

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pariwisata merupakan kegiatan menghibur diri dari kepenatan dalam beraktifitas sehari-hari. Pariwisata bagi sebagian besar kalangan merupakan bagian dari kehidupan manusia yang tidak terpisahkan. Oleh karena itu sektor pariwisata dalam beberapa dekade terakhir menjelma menjadi sebuah industri yang menjanjikan bagi daerah-daerah yang mempunyai potensi obyek-obyek pariwisata, sehingga mau tidak mau juga menuntut pemenuhan akan kebutuhan metode bisnis pariwisata yang lebih menunjang dan bervariasi. Menurut undang-undang No. 10/2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Undang-Undang no.10/2009 tentang kepariwisataan).

Peranan pariwisata dalam pembangunan nasional, disamping sebagai sumber perolehan devisa juga banyak memberikan sumbangan terhadap bidang-bidang lainnya. Diantaranya menciptakan dan memperluas lapangan usaha, meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong pelestarian lingkungan hidup dan budaya bangsa, memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa dan lain sebagainya.

Melalui objek wisata yang dimiliki oleh bangsa Indonesia membuat banyak wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara tertarik untuk datang ke Indonesia mengunjungi objek wisata tersebut. Apalagi dengan adanya informasi yang diberikan oleh Departemen Pariwisata dan Kebudayaan Indonesia yang bekerjasama dengan seluruh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Daerah tersebut merupakan salah satu langkah yang dilakukan pemerintah untuk mengatasi atau mengurangi kasus pengambilan bahkan pencurian kebudayaan dan objek wisata oleh pihak pihak yang tidak bertanggung jawab, karena devisa Negara melalui sektor pariwisata juga berpengaruh terhadap peningkatan perekonomian Indonesia. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan setiap individu.

Alasannya karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme.

Banyak objek wisata yang ada di Indonesia, baik yang sudah terkenal atau yang hanya di ketahui oleh segelintir masyarakat. Sebagian besar dari objek wisata tersebut adalah objek wisata alam, seperti pantai, danau, perbukitan, dan air terjun, selain itu juga ada objek wisata sejarah, wisata budaya, wisata arkeologi, dan juga wisata kuliner yang banyak diminati oleh wisatawan saat ini. Dengan keanekaragaman dan ciri khas yang dimiliki oleh objek-objek tersebut akan menambah daya tarik bagi wisatawan untuk menikmati wisata tersebut.

Dalam perkembangannya setiap objek wisata yang ada di Indonesia itu dilakukan renovasi atau perbaikan sehingga menjadi lebih indah dan menarik. Serta dibangun penginapan atau resort, dan ada juga rest area sebagai sarana untuk para wisatawan untuk beristirahat. Hal itu dilakukan oleh pihak-pihak yang terkait demi kemajuan objek wisata. Selain itu untuk perkembangannya juga di lakukan publikasi guna menginformasi objek wisata Indonesia tersebut kepada khalayak ramai terutama dikabupaten Oku Selatan yang merupakan kabupaten yang memiliki banyak destinasi wisata alam yang perlu diketahui dan bias menjadi destinasi wisata daerah yang diminati oleh pengunjung luar daerah bahkan nasional. Dibawah ini ada beberapa destinasi wisata yang ada di OKU Selatan diantaranya:

### 1.1 Tabel Daya Tarik Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan

No	Kecamatan	Desa	Daya Tarik Wisata
1.	Banding Agung	Tanjung Agung Rantau Nipis	Danau Ranau Curup Laai Ranau Rafting
2.	Buay Pematang Ribu Danau Tengah	Manduriang Padang Ratu Jepara Subik Subik Subik Subik Jepara	Danau Ranau Air Terjun Manduriang Candi Jepara Air Terjun Subik Tuha Kolam Renang Prima Resort Waterboom Danau Ranau Sesebik Hill Varita Pusri Lamban Tuha
3.	Warkuk Ranau Selatan	Kota Batu Kota Batu Bedeng Tiga	Danau Ranau Air Panas Danau Ranau Pulau Marisa Puncak Bersemi
4.	Tiga Dihaji	Sukabumi Sukabumi Sukabumi Sukabumi Sukabumi Sukabumi	Curup Kebayan Curup Cigudong Batu Pemberasan Sumur Kuning Benteng Pauh Situs Tapak Kerbau
5.	Buana Pemaca	Gemiung	Danau Kasmaran
6.	Muara Dua	Pendangan Kel Pasar Muara Dua	Curup Datar/Lungkuk Alun-Alun Muara Dua
7.	Kisam Ilir	Pulau Kemiling	Makam Serunting Sakti

