

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perekonomian di suatu daerah dapat dibantu jika di daerah itu sendiri memiliki potensi dalam bidang pariwisata. Karena suatu sumber pendapatan di daerah tersebut didapat jika daerah tersebut memiliki sumber daya alam salah satunya yaitu daya tarik wisata. Dalam aktivitas wisata diperlukannya penawaran barang dan jasa kepada para wisatawan. Mill dan Moris, 1985 mendefinisikan Pariwisata terdiri atas empat bagian yaitu pasar, perjalanan, tujuan dan pemasaran.<sup>1</sup>

Pendapatan suatu wilayah dapat menjadi sektor penting yang diharapkan oleh masyarakat sekitar apabila daerah tersebut memiliki daya tarik wisata. Dampak yang didapatkan seperti halnya dapat mendorong perekonomian rakyat dan menambah ilmu pengetahuan tentang pemasaran serta pengenalan suatu produk dalam menambah kemakmuran masyarakat. Juga dapat menjaga nilai kebudayaan dan menjaga ekosistem lingkungan sekitar.

Dibidang pariwisata Indonesia mempunyai potensi wisata alam dan keanekaragaman budaya. Terdapat banyak daerah menarik yang wajib dikunjungi oleh para wisatawan. Karena disetiap daerahnya memiliki keberagaman budaya seperti adanya Pagelaran seni/festival, kerajinan tangan, makanan khas dan masih banyak lainnya.

Tempat-tempat yang berpotensi mengundang banyak pengunjung para wisatawan telah dibangun di beberapa kawasan daerah dan didesain sesuai

---

<sup>1</sup>Marpaung Happy, *Pengetahuan Pariwisata*, (Bandung: Alfabeta, 2002), h. 45.

dengan kebutuhan hasrat manusia modern. Kondisi ini bertepatan dengan peningkatan konsumsi komoditas wisatawan dan kemajuan di bidang teknologi. Terutama dibidang transportasi dan informasi yang mendukung perkembangan kepariwisataan. Banyak wilayah didunia mengandalkan kemajuan pembangunan nasional pada sektor pariwisata, termasuk juga Indonesia.

Keinginan wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata semakin bertambah dari tahun ke tahun. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan harus cepat tanggap dalam mengembangkan kawasan wisata di berbagai provinsi di tanah air. Pengembangan kawasan wisata ini sebagai bagian dari upaya membangun komunitas pariwisata yang berbasis pada masyarakat.

Sumatera Selatan adalah salah satu provinsi yang terletak di pulau Sumatera dengan ibukotanya Palembang. Provinsi ini memiliki luas wilayah sekitar 91.592,43 km<sup>2</sup>, Menurut data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan terdapat banyak destinasi wisata yang menarik dikunjungi seperti Sungai Musi, Jembatan Ampera, Pulau Kemaro, Pagar Alam, puluhan Air Terjun, Danau Ranau dan masih banyak pemandangan menarik lainnya.<sup>2</sup>

Danau Ranau adalah destinasi wisata yang ada di Kabupaten Oku Selatan. Danau ini terbentuk akibat letusan gunung seminum yang ada didaerah Kabupaten Oku Selatan. Danau ini ialah danau terbesar kedua di pulau Sumatera. Kelestarian alam dan kebudayaan sangat dijaga keasriaannya oleh masyarakat sekitar danau ranau sehingga menarik para wisatawan untuk berkunjung kedaerah ini.

---

<sup>2</sup>[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Sumatra\\_Selatan](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Sumatra_Selatan), diakses pada 16 Februari2020, pukul 22:20 WIB.

Dalam melestarikan objek wisata Danau Ranau Pemerintahan Kabupaten Oku Selatan melakukan tradisi Festival Danau Ranau atau Pagelaran Seni setiap tahunnya yang sering dilaksanakan setiap pertengahan atau akhir tahun untuk menjaga kelestarian kebudayaan dan adat istiadat masyarakat. Melalui tradisi ini selain menambah minat wisatawan untuk berkunjung juga sebagai kegiatan untuk menggali potensi daerah wisata.

