

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Pariwisata merupakan sektor yang tidak dapat dipisahkan dari tujuan pembangunan nasional oleh pemerintah. Hal ini disebabkan pariwisata memiliki potensi untuk mendongkrak pendapatan suatu negara maupun daerah. Saat ini pariwisata adalah salah satu sudut sektor yang dijadikan poin andalan di sejumlah belahan dunia.

Melihat Indonesia memiliki sejumlah keaneka ragam baik dari segi suku, ras, adat, budaya, bahasa dan agama. Maka pengembangan potensi pariwisata harus dilakukan secara komprehensif dan berkelanjutan, agar dapat meningkatkan pendapatan devisa negara dan meningkatkan perekonomian rakyat. Merujuk ke perundang-undangan Republik Indonesia nomor sepuluh tahun 2009 pasal tiga tentang bidang kepariwisataan menyatakan bahwa: “Kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat”.

Seiring maju dan berkembangnya sektor industri pariwisata di suatu negara tentu akan berpengaruh positif di sektor lain seperti berkembang pula karena produk-produknya dibutuhkan untuk melengkapi dan menunjang industri kepariwisataan, seperti sektor industri perternakan, pertanian, perkebunan, dan sejumlah kerajinan masyarakat lokal (UMKM), peningkatan kesempatan kerja dan lapangan pekerjaan.

Di Negara kita ini pariwisata merupakan sumber penghasil devisa negara di urutan nomor tiga setelah industri minyak dan industri tekstil. Secara kontekstual ini membuktikan bahwa industri sektor bidang pariwisata mempunyai potensi yang cukup mumpuni untuk menjadi tulang punggung perekonomian negara di masa mendatang (Admesia, 2014: 2).

Pariwisata juga merupakan suatu industri yang sudah mengalami perkembangan yang cukup pesat di seluruh belahan dunia dan mulai berangsur-angsur telah mengalami pertumbuhan dan perubahan dari suatu kebutuhan kebutuhan mewah (sekunder) menjadikannya suatu kebutuhan pokok (primer) yang mengartikan bahwa di suatu titik periode tertentu sejumlah orang harus bisa melakukan kegiatan pariwisata.

Namun, demikian sektor pariwisata juga sudah terbukti menjadi sektor industri yang paling rentan terhadap isu maupun krisis. Sejumlah fenomena dan peristiwa global sudah tercatat secara signifikan telah mempengaruhi terhadap kegiatan bepergian maupun juga berwisata di seluruh dunia seperti tragedi WTC pada tahun 2001 silam, Insiden bom Bali pada tahun 2001 & 2005 , virus SARS, Flu Burung (2003) dan yang saat ini sedang melanda yaitu virus COVID-19.

Saat ini, virus corona atau covid-19 sudah tergolong kedalam bencana non alam dan dengan penyebaran virus yang sangat cepat menyebabkan Covid-19 ini disebut juga sebagai Pandemi, yang dikarenakan adanya virus ini memberikan efek atau dampak pada sejumlah faktor kehidupan sehingga terjadinya sebuah krisis, terjadinya krisis yang dikarenakan oleh virus corona ini termasuk kedalam unsur krisis yang baru muncul atau emerging crisis dan pasti akan memberikan dampak atau masalah bila tidak segera ditindak lanjuti.

Sektor kepariwisataan pun tidak lepas dari dampak Covid-19 ini, sehingga hal ini membuat masyarakat terbatas bahkan tidak bisa lagi melaksanakan kegiatan kunjungan ke sejumlah tempat wisata yang terdapat di Indonesia maupun kunjungan ke luar negeri. Merujuk informasi yang berasal dari media online "*pojok kiri*" menjelaskan bahwa imbas dari adanya virus Covid-19 dibidang pariwisata di wilayah Madiun Jawa Timur membuat penurunannya cukup signifikan. Penurunan kunjungan wisatawan lokal di Madiun menurun sekitar 16 persen dan menurun sekitar 80 persen untuk wisatawan non lokal.

Perusahaan Daerah Madiun Umbul Square yang berbasis lembaga konservasi/kebun binatang, adalah salah satu destinasi wisata di wilayah kabupaten Madiun Jawa Timur yang paling merasakan dampak dari COVID 19. Turunnya tingkat kunjungan merupakan tantangan tersendiri bagi Humas dan team creative untuk membuat strategi dan trobosan – trobosan untuk menyasati dampak pandemi yang sedang terjadi

Vitalnya permasalahan ini untuk di teliti dan dikaji maka penulis memutuskan untuk mengambil penelitian tentang peranan Humas Perusahaan Daerah MADIUN UMBUL SQUARE dalam menghadapi pandemi COVID-19. Sebagaimana uraian yang sudah peneliti paparkan dalam latar belakang penelitian ini, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah peneliti paparkan di atas kemudian peneliti bertujuan untuk memutuskan dan merumuskan permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut yaitu: *Bagaimana Strategi Humas Perusahaan Daerah Madiun Umbul Square dalam menghadapi pandemi COVID-19?*

#### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan peneliti ini adalah untuk mengetahui langkah-langkah strategis yang dilakukan Humas PD.Madiun Umbul Square dalam menghadapi pandemi COVID - 19.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Secara Teoritis**

Peneliti mengharapkan dengan adanya penelitian ini, masyarakat mendapatkan informasi yang jelas dan faktual tentang konsep manajemen Public Relations dan strategi khusus menurut Kasali (2008:227-229) serta dapat menggambarkan bagaimana strategi yang dilakukan oleh Humas Perusahaan Daerah Madiun Umbul Square saat masa pandemi Covid-19 untuk meningkatkan jumlah kunjungan.

Tiga poin fungsi penelitian, meliputi:

- a. Fungsi Penelitian bagi Institusi Pendidikan  
Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan kontribusi, pengertian dan pemahaman terkait peranan Humas di bidang pariwisata saat masa pandemi COVID-19.
- b. Fungsi Penelitian bagi Mahasiswa  
Mahasiswa Ilmu Komunikasi diharapkan dapat mengenal, memahami dan menerapkannya pada kehidupan sehari-hari serta meningkatkan keterampilan di bidang Humas.
- c. Fungsi Penelitian bagi Penulis  
Penulis bisa mendapatkan pengalaman baru, serta bisa menganalisis penelitian ini dengan memperhatikan kesesuaian secara teori dan praktek serta penerapan Public Relation di lapangan.

### **2. Secara Praktis**

Dapat memberikan pengetahuan dan informasi kepada pembaca dan masyarakat mengenai strategi Humas suatu perusahaan dalam menghadapi masa Pandemi Covid-19.