8.	Muara Dua Kisam	Pagar Dewa Pagar Dewa Pagar Dewa Lawang Agung Lawang Agung Lawang Agung	Batu Gajah Batu Malimsindi Bujang Berangai Lesung Batu Kembuhak Bubuw Kawah Dingin Kembuhak Mak Rahayu
9.	Pulau Beringin	Pulau Beringin	Petilasan Serunting Sakti
10.	Sindang Danau	Ulu Danau Ulu Danau Pematang Danau	Kolam Air Panas (Ayi Jehijih) Danau Rakihan Kolam Air Jernih

Akan tetapi, dengan banyaknya potensi obyek wisata yang ada di Kabupaten Oku Selatan, maka banyak pula yang kurang terekspose dan kurang dalam perawatan. Dalam mempromosikan obyek wisata hendaklah terlihat bagus, bersih dan juga terawat agar dapat mengundang wisatawan untuk berwisata ke daerah tersebut.

Dalam hal ini perencanaan komunikasi dalam promosi sangat mendukung dalam rangka pengenalan wisata yang ada di Kabupaten Oku Selatan. Sehingga masyarakat luas dapat mengetahui, mengenal dan mengunjungi obyek-obyek wisata yang ada di Kabupaten Oku Selatan.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis, ditemukan identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu kurangnya pengunjung yang datang ke tempat objek wisata yang ada di Kabupaten Oku Selatan, Objek Wisata di Kabupaten Oku Selatan yang kurang terawat dan kurang diperhatikan baik itu dari masyarakat ataupun dari dinas terkait, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan tidak mempunyai perencanaan khusus dalam mempromosikan objek wisata yang ada di Kabupaten Oku Selatan (Selatan, 2020).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas penulis berminat untuk melihat fenomena tersebut apakah ada upaya lain lagi yang lebih maksimal dalam mempromosikan dan mengekspose objek wisata di Kabupaten Oku Selatan tersebut sehingga penulis membuat penelitian yang berjudul **“Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan dalam Mempromosikan Objek Wisata”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, untuk memperoleh hasil penelitian yang tepat sesuai dengan fokus masalah yang direncanakan, maka penulis membuat rumusan masalah yang merupakan pokok-pokok pikiran secara jelas yaitu :

1. Bagaimana Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Oku Selatan dalam Mempromosikan Objek Wisata di Kabupaten Oku Selatan?

2. Apa Saja Kendala Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Oku Selatan dalam Mempromosikan Objek Wisata di Kabupaten Oku Selatan?

### **C. Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk mengetahui bagaimana Perencanaan Komunikasi Dinas Budaya dan Pariwisata Kabupaten Oku Selatan dalam Mempromosikan Objek Wisata di Kabupaten Oku Selatan.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala-kendala dalam Perencanaan Komunikasi Dinas Budaya dan Pariwisata Kabupaten Oku Selatan dalam Mempromosikan Objek Wisata di Kabupaten Oku Selatan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hal penting dalam sebuah penelitian adalah kebermanfaatannya yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah melakukan penelitian tersebut selesai. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain :

#### **1. Manfaat Akademis**

Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap pengetahuan di bidang promosi, memperluas bahan penelitian komunikasi serta dapat menjadi referensi bagi mahasiswa ilmu komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang.

