka kunjungan wisata suatu daerah.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu diterapkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok Selatan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan melalui penyelenggaraan Festival Durian. Penelitian ini mengangkat judul “Implementasi *Integrated Marketing Communication* dalam Mempromosikan Event Festival Durian Kabupaten Solok Selatan 2025.”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Implementasi *Integrated Marketing Communication* dalam Mempromosikan Event Festival Durian Kabupaten Solok Selatan 2025?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, penelitian yang penulis lakukan mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan Implementasi *Integrated Marketing Communication* dalam Mempromosikan Event Festival Durian Kabupaten Solok Selatan 2025.
2. Mendeskripsikan hambatan yang dihadapi wisatawan dalam menghadiri Festival Durian Kabupaten Solok Selatan 2025.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat berguna untuk menambah ilmu pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi para peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik yang sama.

### 1.4.1 Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran penting mengenai Implementasi *Integrated Marketing Communication* dalam Mempromosikan Event Festival Durian Kabupaten Solok Selatan 2025
2. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pedoman bagi penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan implementasi *integrated marketing communication* dalam mempromosikan wisata yang efektif dan efisien.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang aktual mengenai aspek yang diteliti. Selain itu, juga akan memberikan saran yang membangun bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok Selatan dalam mempromosikan pariwisata.

