

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kabupaten Aceh Singkil merupakan salah satu wilayah di ujung barat daya Provinsi Aceh. Setelah masa penjajahan dan memasuki era kemerdekaan Indonesia, wilayah ini sempat menjadi bagian dari Kabupaten Aceh Selatan. Namun, semangat kemandirian dan keinginan masyarakat untuk mempercepat pembangunan wilayah mendorong lahirnya aspirasi pemekaran. Akhirnya, melalui Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1999, Kabupaten Aceh Singkil resmi dimekarkan dan ditetapkan sebagai kabupaten tersendiri pada 20 April 1999 (DPR RI, 1999). Seiring waktu, terjadi sejumlah perubahan administratif, termasuk pemekaran beberapa kecamatan dan pembentukan Kota Subulussalam sebagai daerah otonom baru pada tahun 2007 (DPR RI, 1999).

Sejak menjadi daerah otonom, Kabupaten Aceh Singkil mulai menggali potensi-potensi unggulan daerah, salah satunya di sektor pariwisata. Wilayah ini memiliki kekayaan alam dan destinasi wisata bahari yang luar biasa, salah satunya adalah Pulau Banyak. Pulau Banyak dikenal sebagai gugusan pulau tropis dengan panorama laut yang eksotis, pasir putih, dan keanekaragaman biota laut yang memukau. Potensi ini menjadikan Pulau Banyak sebagai destinasi wisata unggulan, tidak hanya di Aceh Singkil tetapi juga di tingkat provinsi dan nasional (Dinas Pariwisata Aceh, 2023).

Kabupaten Aceh Singkil memiliki keunikan geografis berupa kombinasi wilayah daratan dan kepulauan. Luas keseluruhan wilayah kabupaten ini adalah

1.857,88 km<sup>2</sup> dan terbagi atas 11 kecamatan dengan karakteristik serta potensi beragam, Sesuai kondisi karakteristik, wilayah Kabupaten Aceh Singkil kaya akan potensi pariwisata. Namun pengelolaan objek-objek wisata tersebut belum dikembangkan secara optimal untuk mendukung eko-wisata. Berikut beberapa potensi objek wisata yang ada di Kabupaten Aceh Singkil: Kecamatan Singkil Utara: Pantai Cemara Indah, Danau Anak Laut Dekat Bandara Udara Kecamatan Suro: Air Terjun Lae Petal, Kecamatan Simpang Kanan: Air Terjun Lae Munto, Kecamatan Kota Baharu: Danau Bungara, Kecamatan Kuala Baru: Rawa Singkil, Kecamatan Singkil: Makam Syech Abdurrauf dan Kampung Ujung, Kecamatan Danau Paris: Danau Paris Dekat Kantor Camat dan Kecamatan Pulau Banyak: Pulau Bangkaru, Ujung Lolok, Pulau Tailana, Pulau Palambak besar dan Palambak kecil, Pulau Tuangku dan Pulau Balai.(Anismar 2023)

Dalam konteks perencanaan wilayah nasional, Kabupaten Aceh Singkil termasuk dalam Wilayah II berdasarkan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional (RIPPNAS). Pengembangan pariwisata di daerah ini diarahkan untuk mengurangi kesenjangan antarwilayah, antar sektor, dan antar golongan masyarakat. Visi pembangunan pariwisata di Aceh Singkil menitikberatkan pada peningkatan kualitas melalui konsolidasi produk-produk wisata yang telah ada serta pemberian nilai tambah agar sektor ini mampu berkontribusi lebih besar terhadap pembangunan daerah, khususnya melalui optimalisasi ruang publik dan kawasan strategis pariwisata (Dwi Fitri et al., 2018).

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang penting dalam menunjang perekonomian nasional. Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009, pariwisata merupakan kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas umum,

sarana wisata, aksesibilitas, serta pelayanan masyarakat dan pemerintah daerah guna menarik wisatawan. Maka dari itu, pengembangan pariwisata yang berkualitas serta strategi promosi yang terarah sangat diperlukan untuk meningkatkan daya tarik suatu destinasi (Khairina, 2022).

Kepulauan Banyak yang terdiri dari Kecamatan Pulau Banyak dan Pulau Banyak Barat sebelum terkena dampak tsunami banda aceh 2004 memiliki 99 pulau,sekarang hanya tersisah beberapa pulau saja yang berpenghuni dan berbatasan langsung dengan Samudera Hindia.c Wilayah ini menyimpan potensi besar untuk dikembangkan menjadi objek wisata unggulan, termasuk kekayaan bawah laut yang eksotis (Riana et al., 2024).