#### **2. Manfaat teoritis**

- a. Hasil penelitian sebagai bahan untuk menggali tambahan pengetahuan penulis tentang masalah-masalah dan ruang lingkup yang akan dibahas dalam penelitian ini.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan bacaan atau sumbangan pemikiran untuk menambah pengetahuan, wawasan atau bahan pertimbangan dalam menghadapi masalah yang sama.

### **3. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan sebagai bahan mempromosikan Objek Wisata di Kabupaten Oku Selatan.

## E. Tinjauan Pustaka

Bagan 1. Kerangka Berpikir

No	Judul	Penelitian dan tahun penelitian	Teori	Metode penelitian	Hasil	Perbedaan atau persamaan dengan peneliti
1.	Perencanaan Komunikasi Kepala Desa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat untuk Pembangunan Daerah di Desa Kapuak Kecamatan Muruk Rian Kabupaten Tana Tidung	Yunus, 2016	Perencanaan Komunikasi	Kualitatif	Berdasarkan dari hasil observasi yang penulis temui dilapangan dengan tujuan perencanaan tersebut mempunyai kendala yang terjadi didalam ruang lingkup masyarakat 40% masyarakat yang bisa berpartisipasi sedangkan sebagian besar dari masyarakat 60% tidak berpartisipasi dengan perencanaan tersebut.	Perbedaan skripsi ini dengan peneliti terletak pada judul dan focus bahasan serta teori yang di gunakan juga berbeda tetapi memiliki persamaan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat



2.	Perencanaan Komunikasi City Brand (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Perencanaan Komunikasi dalam Pengembangan City Brand Semarang Variety Of Culture oleh Badan Perencanaan Daerah (BAPPEDA) Kota Semarang Tahun 2011-2014).	Rosyd Ibnu Wardana, 2016	Perencanaan Komunikasi	Kualitatif	Dari penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa BAPPEDA Kota Semarang telah melakukan serangkaian upaya pengembangan merek kota sejak tahun 2011. Dimulai dengan pengumpulan data-data dasar yang digunakan dalam perumusan merek kota dengan melibatkan stakeholders kota Semarang, yang dilanjutkan dengan penetapan tujuan, analisis khalayak, perumusan strategi, pemilihan media komunikasi citra kota, perumusan	Perbedaan skripsi ini dengan peneliti terletak pada judul tetapi focus bahasan memiliki kesamaan yaitu ingin mengenalkan objek serta teori yang di gunakan juga berbeda
----	---	--------------------------	------------------------	------------	---	---

					<p>pesan bagi target groups tertentu, perumusan manajemen, dan implementasi program dalam bentuk pengembangan touchpoints citra kota Semarang. Sayangnya, pihak BAPPEDA Kota Semarang belum mengadakan kegiatan evaluasi terkait program komunikasi citra kota melalui pengembangan merek kota “Semarang Variety of Culture”.</p>	
3.	Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Palembang dalam Kampanye Program	Mutia Dewi dan M. Masri Hadiwijaya, 2016	Observasi	Kualitatif	Studi ini menemukan bahwa perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Palembang dalam	Perbedaan skripsi ini dengan peneliti terletak pada judul dan focus bahasan serta teori yang di gunakan juga berbeda tetapi memiliki persamaan

	Palembang EMAS(Elok, Madani, Aman, Sejahtera),			kampanye Palembang EMAS dilakukan melibatkan dua hal pokok, yaitu 1. organisasi yang menggerakkan kegiatan dalam hal ini Pemerintah Kota dengan melakukan analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan dan kegiatan komunikasi. 2. Publik yang menjadi sasaran kegiatan yang terdiri atas respondan evaluasi dari masyarakat	ingin mengenalkan suatu objek
--	--	--	--	---	----------------------------------

4.	Perencanaan Komunikasi dalam Memperkenalkan simbol Desa Wisata Kembang Arum Turi Sleman	Agnes Erinna Wedaringt yas, 2015	Teori Perencanaan Komunikasi	Kualitatif	Perencanaan komunikasi yang digunakan oleh DEWI KEMBAR meliputi kegiatan travel dialog, pengadaan divisi baru humas, sponsor event, media buzzer, pembuatan video profile, pemasaran melalui media instagram, pemeran dagang, dan kegiatan open house. Kegiatan ini tentunya diselaraskan dengan target market yang akan dituju agar efektif dan tepat sasaran.	Perbedaan skripsi ini dengan peneliti terletak pada judul dan focus bahasan serta teori yang digunakan juga berbeda tetapi memiliki persamaan dalam mengenalkan
----	---	----------------------------------	------------------------------	------------	---	---