Danau Ranau memiliki peran penting bagi masyarakat daerah Ranau, selain sebagai kawasan wisata Danau Ranau juga sebagai salah satu pendapatan bagi masyarakat asli daerah Ranau. Peranan pariwisata Danau Ranau mampu menstabilkan perekonomian daerah. Wisata Danau Ranau memiliki potensi wisata yang dapat menarik para wisatawan, namun pemasaran yang diterapkan belum memberikan hasil yang maksimal, masih banyak wisatawan yang belum mengetahui keberadaan dari wisata Danau Ranau ini. Hal ini berbanding terbalik dengan usaha yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten OKU Selatan.

Minimnya usaha kegiatan pemasaran wisata Danau Ranau, baik melalui media cetak dan media elektronik yang disebarkan ke daerah-daerah yang penduduknya sering berkunjung ke kawasan wisata di Indonesia merupakan salah satu aktor yang menyebabkan kurangnya pengunjung ke daerah tersebut. Hal ini memerlukan kajian mendalam pada strategi komunikasi pemasaran.

Selama ini pengelolaan wisata Danau Ranau oleh pemerintah daerah Kabupaten OKU Selatan berada di bawah wewenang Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Dinas ini merupakan pihak yang bertanggung jawab terhadap perencanaan, pengembangan, serta peraturan dan mengadakan pembinaan terhadap industri kepariwisataan di daerah secara menyeluruh. Dalam

menjalankan tugasnya Dinas ini memandang perlu adanya rencana strategis yang handal untuk menghadapi perubahan yang terjadi di dunia pariwisata dan pemasaran serta peningkatan pengunjung wisatawan baik domestik maupun wisatawan mancanegara ke wisata Danau Ranau.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan mengenai jumlah pengunjung wisatan Danau ranau, pada tahun 2018-2021 jumlah pengunjung mengalami peningkatan sesuai dengan target peningkatan yang telah diharapkan oleh DISPARBUD Kabupaten Oku Selatan

Tabel 1.1  
Jumlah Pengunjung Danau Ranau

NO	Tahun	Pengunjung
1	2018	26. 288 Pengunjung
2	2019	37. 963 Pengunjung
3	2020	16. 253 Pengunjung
4	2021	18. 321 Pengunjung
Jumlah		98. 825 Pengunjung

Sumber : UPTD Pengelolaan Objek Wisata Danau Ranau 2021

Dari data pengunjung diatas diketahui bahwa objek wisata Danau ranau mengalami peningkatan dari tahun 2018 sampai tahun2019 dan mengalami penurunan di tahun 2020 karena adanya Covid-19, kemudian meningkat lagi di tahun 2021, namun untuk terus meningkatkan jumlah pengunjung wisata Danau Ranau diperlukan strategi komunikasi pemasaran yang baik untuk meningkatkan jumlah dan mencegah penurunan jumlah pengunjung wisata Danau Ranau. Hal demikian yang membuat Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Oku Selatan berusaha keras untuk membangun wisata Danau Ranau yang baik agar

wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara semakin banyak mengunjungi dan mengetahui keberadaan objek wisata Danau Ranau di Kabupaten Oku Selatan.

Sebagai salah satu lokasi wisata yang ada di Kabupaten Oku Selatan penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut strategi yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan dalam meningkatkan jumlah pengunjung Danau Ranau dalam konteks komunikasi pemasaran. Strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung terbilang penting bagi dinas pariwisata dan kebudayaan agar eksistensi peningkatan jumlah pengunjung Danau Ranau tetap terjaga.

Melihat perkembangan Danau Ranau tiga tahun terakhir ini menandakan bahwa terjadi perubahan dalam mempromosikan Danau Ranau dimasyarakat. Hal ini berarti banyak perubahan strategi yang dilakukan oleh dinas pariwisata setempat dalam mempromosikan Danau Ranau. Hal ini biasanya berkaitan dengan strategi promosi yang diterapkan.

Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk mencegah penurunan jumlah pengunjung serta jumlah daya saing produk wisata di pasar. Strategi merupakan daya kreativitas dan daya cipta (inovasi) serta merupakan cara pencapaian tujuan yang sudah ditentukan oleh pimpinan puncak perusahaan sedangkan fokus pada pemasaran oleh manajer pemasaran.

Pada dasarnya pemasaran untuk menyeimbangkan dan menyelaraskan antara kondisi yang dimiliki oleh perusahaan dengan kebutuhan dari konsumen. Kegiatan pemasaran merupakan penentu keberhasilan suatu perusahaan. Dengan adanya kegiatan pemasaran yang tepat dapat menciptakan posisi yang kuat pada perusahaan dalam menghadapi persaingan.

Kegiatan komunikasi pemasaran sangat erat sekali hubungannya dengan promosi. Pada saat melaksanakan kegiatan promosi banyak sekali membutuhkan bentuk-bentuk komunikasi pemasaran yang disesuaikan dengan khalayak yang ada. Komunikasi pemasaran yang baik, terarah dan terencana sangat menentukan berhasilnya suatu kegiatan promosi. Sehingga dapat dikatakan bahwa promosi merupakan bagian dari komunikasi pemasaran yang tujuannya merubah tingkah laku. Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “ **Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Danau Ranau oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan**”

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dalam meningkatkan jumlah pengunjung Danau Ranau?

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan dalam meningkatkan jumlah pengunjung Objek wisata Danau Ranau

## **D. Kegunaan Penelitian**

### 1. Kegunaan Teoritis

Untuk mengembangkan pengetahuan dalam bidang strategi komunikasi pemasaran serta dapat dijadikan sebagai panduan penelitian selanjutnya, khususnya penelitian strategi komunikasi pemasaran.

### 2. Kegunaan Praktis

Diharapkan dapat bermanfaat bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan sebagai tolak ukur akan penyampaian strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung, dan dapat memberikan informasi bagi masyarakat untuk lebih mengetahui pentingnya pariwisata yang ada di Kabupaten Oku Selatan.

### 3. Kegunaan Akademis

Dapat dijadikan sebagai Referensi peneliti selanjutnya bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan semoga penelitian ini menambah karya ilmiah tentang ilmu komunikasi khususnya komunikasi pemasaran dan penjelasan teori IMC (*Integred Marketing Comuncation*).

## **E. Sistematika Penulisan**

Dalam penguraian masalah yang akan dibahas maka peneliti membuat secara sistematis kedalam lima bab yang terdiri kedalam sub-sub pembahasan, adapun sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Dimulai dengan menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

### **BAB II Tinjauan Teori**

Pada Bab ini berisikan tinjauan pustaka dan kerangka teori. Adapun pembahasan yang dibahas pada tinjauan pustaka ialah mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang akan diteliti. Sedangkan kerangka teori merupakan bagian yang menjelaskan dengan detail mengenai teori yang akan digunakan dalam membahas permasalahan penelitian.

### **BAB III Metodologi Penelitian**

Pada Bab ini menjelaskan pendekatan/metode penelitian, data dan jenis data, teknik pengumpulan data, lokasi penelitian, teknik analisis data.

#### **BAB IV Hasil dan Pembahasan**

Pada Bab ini berisikan gambaran umum lokasi penelitian dan pembahasan. Adapun yang dibahas dalam menjelaskan gambaran umum lokasi penelitian ialah menjelaskan secara rinci lokasi dari objek yang akan diteliti. Sedangkan pada pembahasan berisikan data yang sudah didapatkan dan kemudian dianalisis.

#### **BAB V Penutup**

Pada Bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisikan penjelasan singkat terhadap pertanyaan pada perumusan masalah yang telah dijelaskan pada bagian pembahasan, sedangkan saran berisikan rekomendasi-rekomendasi dari pihak yang diteliti ataupun dari masyarakat luas.