

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata merupakan salah satu bidang yang mempunyai peranan besar dalam kemajuan suatu daerah serta dapat meningkatkan perekonomian daerah tersebut. Indonesia merupakan salah satu negara dengan potensi objek wisata terbanyak yang ada di dunia. Objek wisata ini meliputi wisata alam, wisata sejarah, wisata religi dan masih banyak lagi wisata lainnya yang dapat ditemui di Indonesia dengan segala keindahan bentang alam nya dan keanekaragaman budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Oleh karena itu, Indonesia memiliki daya tarik tersendiri sebagai destinasi wisata bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.

Tidak dapat dipungkiri perkembangan pariwisata di Indonesia mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, hal ini seiringan dengan dikeluarkannya Undang Undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah yang memberikan kebebasan dan kewenangan kepada daerah untuk mengatur dan memanfaatkan segala potensi dan sumber daya yang dimiliki oleh daerah nya masing masing dengan maksimal untuk menghasilkan dan meningkatkan pendapatan bagi daerah serta memperkenalkan potensi wisata yang dimiliki oleh daerah tersebut.

Pariwisata adalah objek tempat untuk berwisata atau berkunjung dari tempat satu ke tempat lainnya. Indonesia adalah salah satu negara di Asia yang memiliki banyak tempat wisata. Keberadaan pariwisata dalam suatu daerah dapat dikatakan sebagai gejala yang telah ditimbulkan oleh masyarakat berupa ketertarikan seseorang pada keindahan yang ada. menurut Bungin (2017:46). Secara umum, pariwisata merupakan perjalanan sementara yang dilakukan seseorang dengan rencana untuk berpindah dari tempat satu ketempat lainnya tanpa bermaksud untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjunginya, dan semata-mata hanya untuk rekreasi serta

hiburan yang beraneka ragam (Wahid,2015). Hakekatnya, pariwisata harus bertumpu pada keunikan, kekhasan, dan keaslian alam dan serta budaya yang ada dalam suatu daerah.

Dalam hal ini diketahui bahwa pariwisata sangat memiliki potensi untuk membangun sebuah daerah. Pariwisata juga membantu suatu daerah untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Contohnya seperti dibukanya atau dibangunnya sebuah objek wisata, yang akan membantu bisnis lain yang bersangkutan dengan pariwisata seperti hotel, angkutan umum maupun angkutan antar kota, pedagang cenderamata, pedagang makanan, restoran daerah wisata, dan lain-lain.

Provinsi Sumatera Utara terkenal dengan adat yang sangat kental, dan di setiap daerah memiliki adat masing-masing seperti Batak toba untuk daerah Danau Toba sekitar, Karo di daerah Tanah Karo, Melayu untuk daerah Medan-Deli, Simalungun untuk daerah Simalungun, Mandailing untuk daerah Tapanuli, dan Pak-pak untuk daerah Dairi-Pakpak Bharat.

Kabupaten Dairi merupakan Provinsi yang terletak di Sumatera Utara. Ibukota dari Kabupaten Dairi adalah sidikalang. Kabupaten Dairi memiliki luas wilayah 192.780 hektare. Di Kabupaten Dairi Memiliki beragam tempat wisata antara lain Taman Wisata Iman Sitinjo, Silalahi, Danau Sicike-cike, Lae Pandaroh, Bantun Kerbo, dan Parhonasan. Salah satu objek wisata yang menjadi ikon Kabupaten Dairi adalah Taman Wisata Iman. Lokasi Taman Wisata Iman berada di Desa Sitinjo dan memiliki luas 130.000 m<sup>2</sup>, didalam Taman Wisata Iman terdapat sederetan patung Nabi-nabi yang diceritakan oleh Kitab Suci serta menyajikan keindahan alam yang segar dan asri dengan pepohonan pepohonan serta taman taman yang terdapat di kawasan Taman Wisata Iman Sitinjo. Peran Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Dairi dalam mempromosikan Taman Wisata Iman Sitinjo sebagai destinasi wisata sangat penting untuk kemajuan objek wisata tersebut.

Promosi objek wisata dilakukan untuk lebih mengenalkan potensi yang ada di daerah tersebut, dengan adanya promosi ini perlu dilakukan kolaborasi untuk meningkatkan objek wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi objek wisata yang dilakukan oleh pemerintah, pihak swasta dan masyarakat guna meningkatkan jumlah Wisatawan yang datang ke objek wisata tersebut. Adanya pengembangan ini ditujukan untuk meningkatkan objek wisata tersebut dari tahun ke tahun. Menurut (Khatimah, 2019) kolaborasi yaitu upaya yang dilakukan untuk menyatukan beberapa pihak demi mencapai tujuan bersama. Maka pada penelitian ini ingin melihat kolaborasi yang dilakukan oleh Pemerintah, pihak swasta dan masyarakat untuk mewujudkan tujuan yang sama dalam mempromosikan Taman Wisata Iman Sitinjo sebagai destinasi wisata unggulan yang ada di Kabupaten Dairi.

