

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Magetan merupakan sebuah kabupaten yang terletak di lereng timur Gunung Lawu yang sudah sejak dulu mentahbiskan diri sebagai kota wisata , baik kawasan kunjungan wisatawan domestic, maupun mancanegara. Sejalan dengan julukannya yakni kota wisata, Kabupaten Magetan nyatanya memang dikelilingi oleh beragam potensi yang bisa dikembangkan dengan baik. Terutama pada sector pariwisata. Kabupaten Magetan memiliki beberapa sector unggulan, yaitu dapat dilihat mulai dari banyaknya potensi budaya, makanan serta kerajinan Khas Magetan yang sangat otentik.

Waktu terus berjalan membuat Kabupaten Magetan berada dalam pusaran perubahan social, politik, budaya serta pertumbuhan ekonomi. Perubahan lingkungan eksternal yang sedemikian signifikan, mengharuskan daerah juga ikut berbenah, mereformasi visi, misi, tatanan organisasi serta strategi. Khususnya dalam konteks pariwisata, kabupaten Magetan memerlukan visi serta semangat baru dalam pemasaran daerah serta destinasi wisatanya. Sebuah konsep pemasaran pariwisata yang baru sangat diperlukan agar dapat bersaing sebagai destinasi unggulan wisata Jawa Timur maupun Indonesia.

Upaya dalam memperkenalkan potensi suatu daerah kepada dunia luar yaitu dengan cara pemberian identitas/ merek. Pemberian identitas

pada suatu tempat atau lokasi memang menjadi suatu yang relative masih baru dalam dunia pemasaran. Pemberian identitas/ merek sebuah kota dimaksudkan agar masyarakat mengetahui keberadaan lokasi tersebut yang selanjutnya dapat menimbulkan keinginan untuk mengunjunginya. Oleh karena itu, secara awam, pemberian identitas/ *Branding* bukan hanya sekedar merek, logo, *Tagline*, namun lebih. Yaitu, mencakup keseluruhan destinasi serta keseluruhan aspek pariwisata di sebuah Negara maupun daerah, termasuk nilai, budaya, serta harapan masyarakat itu sendiri. Dengan demikian diharapkan dapat membantu mencapai keberhasilan komunikasi pariwisata dengan target kunjungan wisata yang akan dicapai dalam sebuah destinasi.

Potensi wisata yang terdapat di Kabupaten Magetan ini seperti menjadi unsur pembentuk *Tagline* yang selama ini kita kenal yaitu *Magetan the beauty of java*. *tagline* yang sudah dipakai oleh Kabupaten Magetan selama kurang lebih 7 tahun belakangan ini berperan penting dalam bidang pemasaran pariwisata di Magetan. Menurut Arief Rahman, selaku penggagas *tagline* Magetan saat ini, Pembuatan wajah baru Magetan sebagai kota wisata ini diawali dengan proses survey yang dilakukan pada tahun 2010. Survey ini dilakukan kepada 150 responden yang terdiri dari para wisatawan yang berkunjung ke kawasan Wisata Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dan juga dari pengunjung wisata yang terdapat di Obyek Wisata Telaga Sarangan dan sekitarnya. Selain itu, terbentuk *City Branding* ini juga melalui FGD (Forum Group Discussion)

yang agendanya yakni untuk mengeksplorasi isu pariwisata di Magetan serta menemukan solusi dari masalah tersebut.

Tujuan dari dibuatnya *Tagline Magetan the Beauty of Java* ini adalah sebagai wajah baru serta sebagai sarana pemasaran pariwisata di Magetan , sebagai upaya untuk penguatan posisi Magetan sebagai salah satu daerah tujuan wisata di level Regional serta nasional, sekaligus memberikan arahan bagi pengembangan wisata di kabupaten Magetan menuju arah yang lebih baik lagi. Selain itu yang lebih penting adalah agar pemerintah berusaha semaksimal mungkin untuk mewujudkan agar kabupaten Magetan benar benar menjadi *the beauty of java*.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana implementasi dari *tagline Magetan The Beauty Of Java* yang digunakan sebagai sarana pemasaran pariwisata di Magetan. Maka dari itu tema yang penelitian angkat dalam penelitian ini adalah “Analisis Implementasi Magetan The Beauty Of Java Oleh Dinas Pariwisata Di Kabupaten Magetan”. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap kemajuan pariwisata di Indonesia, khususnya di Kabupaten Magetan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi dari *Magetan The Beauty Of Java* Oleh Dinas Pariwisata Di Kabupaten Magetan?
2. Apa saja aktivitas branding yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata terkait Kepariwisatan di Kabupaten Magetan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Bagaimana Implementasi dari *Magetan The Beauty Of Java* Oleh Dinas Pariwisata Di Kabupaten Magetan
2. Untuk mengetahui bagaimana aktivitas branding yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata terkait promosi kepariwisataan di Kabupaten Magetan

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Manfaat akademis

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

Manfaat Praktis

- a. Peneliti

Untuk memperkaya ilmu pengetahuan penulis dalam bidang Branding serta menjawab keingintahuan penulis tentang *Branding* yaitu *tagline* yang ada di Kabupaten Magetan.

b. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan daftar pustaka yang nantinya akan bermanfaat bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo itu sendiri.