Maka dari itu pentingnya sebuah pengembangan pariwisata dalam meningkatkan kualitas sarana dan prasarana yang teratur dan tertata rapi. Tujuan utama dari strategi pemasaran dalam pengembangan pariwisata Kabupaten Aceh Singkil adalah untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, mendorong peningkatan pengeluaran wisatawan selama berada di daerah tersebut, serta membangun citra positif pariwisata Aceh Singkil di mata publik. Sasaran utama dari pasar wisata ini mencakup wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara, khususnya yang berasal dari daerah-daerah terdekat seperti Aceh Selatan, Aceh Tenggara, Banda Aceh, Medan, Riau, dan wilayah sekitarnya. Strategi ini menuntut perencanaan komunikasi yang jelas agar pesan promosi dapat diterima secara efektif oleh masyarakat dan wisatawan (Fitri & Dewi, 2022)

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Singkil belum mampu menerjemahkan potensi besar ini ke dalam kebijakan dan program yang terukur. Pertama, dari aspek perencanaan

strategis, hingga saat ini belum tersedia dokumen *Master Plan* kepariwisataan yang menyeluruh dan berbasis analisis SWOT, sasaran pasar, serta indikator kinerja (KPI). Akibatnya, strategi promosi yang dijalankan cenderung bersifat parsial dan *ad hoc*, tanpa sistem evaluasi berkala yang efektif (Safitra et al., 2022).

Kedua, dari sisi sumber daya manusia, struktur organisasi Dinas Pariwisata masih kekurangan tenaga ahli di bidang komunikasi pemasaran, riset pasar, dan manajemen destinasi. Kurangnya pelatihan dan sertifikasi profesional menyebabkan kampanye promosi yang dilakukan kurang tepat sasaran dan tidak berkelanjutan. Kunjungan wisatawan hanya meningkat saat momen tertentu atau event musiman (Asga & Novita, 2023).

Ketiga, dari aspek kolaborasi dan pengelolaan anggaran, distribusi dana promosi dalam APBD seringkali tersebar ke berbagai pos seperti pameran, pencetakan brosur, atau mendukung kegiatan event, namun tidak diiringi dengan sinergi bersama pelaku wisata lokal seperti UMKM, operator transportasi, atau komunitas adat. Kurangnya monitoring dan pelaporan kinerja menyebabkan sulitnya mengukur efektivitas penggunaan anggaran tersebut (Syukri et al., 2022).

Berdasarkan observasi peneliti, meskipun jumlah wisatawan sempat menurun pasca pandemi, Dinas Pariwisata tetap berupaya melakukan sosialisasi objek wisata secara lebih luas. Namun, permasalahan-permasalahan struktural dan manajerial tetap menjadi hambatan dalam mengoptimalkan daya tarik wisata Pulau Banyak. Kondisi ini berdampak langsung pada kualitas daya tarik wisata di Aceh Singkil. Untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan, dibutuhkan perhatian khusus terhadap pengembangan fasilitas seperti transportasi, aksesibilitas, serta teknik pemasaran yang efektif. Dengan promosi yang tepat, Pulau Banyak dapat

lebih dikenal tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga nasional dan bahkan internasional. Potensi Pulau Banyak sebagai destinasi wisata internasional sangat terbuka, asalkan pemerintah terus melakukan pembenahan dalam strategi pengembangan dan pemasaran wisata.

Berdasarkan paparan latar belakang dan identifikasi permasalahan di atas, penelitian ini difokuskan pada upaya memahami secara mendalam bagaimana Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Singkil merancang dan melaksanakan strategi komunikasi pemasaran untuk memperkuat daya tarik destinasi Pulau Banyak. Penelitian ini akan mengkaji langkah-langkah komunikatif yang dilakukan—mulai dari perumusan pesan, pemilihan media dan kanal promosi, hingga mekanisme evaluasi efektivitas promosi wisata yang diterapkan Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Singkil dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Pulau Banyak.

Pentingnya pengembangan model pemasaran dalam sektor pariwisata disebabkan oleh kompleksitas yang tidak hanya menuntut penyesuaian kebijakan secara sistematis dan terkoordinasi, tetapi juga pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan dan preferensi wisatawan. Pemasaran pariwisata pada dasarnya harus mampu menyusun kebijakan, konsep, atau model yang relevan dengan kebutuhan mendesak para wisatawan serta pelaku industri pariwisata lainnya. Dengan kata lain, langkah awal dalam merancang kebijakan pemasaran adalah memahami secara jelas apa yang dibutuhkan, diinginkan, dan diharapkan oleh wisatawan. Hal ini bertujuan agar rencana pengembangan dan kebijakan yang disusun selalu berorientasi pada kepuasan dan kenyamanan wisatawan sebagai pusat dari seluruh aktivitas pemasaran

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas :

Maka penulis mengangkat permasalahan, Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Singkil untuk meningkatkan daya tarik wisata ke Pulau Banyak?

## **1.3 Fokus Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka fokus penelitian ini diarahkan pada: Strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Singkil dalam mempromosikan Pulau Banyak, melalui media komunikasi digital.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Singkil untuk Meningkatkan daya tarik wisata Pulau Banyak.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberi kontribusi dan mengembangkan penelitian dalam lingkup komunikasi. dan memberikan dukungan dalam membangun pengembangan Ilmu Komunikasi dan sebagai bahan masukan yang mendukung bagi peneliti maupun pihak lain yang berkaitan serta diharapkan dapat menambah wawasan penulis khususnya, stakeholder mengenai objek wisata Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

### **1.5.2 Manfaat praktis**

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberi masukan yang positif bagi masyarakat pelaku usaha pariwisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dan masukan yang positif bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Singkil dalam meningkatkan sumber daya manusia di bidang pariwisata.
3. Sebagai Referensi bagi Mahasiswa maupun Prodi Ilmu Komunikasi serta stakeholder yang meneliti di bidang ini.