

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

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

Kabupaten Ponorogo selama ini dikenal oleh masyarakat nasional maupun internasional sebagai kota budaya dengan Kesenian Reyog yang sudah terkenal sampai penjuru dunia. Kota yang memiliki banyak potensi mulai dari budaya sumber daya manusia maupun sumber daya alam sangat menarik untuk di datangi. Sisi lain Kota Ponorogo selain budaya Reyog adalah potensi alamnya yang tersebar di penjuru kota. Walaupun masih belum dikembangkan secara maksimal. Akan tetapi pariwisata di Kabupaten Ponorogo sudah mampu menarik para wisatawan baik lokal , nasional dan sampai wisatawan asal mancanegara.

Kondisi alam Ponorogo sangat strategis dikelilingi oleh pegunungan, bukit-bukit, tegalan hamparan sawah dan permukiman yang menyebar di berbagai wilayah, di bagian wilayah barat terdapat lereng Gunung Lawu. Sedangkan bagian selatan deretan pegunungan yang membentang luas di wilayah Ngrayun, Slahung dan Bungkal dan bagian timur berada di wilayah lereng Gunung Wilis yang meliputi Kecamatan Pudak Sooko, Ngebel dan Pulung. Sedangkan wilayah utara terdapat permukiman dan persawahan yang membentang cukup luas<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Alip Sugianto, *Eksotika Pariwisata Ponorogo*, Samudra Biru, Yogyakarta, 2015, hlm.7.

Kabupaten Ponorogo dengan letak yang strategis dengan bentang alam yang di dominasi perbukitan membuktikan banyak potensi alam yang tersimpan di penjuru-penjuru kota, Air Terjun serta mata air yang eksotis mendominasi pesona alam yang ditawarkan Kota Reyog. Potensi Wisata berbasis alam memang semakin hari semakin dilirik para wisatawan selain dari pengaruh media sosial kejenuhan dalam beraktifitas di perkotaan juga sangat mempengaruhi wisata alam semakin diminati oleh masyarakat lokal maupun masyarakat mancanegara.

Dalam mengembangkan sektor pariwisata tentunya diperlukan partisipasi banyak pihak yang paling penting adalah pihak pemerintah dimana pemerintah mempunyai peran aktif dalam memngembangkan dan memasarkan bentuk destinasi wisata yang dimiliki daerahnya. salah satu diantaranya adalah Dinas Pariwisata, Dinas Pariwisata sangat berperan penting dalam pengembangan Pariwisata karena seperti yang tertuang pada Peraturan Bupati Ponorogo Tahun 2016, dalam melaksanakan tugas dan fungsi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan (3). Dinas Pariwisata mempunyai kewenangan pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, pelaksanaan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat dasar<sup>2</sup>.

Dinas Pariwisata mempunyai peranan yang utama dalam mengembangkan pariwisata, pengembangan pariwisata selain mengeksplorasi destinasi alam untuk dikembangkan dengan lebih baik

---

<sup>2</sup> [www.pariwisata.ponorogo.go.id/government](http://www.pariwisata.ponorogo.go.id/government). *Kewenangan Dinas Pariwisata*, pada tanggal 12 Juni 2017, pukul 12:48.

adalah salah satunya dengan menggunakan konsep City Branding. City Branding adalah proses atau usaha membentuk merek dari suatu kota untuk mempermudah pemilik kota tersebut guna memperkenalkan kotanya kepada target pasar (investor, tourist, talent, event) Kota tersebut dengan menggunakan kalimat positioning, icon, eksibisi dan berbagai media lainnya<sup>3</sup>.

Usaha membentuk merek sebuah kota atau *Brand* kota untuk memperkenalkan suatu kota akan mempunyai dampak positif yang mempengaruhi minat berkunjung para investor yang akan memberikan keuntungan daerah dengan menanam saham yang secara bertahap akan meningkatkan pendapatan daerah dan taraf hidup masyarakat akan meningkat karena peningkatan pendapatan dari investor yang membuka peluang usaha dan menyerap sumber daya manusia di kota atau kabupaten tersebut.

Penerapan City Branding selain menarik minat investor dalam mengembangkan Pariwisata daerah adalah menarik minat para pengunjung lokal maupun maupun mancanegara atau yang sering disebut dengan wisatawan, wisatawan berkunjung kesuatu tempat wisata atau destinasi wisata mempunyai sebuah motivasi khusus maupun umum diantara sekedar liburan untuk melepas kejenuhan dari rutinitas kerja ataupun motivasi khusus yaitu motivasi budaya.

---

<sup>3</sup> [www.pariwisata.kebumen.go.id](http://www.pariwisata.kebumen.go.id). City Branding. pada tanggal 12 Juni 2017, pukul 14:00.

