

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Revolusi industri 4.0 yang diperkirakan sudah di mulai sejak tahun 2018 merupakan sektor industri dimana teknologi informasi dan komunikasi dimanfaatkan sepenuhnya untuk mencapai efisiensi yang tinggi dan dapat menghasilkan model bisnis dengan berbasis digital. Konsep penerapan revolusi industri 4.0 ini lebih kepada kegunaan teknologi tanpa memerlukan tenaga kerja manusia dalam proses pengaplikasiannya. Salah satu manfaat yang dirasakan oleh masyarakat di Indonesia dalam revolusi 4.0 ini yaitu pertukaran informasi dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. Revolusi 4.0 ini tidak hanya meliputi dalam sektor industri melainkan juga mempengaruhi sektor lain salah satunya yaitu sektor pariwisata.

Provinsi Sumatera Utara adalah salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki banyak destinasi wisata alam dan buatan salah satunya wisata Danau Toba yang berada di kepulauan Samosir tepatnya di pemukiman Ambarita dan Pangururan yang di tanggungjawab langsung oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara merupakan instansi yang bertanggungjawab dalam promosi, obyek wisata, dan usaha pariwisata. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumut sendiri memiliki visi yaitu terwujudnya Sumatera Utara menjadi daerah tujuan wisata yang berbudaya dan berdaya saing, sedangkan misinya yaitu untuk

melindungi dan melestarikan nilai budaya, meningkatkan profesionalisme SDM dibidang budaya dan pariwisata, dalam hal ini salah satunya adalah Danau Toba.

Berdasarkan observasi awal, terlihat bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara pada tahun 2021 banyak mempunyai strategi dalam mempromosikan Danau Toba agar lebih dikenal oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Di era revolusi 4.0 seperti sekarang ini menjadikan DISBUDPAR SUMUT lebih mudah dalam merealisasikan strategi promosinya mereka menggunakan teknologi komunikasi yang sangat efektif dan efisien. Seperti contohnya membuat promosi di platform-platform seperti konten, iklan, brosur, maupun berita-berita secara online yang pastinya akan menembus dunia wisatawan lokal maupun non lokal. Selain mempermudah kegiatan promosi secara online, revolusi 4.0 ini juga mempermudah DISBUDPAR melakukan promosi secara offline, seperti pembuatan baliho, spanduk yang tentunya di desain menggunakan software-software produk hasil revolusi industri 4.0.

Dalam penelitian ini membahas tentang strategi promosi pariwisata Danau Toba yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara. Terlihat bahwa di Era 4.0 seperti sekarang ini, mereka sangat banyak memanfaatkan teknologi komunikasi untuk promosi, periklanan, dan sebagainya, guna untuk mengelola reputasi danau toba agar minat pengunjung meningkat. Sejauh yang terlihat DISBUDPAR SUMUT melakukan strategi promosi untuk Danau Toba seperti contohnya, mengembangkan pariwisata kawasan Danau Toba berbasis (*Geopark*) taman bumi, strategi atau Arah kebijakan tersebut dipaparkan pada rapat koordinasi rencana aksi rekomendasi UNESCO Global Geopark (UGG) Kaldera Toba sebagai dukungan pengembangan pariwisata super prioritas Toba.

Ada banyak arah kebijakannya seperti Promosi dan publikasi pariwisata melalui sistem informasi teknologi serta event berskala nasional maupun internasional mencakup festival seni budaya, festival kopi, karnaval budaya merupakan arah promosi dan kebijakan

(<https://sumut.antaranews.com/amp/berita/346060/disbudpar-sumut-kembangkan-pariwisata-berbasis-geopark>).