5.	Model Perencanaan Komunukasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam pemasaran Objek wisata islami di Kota Banda Aceh	Budiman Purba, 2014	Assifi dan French , Middl eton, P-proces s	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model perencanaan komunikasi dalam pemasaran objek wisata islami pada dinas kebudayaan dan pariwisata kota banda aceh memiliki unsur unsur yang terdapat pada model Assifi dan French, Middleton dan P-proses.	Perbedaan skripsi ini dengan peneliti terletak pada judul tetapi focus bahasan memiliki kesamaan pada objek yang di bahas, teori yang di gunakan juga berbeda
----	---	---------------------	--	------------	---	---

## F. Kerangka Teori

Perencanaan komunikasi sangat diperlukan dalam mempromosikan objek wisata terutama wisata di Oku Selatan. Dalam menjalankan promosi wisata banyak sekali kendala yang dihadapinya mengingat kondisi geografis oku selatan terdiri dari gunung dan jurang yang terjang sehingga perlu adanya perencanaan yang lebih terprogram dalam mempromosikan wisata yang ada.

Peneliti menggunakan model Cultip dan Center karena model ini yang cocok digunakan dalam meneliti terutama untuk memahami bagaimana perencanaan komunikasi yang digunakan dalam mempromosikan wisata Oku Selatan.

Ada empat proses pokok menurut Scoot M.Cultip dan Allen H. Center mengenai menyatakan bahwa proses perencanaan komunikasi yaitu menjadi landasan atau acuan untuk melakukan pelaksanaan, yaitu: (Rosady Ruslan M. P., Edisi Revisi 2020)

### 1. Penemuan Fakta (*Fact Finding*)

Langkah pertama ini melibatkan pengkajian dan pemantauan pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku yang terkait dengan tindakan dan kebijakan organisasi. Langkah menentukan “Apa yang sedang terjadi sekarang?”

Pada penelitian ini pada tahap pertama, dinas pariwisata dan kebudayaan harus mampu membaca atau memantau opini, sikap dan perilaku yang terkait dengan objek wisata di Kabupaten Oku Selatan.

### 2. Perencanaan (*Planning*)

Informasi yang terkumpul pada langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan mengeni public, sasaran, tindakan dan strategi komunikasi, taktik, dan tujuan program. Langkah kedua ini menjawab, “Kita telah mempelajari situasi ini berdasarkan apa-apa yang harus diubah, dilakukan, atau dikatakan”.

Pada penelitian ini, Informasi yang terkumpul pada tahap pertama, humas atau pelaksana humas membuat sebuah perencanaan strategi dalam mempromosikan upaya meningkatkan wisatawan.

### 3. Komunikasi (Communication)

Langkah ketiga melibatkan implementasi program dari tindakan dan komunikasi yang telah didesain untuk mencapai tujuan spesifik bagi setiap public untuk mencapai sasaran program. Pertanyaan pada langkah ini, “Siapa yang akan melakukan dan memberitahukan program ini, serta kapan, dimana, dan bagaimana”.