Motivasi budaya erat hubungannya dengan keinginan pribadi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata agar dapat melihat dan mengetahui negara lain, penduduknya, tata cara hidupnya serta adat istiadatnya yang berbeda dengan negara lainnya<sup>4</sup>. jadi motivasi mempengaruhi minat para wisatawan berkunjung ke suatu tempat dimana tempat pilihan yang akan menjadi tujuan sebuah perjalanan pariwisata.

Kegiatan pembangunan kepariwisataan, sebagaimana halnya pembangunan di sektor lainnya, pada hakekatnya melibatkan peran dari seluruh pemangku kepentingan yang ada dan terkait. Pemangku kepentingan yang dimaksud meliputi 3 (tiga) pihak yaitu: Pemerintah, Swasta dan Masyarakat, dengan segenap peran dan fungsinya masing – masing<sup>5</sup>. Dalam pembangunan kepariwisataan pemerintah menjadi pengendali dari segala aktivitas terutama adalah pembangunan, sektor pariwisata pembangunan yang berkelanjutan terhadap objek pariwisata akan menambah citra objek wisata tersebut dan secara langsung akan mempengaruhi minat berkunjung para wisatawan untuk mendatangi objek wisata yang telah dikelola dengan baik oleh pihak pemerintah.

Pembangunan yang telah dilakukan selanjutnya berlanjut pada tahap pengembangan pariwisata dengan membentuk identitas tempat objek wisata itu berada untuk menciptakan ciri kas tempat tersebut atau disebut dengan sebuah *Brand*. apabila sudah terbentuk suatu *Brand* secara tidak langsung akan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan.

---

<sup>4</sup> Drs.H.Oka A. Yoeti, MBA. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa Bandung, 1982, hal 85.

<sup>5</sup> [www.kemempar.go.id](http://www.kemempar.go.id), Pedoman Pokdarwis, pada tanggal 13 Juni 2017, pukul 16:00.

Terwujudnya pengelolaan infrastruktur strategis, secara professional agar memiliki daya dukung yang kokoh untuk menyokong produktivitas masyarakat, kemajuan wilayah serta peningkatan kesejahteraan umum<sup>6</sup>, Adalah misi Kabupaten Ponorogo yang salah satunya adalah dalam mengelola pariwisata Kabupaten Ponorogo supaya memberikan dampak positif untuk kemajuan wilayah Kabupaten Ponorogo. Kabupaten Ponorogo sudah melekat dengan sebutan kota Reyog dengan kesenian Reyog yang hanya satu-satunya di dunia dan sudah diakui oleh masyarakat mancanegara. Reyog sudah menjadi identitas serta merk (*Brand*) dari Kabupaten Ponorogo,

*Brand* Ponorogo sebagai Kota Reyog sudah dikenal di seluruh penjuru nusantara maupun kalangan wisatawan mancanegara, Peran aktif Dinas terkait terutama Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo sangat berkontribusi sepenuhnya dalam menciptakan *image* yang baik untuk menarik wisatawan, serta peran Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo dalam mengembangkan pariwisata menggunakan *city branding* dari fakta yang ada maka peneliti tertarik untuk mengkaji secara ilmiah tentang : Strategi pengembangan pariwisata Kabupaten Ponorogo melalui *city branding* di Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo. Penelitian ini penting diteliti secara mendalam karena Dinas Pariwisata mempunyai peranan yang sangat penting dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Ponorogo.

---

<sup>6</sup> [www.ponorogo.go.id](http://www.ponorogo.go.id). visi-misi.pada tanggal 13 Juni2017, pukul 19:00.

## 1.2. Rumusan Masalah.

Dalam mengembangkan sektor pariwisata tentunya diperlukan partisipasi banyak pihak yang paling penting adalah pihak pemerintah dimana pemerintah mempunyai peran aktif dalam memngembangkan dan memasarkan bentuk destinasi wisata yang dimiliki daerahnya. salah satu diantaranya adalah Dinas Pariwisata, Dinas Pariwisata sangat berperan penting dalam pengembangan Pariwisata serta pengembangan pariwisata selain mengeksplorasi destinasi alam untuk dikembangkan dengan lebih baik adalah salah satunya dengan menggunakan konsep City Branding sebagai wujud pengenalan pariwisata kepada masyarakat luas. Dari pernyataan tersebut dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut :

Bagaimana Strategi City Branding Oleh Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Ponorogo.

## 1.3. Tujuan Penelitian.

Dari permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini maka, tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mendeskripsikan Bagaimana Strategi City Branding Oleh Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Ponorogo.

#### 1.4. Manfaat Penelitian.

Dari penelitian ini diharapkan dapat mencapai beberapa manfaat diantaranya adalah :

##### 1. Manfaat Teoristis

Melalui penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat teoristis bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini serta dapat di jadikan literatur bagi penelitian selanjutnya.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Mahasiswa

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu serta wawasan bagi mahasiswa.

###### b. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil laporan penelitian yang dapat di jadikan literatur bagi penelitian selanjutnya.