Upaya promosi objek wisata terus dikembangkan oleh Pemerintah Pusat dan Daerah, pihak swasta juga dukungan yang berasal dari masyarakat. Menurut (Safitri, 2018) perencanaan penetapan tujuan objek, penentuan strategi kebijakan, program, dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu agar kontribusi potensi kepariwisataan yang dimiliki dapat di optimalkan dengan baik, maka harus dilakukan strategi untuk menentukan tujuan pariwisata dan formulasi kebijakan dalam rangka mencapai tujuan tersebut.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 “Daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan”. Hal yang menarik dari objek wisata Taman Wisata Iman Sitinjo yaitu menjadi destinasi wisata alam dan religi pertama yang ada di Kabupaten Dairi. Selain keindahan bentang alam yang ditawarkan, para Wisatawan wisata dapat belajar tentang sejarah lima agama yang ada di Indonesia beserta bentuk rumah ibadahnya. Oleh karenanya hal ini menjadi daya tarik tersendiri

bagi wisatawan yang akan berkunjung ke Taman Wisata Iman Sitinjo. Namun semenjak pandemi Covid – 19 melanda dunia tak terkecuali di Indonesia dan diseluruh daerah daerah di Indonesia juga terkena dampak dari Pandemi Covid – 19 ini. Taman Wisata Iman Sitinjo pun terpaksa ditutup oleh pemerintah daerah karena untuk menghindari penyebaran virus Covid – 19 di Kabupaten Dairi. Hal ini mengakibatkan terjadinya penurunan jumlah wisatawan pada tahun 2020 hingga tahun 2021.

Observasi awal yang dilakukan peneliti pada Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga (Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Dairi (April 2023), terlihat dari data Wisatawan yang ada pada Dinas tersebut bahwa rata rata jumlah Wisatawan Taman Wisata Iman Sitinjo dalam lima tahun terakhir mengalami kenaikan dan penurunan jumlah wisatawan.

Observasi yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan adanya peningkatan dan penurunan jumlah Wisatawan dari tahun 2018-2022. Jumlah Wisatawan pada tahun 2018 mencapai 162.821 orang dan mengalami penurunan jumlah Wisatawan pada tahun 2019 hingga tahun 2021 sebanyak 118.509 orang ditahun 2019, sebanyak 54.592 orang pada tahun 2020 dan semakin menurun pada tahun 2021 yaitu sebanyak 44.530 orang kemudian Wisatawan kembali meningkat pada tahun 2022 yaitu sebanyak 62.170 orang (Sumber : Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Dairi, 2023).

Potensi pariwisata melalui Taman Wisata Iman Sitinjo sangat mendukung untuk kemajuan suatu daerah dan sekaligus memperkenalkan daerah tersebut ke masyarakat luas. Keberhasilan pariwisata yang ada di daerah tidak terlepas dari peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang ada di daerah tersebut. Namun keberhasilan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dinilai masih kurang karena terlihat dari jumlah penunjang yang belum stabil peningkatannya

dari tahun ke tahun selama lima tahun terakhir. Selain itu terlihat dari media yang digunakan seperti *instagram* atau *website* yang dinilai masih kurang dijalankan dan digunakan sebagai media promosi untuk memperkenalkan Taman Wisata Iman Sitinjo. Promosi dilakukan sebagai daya tarik objek wisata, dengan melakukan promosi harapannya wisatawan datang untuk berkunjung, diawali dengan komunikasi untuk membangkitkan perhatian dan pada akhirnya menuju ke tahap mengunjungi tempat wisata tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pemasaran pariwisata dengan judul **“Strategi Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Dairi dalam mempromosikan Taman Wisata Iman Sitinjo”**.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penelitian ini difokuskan pada beberapa hal :

1. Lima elemen promosi yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), pemasaran langsung (*direct marketing*), penjualan pribadi (*personal selling*) dan hubungan masyarakat (*public relation*)
2. Faktor penghambat promosi
3. Wisatawan lokal

## **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Dairi dalam mempromosikan Taman Wisata Iman Sitinjo ?
2. Apa saja faktor penghambat strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Dairi ?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Suatu penelitian harus memiliki tujuan yang jelas agar penelitian ini mempunyai sasaran yang tepat. Mengacu pada konteks penelitian dan fokus penelitian yang telah diuraikan diatas, adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Dairi dalam melakukan promosi terhadap Taman Wisata Iman Sitinjo.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat promosi Taman Wisata Iman Sitinjo yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Dairi.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1. Manfaat Secara Teoritis**

Manfaat penelitian secara teoritis adalah sebagai berikut :

1. Menambah kajian keilmuan terkhusus mengenai strategi instansi terkait dalam melakukan promosi wisata yang terdapat di suatu daerah.
2. Bagi penulis, penelitian yang dilakukan ini merupakan suatu sarana untuk meningkatkan kemampuan berfikir melalui penulisan karya tulis ilmiah dan sebagai sarana untuk menerapkan pembelajaran yang diperoleh penulis selama menjalani perkuliahan di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh.

3. Bagi Program Studi Ilmu Komunikasi, sebagai bahan informasi dan referensi bagi mahasiswa terkhusus Ilmu Komunikasi dan sebagai bahan bacaan untuk masyarakat umum.

### **1.5.2. Manfaat Secara Praktis**

Manfaat secara praktis dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi, perbandingan dan rujukan terkait pembahasan dengan topik serupa.
2. Menambah pengalaman dan pengetahuan peneliti agar kedepannya dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh selama menjalani perkuliahan di Program Studi Ilmu Komunikasi dan selana menjalani penelitian terkait topik yang dibahas.
3. Meningkatkan pemahaman penulis melalui kepenulisan karya tulis ilmiah dan penyajian data melalui penelitian yang dilakukan oleh penulis selama mengangkat topik yang dibahas.