Dalam penelitian ini, setelah merumuskan perencanaan strategi pada langkah kedua, selanjutnya mengimplementasi program dari tindakan komunikasi baik komunikasi langsung maupun komunikasi tidak langsung seperti penggunaan media sebagai tombak dalam mempromosikan objek wisata

### 4. Evaluasi (Evaluation)

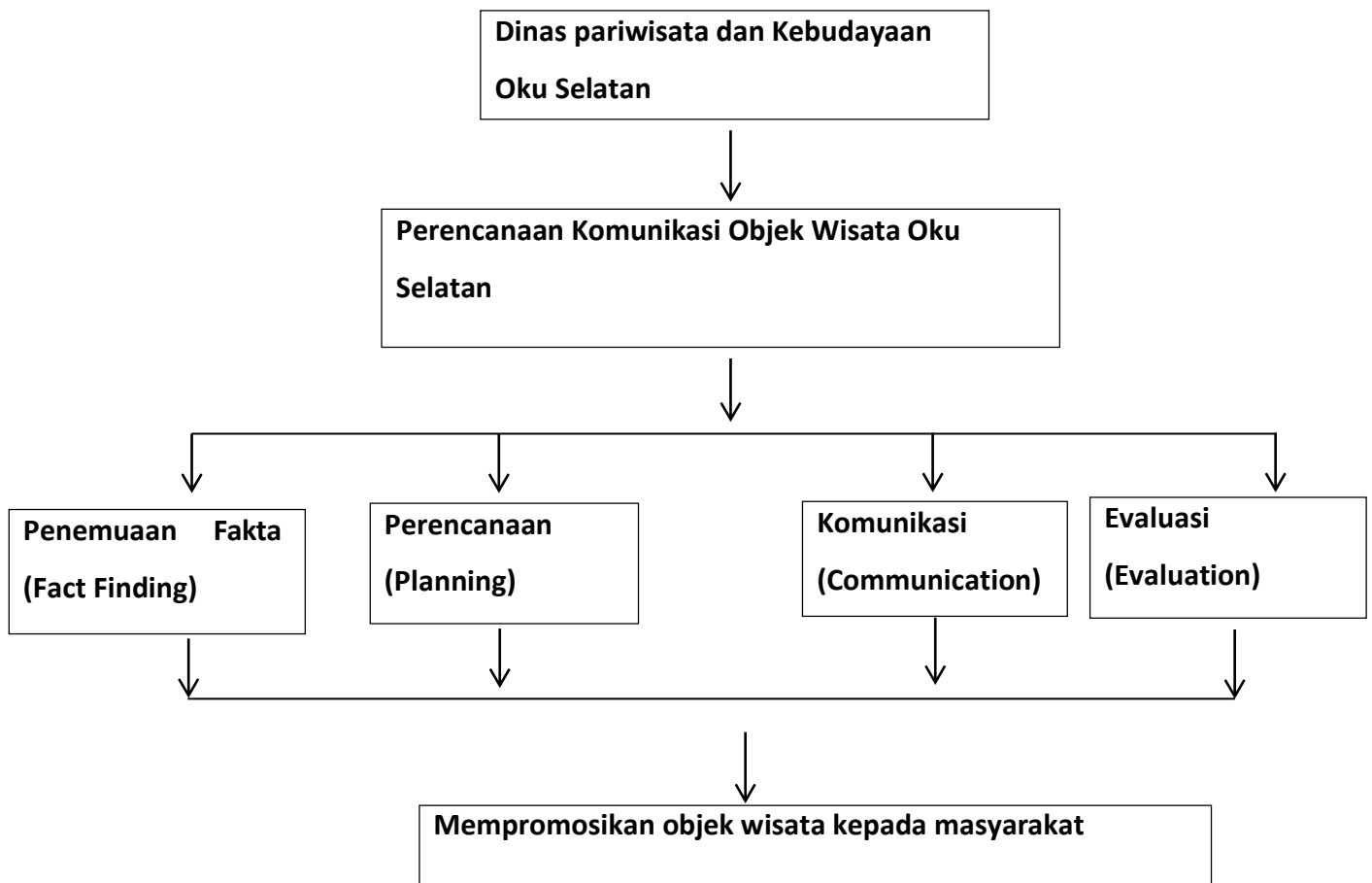
Tahap ini terakhir pada proses ini melibatkan kesiapan penilaian, implementasi, dan hasil dari program terimplementasi berdasarkan umpan balik evaluasi mengenai bagaimana program tersebut berhasil atau tidak.