Pengamatan awal juga memberikan gambaran bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara menyediakan wifi sebagai salah satu bentuk pelayanan infrastruktur dari dinas itu sendiri. Hal ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada wisatawan serta sebagai salah satu cara pemenuhan kebutuhan wisatawan. Di era revolusi industri 4.0 kemajuan yang paling utama adalah *internet of things*, nantinya sistem ini dapat menghubungkan diri wisatawan dan meningkatkan kemampuan koneksi tiap wisatawan, sehingga peran wifi sangat penting dalam revolusi industri 4.0 karena dapat menghubungkan setiap hal ke internet. Hal ini tentunya akan menguntungkan setiap wisatawan, sehingga dapat menaikkan jumlah pengunjung. Selanjutnya DISBUDPAR SUMUT juga banyak mengunggah berita online sebagai sarana pemasaran Danau Toba yang salah satunya tentang keindahan Danau Toba itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa DISBUDPAR sangat memanfaatkan kehadiran revolusi industri 4.0 sebagai suatu cara komunikasi pemasaran pariwisata Danau Toba.

Penyebarluasan informasi yang diunggah di media internet dari tumbuhnya tujuan wisata dan daya tarik wisata regional mudah menyebar ke seluruh dunia. Melalui teks seperti artikel, berita, caption postingan, video internet,

gambar dan berita dapat dengan cepat dan efektif diterima oleh setiap individu. Di era revolusi komunikasi digital seperti saat ini, kontribusi media sosial sebagai faktor pendorong untuk mempromosikan destinasi wisata sangatlah potensial. Karakteristik wisatawan milenial unik dan merupakan pengguna media sosial yang aktif. Fotis dalam (Muliawanti, 2020) mengemukakan bahwa milenial merupakan pengguna berat media sosial, yang suka membagikan pengalaman berwisatanya secara online melalui berbagai macam bentuk media seperti tulisan, foto dan video. *Branding* pemasaran bisnis dapat diunggah dan dipromosikan lebih cepat sesuai dengan pangsa pasar. Industri pariwisata 4.0 merupakan tantangan bagi setiap negara di dunia untuk bersaing dalam meningkatkan peran sumber daya manusia dalam industri pariwisata melalui era digital. Hal-hal semacam inilah yang menjadi strategi dalam promosi pariwisata. Sehingga strategi promosi yang ada pada Dinas Kebudayaan dan pariwisata Provinsi Sumatera Utara harus terealisasi agar danau toba bisa mencapai popularitas tinggi seperti yang diharapkan.

Melihat danau toba merupakan danau terbesar di Asia Tenggara maka sudah seharusnya dalam promosinya beradaptasi dengan era revolusi 4.0, dalam hal ini pemerintah Sumatera Utara melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai otoritas yang bertanggung jawab harus mampu berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan zaman. Salah satu aspek terpenting dalam promosi pariwisata di era revolusi 4.0 ini adalah teknologi komunikasi. Komunikasi manusia terus berevolusi sejalan dengan revolusi 4.0. Dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumut harus terus beradaptasi dengan teknologi komunikasi yang terus berkembang untuk bisa memaksimalkan aspek komunikasi

baik itu promosi, pelayanan, periklanan dan sebagainya. Dari pemaparan diatas penulis tertarik untuk melihat bagaimana ”**Strategi Promosi Pariwisata Danau Toba di Era Revolusi 4.0 pada tahun 2021 (Studi di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara)**”.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada strategi promosi pariwisata Danau Toba yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara di era 4.0 pada tahun 2021.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi promosi pariwisata Danau Toba yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara di era 4.0 pada tahun 2021?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah dan fokus penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi pariwisata Danau Toba yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara di era 4.0 pada tahun 2021.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara, penelitian ini diharapkan dapat menjadi tunjangan sebagai pedoman dalam pelaksanaan strategi promosi pariwisata Danau Toba di era industri 4.0.
- b. Bagi ilmu pengetahuan, penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.
- c. Bagi peneliti, hasil penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai wahana penerapan ilmu yang di peroleh selama kuliah dan memperluas pengetahuan sebagai bekal di masa mendatang.