

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Republik Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi kekayaan sumber daya alam, keanekaragaman hayati, serta warisan sejarah dan budaya yang berlimpah. Selama sumber daya tersebut dikelola dengan baik dengan cara yang paling diminati oleh masyarakat, kelimpahan sumber daya alam yang ada ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, sehingga pemanfaatan sumber daya alam tersebut tidak akan menyia-nyiakan waktu karena pengelolaan yang buruk terhadap sumber daya hutan atau materi, salah satunya adalah pariwisata. Untuk memenuhi kebutuhan respon manusia, banyak negara di dunia, khususnya Indonesia, telah mengembangkan apa yang dinamakan industri pariwisata. Pariwisata juga penting dalam segala bidang karena merupakan aset daerah dan disadari memiliki potensi untuk memanfaatkan pariwisata sebagai sumber pendapatan daerah. Demikian pula pariwisata tidak hanya berdampak positif bagi daerah, tetapi juga meningkatkan pendapatan daerah. Misalnya dalam pembangunan, pariwisata melibatkan sektor lain seperti perdagangan dan jasa, industri, pertanian, kehutanan, industri perhotelan dan sektor lainnya. Dengan demikian, perkembangan pariwisata akan berdampak pada perkembangan sektor lain. Oleh karena itu, beberapa kegiatan harus dilakukan untuk memandu industri pariwisata guna mengembangkan dan memelihara salah satu sektor andalannya serta membantu meningkatkan pendapatan asli daerah. Menurut Pasal 5d dan 5e UU Kepariwisataan Republik

Indonesia menyatakan: Ia menjelaskan bahwa penyelenggaraan pariwisata juga harus menjaga alam dan lingkungan. Penyelenggaraan pariwisata juga harus mampu memberdayakan masyarakat setempat. Selain meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan sosial masyarakat setempat.

Setiap wilayah di Indonesia memiliki potensi di bidang pariwisata. Indonesia memiliki berbagai panorama dan budaya alami yang dapat dikembangkan. Sektor pariwisata memiliki urutan kedua sebagai dukungan utama untuk pertukaran asing setelah industri minyak dan gas, yang pasti akan meningkatkan pendapatan wilayah tersebut. Dengan adanya potensial alami, ini akan mendorong kegiatan wisata yang dapat menciptakan lapangan kerja dan tentu saja mempengaruhi kesejahteraan masyarakat sekitar.

Manusia adalah makhluk individu dan makhluk sosial yang dianjurkan penasarannya, ingin bergerak maju dan ingin berkembang. Salah satu cara untuk menjadi makhluk individu dan makhluk sosial dalam melalui komunikasi. Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang memengaruhi, dengan sengaja atau tidak sengaja.

Salah satunya dengan memakai strategi promosi harus dilandasi dengan fungsi Public Relation adalah untuk mengembangkan sebuah branding dari suatu Kehidupan seseorang tidak terlepas dari sebuah komunikasi. Pertama kali dilahirkan didunia manusia sudah mulai berinteraksi kepada lingkungannya. Dimanapun sifat manusia menyampaikan keinginannya dan keterampilannya juga berkomunikasi secara verbal dan nonverbal. Manusia berkomunikasi juga untuk

membagi pengetahuannya dan pengalamannya agar bisa membagi atau tukar menukar pemikiran masing masing dan membantu perseorangan untuk mengeluarkan ide. Tetapi semua ide juga harus mempunyai komunikasi yang baik

Upaya pengembangan pariwisata ini berbagai lokasi potensial di Indonesia telah dikembangkan untuk pariwisata, diantaranya Kabupaten Ponorogo yang relatif berkembang khususnya kawasan wisata Telaga Ngebel, namun hasilnya masih belum menggembirakan. Melihat letak Kabupaten Ponorogo yang menjadi salah satu destinasi wisata, akan memberikan peluang yang sangat besar untuk meningkatkan jumlah wisatawan. Namun harus diakui bahwa beberapa dari sekian banyak objek wisata yang cukup dominan seperti Wisata Telaga Ngebel, karena terdapat banyak sekali objek wisata telaga di dalamnya, dan merupakan salah satu objek wisata yang paling terkenal di Kabupaten Ponorogo.

Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah aktivitas manusia yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran. Komunikasi pemasaran biasanya di bawah periklanan dan promosi. Tetapi dalam pengembangan pemasaran komunikasi muncul sebagai bentuk komunikasi yang lebih kompleks dan berbeda. Dengan demikian, akademisi dan praktisi mendefinisikan komunikasi pemasaran karena semua elemen promosi dari marketing mix yang melibatkan komunikasi antar organisasi dan target audiens dalam semua bentuk yang ditargetkan dalam kinerja. Kehadiran teknologi memiliki pengaruh besar dalam kehidupan manusia. Dengan adanya teknologi, kehidupan, dan aktivitas manusia menjadi sangat mudah dan cepat. Arus globalisasi dan

kecanggihan informasi di semua bidang yang berkembang saat ini menghadapi masalah sulit untuk mencegah pengaruh dari luar.