Dalam penelitian ini, pada tahapan terakhir memasuki proses evaluasi dari apa yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya, yang menentukan apakah program yang dilaksanakan meningkat atau menurun terhadap ketertarikan masyarakat terhadap objek wisata.

Dari uraian diatas, maka secara sederhana kerangka teori dapat dilihat pada gambar dibawah ini yang mewakili penjelasan mengenai penelitian perencanaan komunikasi dinas pariwisata dan budaya kabupaten OKU Selatan dalam mempromosikan objek wisata di Oku Selatan.

**Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan dalam Mempromosikan Objek Wisata di Kabupaten Oku Selatan**

**Bagan 1. kerangka Berpikir**



*Sumber : Pemikiran Peneliti*

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan/Metode Penelitian**

Secara Utuh Metode yang digunakan dalam penelitian deskriptif kualitatif. Sebagai penelitian deskriptif kualitatif, peneliti hanya memaparkan situasi atau peristiwa (Lexy J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, Edisi revisi Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018). Tidak mencari hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.



## 2. Data dan Sumber Data

Untuk mendapat data yang akurat, peneliti menggunakan dua sumber data yang meliputi data primer dan data sekunder sebagai berikut:

### a. Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli atau tidak melalui media, sumber data primer dapat berupa opini subjek atau orang secara individu atau kelompok. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara. Dalam penelitian ini, yang memberikan data primer adalah data dari pihak informen yang akan diteliti di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan

### b. Data Sekunder

Data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen dan hasil dari wawancara informen yang telah dilakukan yaitu data sekunder.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama sebelum seseorang melakukan penelitian, karena tujuan utama dari sebuah penelitian ialah mendapatkan data.

### a. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung kepada sekretaris Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan yang bernama Koni Ramli, S.Pd., MM. untuk memperoleh data primer yang

tujuan adalah agar peneliti menemukan informasi secara terbuka dari informan.

#### b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan kunjungan dan pengamatan secara langsung guna untuk melihat perubahan fenomena sosial yang berkembang. Pengumpulan data dengan cara observasi yang dilakukan peneliti yaitu observasi secara pribadi. Peneliti mengamati promosi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan begitupula dengan calon informan yang menjadi subjek penelitian peneliti.

#### c. Dokumentasi

Yaitu penulis mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip. Dokumentasi ialah metode yang digunakan untuk menelusuri data Historis yang ada dalam bentuk surat, catatan harian, dan laporan ataupun dokumen foto, CD dan hardisk/film (Arikunto Suharsimi, 2016)

### 4. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Oku Selatan, Sumatera Selatan, Indonesia. Alasan penulis mengangkat judul ini karena untuk mengetahui promosi di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Oku Selatan.

### 5. Teknik Analisis Data

Kegiatan selanjutnya setelah rangkaian terkumpul di lanjutkan dengan teknik analisis data, dimana semua sumber data akan dikelola

sesuai dengan metodologi penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif.

#### **H. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah peneliti dalam menulis dan membahas serta menyusun penelitian ini, maka perlu dikemukakan terlebih dahulu sistematika dan penyusunan secara menyeluruh berdasarkan garis besar penelitiannya. Penelitian ini terdiri atas empat bab antara lain :

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi menjelaskan secara singkat mengapa penelitian ini perlu dilakukan. Dalam penelitian ini terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

##### **BAB II KAJIAN KEPUTASKAAN YANG RELEVAN**

Bab ini membicarakan tentang berbagai materi yang berkaitan tentang materi berkaitan dengan topic yang di bahas.

##### **BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab ini berisi penjelasan singkat mengenai gambaran umum lokasi penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Yang terdiri dari gambaran umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Oku Selatan.

##### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan hasil dari rumusan masalah dalam penelitian, dalam bentuk deskripsi secara

mendalam mengenai hasil atau fenomena-fenomena yang didapat dari hasil temuan dilapangan.

## BAB V PENUTUP

Pada bab ini, penulis menyajikan hasil keseluruhan dari penelitian tersebut dalam bentuk kesimpulan dan ditambah dengan saran- saran dan disertai daftar Pustaka