Media sosial sekarang bukan hal yang asing, Hampir semua telah menggunakan semua media sosial. Menurut Lewis, media sosial adalah teknologi digital yang memungkinkan orang untuk berinteraksi dan berbagi isi pesan. Media sosial adalah istilah yang banyak digunakan oleh setiap pengguna untuk meningkatkan dan berinteraksi dengan pesan yang berbasis web. Peran media sosial sebagai strategi pemasaran dalam semua kegiatan dari tempat wisata yang diterbitkan menunjukkan marketing online. Pemasaran ini dibuat melalui Facebook, Instagram, Twitter dan situs website yang telah memiliki dampak positif pada penjualan jasa.

Sejak pertama kali mewabah di China pada Desember 2019 lalu, virus corona atau yang dikenal dengan covid-19 terus menyebar dengan cepat ke hampir seluruh penjuru dunia. Virus ini pertama kali muncul di China pada Maret 2020 dan telah menjangkiti lebih dari 200 negara di seluruh dunia, dengan lebih dari 800.000 korban terinfeksi. Organisasi Kesehatan Dunia WHO awalnya menyatakan Covid-19 sebagai epidemi pada akhir Januari 2020. Namun penyebarannya sangat cepat ke seluruh dunia. Akhirnya, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan virus corona sebagai pandemi.

Pandemi Covid-19 merupakan bencana tak wajar yang saat ini melanda dunia. Menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, bencana tidak alam adalah bencana yang disebabkan oleh kejadian tidak

wajar atau serangkaian kejadian (antara lain kegagalan teknologi, kegagalan modernisasi, wabah penyakit). Oleh karena itu, bencana sangat erat kaitannya dengan kondisi kehidupan masyarakat (Elservier dan Winarna, 2012). Serta pengobatan harus melibatkan banyak metode dan melibatkan berbagai bidang ilmu

Sejak mewabahnya virus corona di Indonesia diberlakukannya penutupan wisata-wisata diseluruh daerah. Khususnya didaerah Kabupaten Ponorogo. Dan kejadian ini telah merosotnya pengunjungnya serta omset wisata semakin berkurang. Maka dari itu untuk memulihkan keadaan wisata telaga ngebel, pemerintah kabupaten Ponorogo harus dapat meningkatkan kualitas dan daya tarik saat ini. Agar dapat menarik minat wisatawan ponorogo maupun luar ponorogo.

Berdasarkan latar belakang diatas maka fokus objek penelitian ini adalah “Analisis Strategi Promosi Dinas Pariwisata Dalam Potensi Wisata Telaga Ngebel di Era Pandemi (Virus Corona-19)”

B. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang diatas maka rumusan masalahnya bagaimana mempromosikan potensi wisata telaga ngebel di era pandemi (Virus Corona-19), dengan menggunakan konsep strategi bauran pemasaran (marketing mix) 9P dikota Ponorogo.

1. Bagaimana kualitas dan pelayanan wisata- wisata telaga ngebel disaat pandemi?
2. Apakah disaat pandemi daftar harga tiket masuk wisata telaga ngebel naik?

3. Apakah disaat pandemi ini wisata telaga ngebel mengalami banyak kendala?
4. Bagaimana cara yang dilakukan wisata telaga ngebel mempromosikan wisata-wisata yang ada disekitarnya saat pandemic ini?
5. Apa yang menjadi power wisata -wisata yang ada didalam telaga ngebel untuk mengembangkan wisatanya disaat pandemi?
6. Bagaimana proses pengembalian perekonomian disekitar wisata telaga ngebel di saat adanya pandemi?
7. Apa saja yang bisa di nikmati oleh pengunjung wisata telaga ngebel disaat pandemic terjadi?
8. Bagaimana opini wisata yang ada didalam wisata telaga ngebel sebelum dan sesudah adanya pandemi terjadi?
9. Bagaimana cara mengetahui hambatan yang dihadapi *Public Relation* dalam pemulihan citra wisata telaga ngebel disaat era pandemi?

C. TUJUAN PENELITIAN

Dari rumusan masalah tersebut, tujuan dari peneliti ini adalah untuk mendeskripsikan tentang Analisis Strategi Promosi Pariwisata Dalam Potensi Wisata Telaga Ngebel diEra Pandemi (Virus Corona-19)

D. MANFAAT PENELITIAN

Dari penelitian ini diharapkan dapat mencapai beberapa manfaat diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini akan dapat memberikan manfaat teoritis bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini serta dapat dijadikan literatur bagi peneliti selanjutnya dan untuk menambah pengetahuan terutama dalam bidang Ilmu Komunikasi

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

- 1) Bagi Peneliti, agar mampu menemukan wawasan serta mampu menempuh pemecahan masalah secara ilmiah.
- 2) Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengambil kebijaksanaan
- 3) Khususnya bagi pengembangan pengelolaan destinasi wisata Telaga Ngebel di era pandemic