

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman yang serba modern ini manusia dituntut untuk selalu berinovasi dan mengikuti dalam setiap perkembangannya. Setiap perkembangan manusia juga harus memenuhi kebutuhan, kini kebutuhan manusia menjadi lebih banyak dari sebelumnya. Selain kebutuhan pokok, saat ini tempat wisata juga sudah menjadi kebutuhan yang berperan penting. Berwisata memang merupakan bagian dari kebutuhan masyarakat saat ini, apalagi di era yang terkenal saat ini yaitu era travelling. Dimana bagi kebanyakan orang, melakukan jalan-jalan untuk melepas kepenatan stah bkerja, menyegarkan otak ataupun bersenang-senang dengan keluarga. Tapi tidak sedikit orang yang melakukan jalan-jalan untuk memenuhi kebutuhan mereka untuk dipamerkan di dunia maya. Hadirnya era traveling membuat setiap daerah di Indonesia maupun luar negri mulai menggali potensi alam masing-masing untuk dijadikan tempat wisata.

Indonesia memiliki beragam potensi wisata yang semakin bertumbuh meningkat. Setiap daerah di Indonesia mempunyai tempat wisata unggulan masing-masing, bahkan desa wisata pun sudah mulai bermunculan. Tempat tempat yang memiliki potensi menjadi menarik perhatian para wisatawan untuk berkunjung ke tempat yang telah di bangun dengan sesuai kebutuhan di era saat ini. Pembangunan kepariwisataan diarahkan sebagai sektor andalan yang diharapkan dapat menjadi salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi,

meningkatkan pendapatan daerah, memberdayakan perekonomian masyarakat, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha yang produktif, serta meningkatkan pengenalan dan pemasaran produk nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat dengan tetap memelihara kepribadian bangsa, nilai nilai budaya serta kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup. Pariwisata adalah kekayaan yang dimiliki oleh setiap daerah yang dapat membantu perekonomian daerah itu sendiri. Tidak sedikit daerah yang bergantung banyak dari sektor pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan dengan mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata. Aktivitas ini menawarkan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan. Potensi kreatif masyarakat dalam menjaga kebudayaan aslinya digencarkan sebagai ikon bagi wisatawan.

Tidak mau kalah dengan Kota Malang dan Kota Batu yang memang dikenal sebagai kota wisata, Kabupaten Pasuruan yang terkenal dengan Kota Santri dan Kota Industri, kini bertambah di sektor pariwisata. Wisata di Kabupaten Pasuruan mulai bermunculan, mulai dari wisata Umbulan, Danau Ranu Grati, Gunung Bromo, Banyu biru, Grojokan Limo, Taman Safari Indonesia 2, Pamitra Bike Park, Bukit Watu Tumpeng, Kebun Pak Budi, Kebun Kurma, Saygonwaterpark, Saygon Night Park, Bakti Alam, Bukit Flora, Desa Wisata Kalipucang Tutur, Taman Untung Suropati, Wisata budaya dan religi Candi Jawi, Kawasan Masjid Cheng Ho, Makam Mbah Segoropuro dan Candi Belahan. Dan ada satu lagi yang tidak kalah menarik yaitu Desa Wisata Kertosari yang berada di Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan.

Meskipun desa wisata dapat dikatakan sebagai model pariwisata yang cukup unik dan dapat dikategorikan sebagai tujuan wisata baru, masih tetap dibutuhkan peran aktif dan kreatif masyarakat untuk mengoptimalkan potensi wisatanya karena desa wisata termasuk dalam wisata minat khusus, dimana wisatawan dapat mempelajari berbagai hal yang telah menjadi budaya masyarakat sekitar di desa tersebut, misalnya belajar membuat batik, bercocok tanam, kegiatan kemah dan outbound, belajar memancing, dan lain-lain sesuai dengan minatnya masing-masing. Desa wisata juga merupakan aset yang masih perlu diasah pemanfaatannya, salah satunya melalui pelatihan oleh pemerintah maupun swasta guna menciptakan kesejahteraan masyarakat desa wisata, agar mampu menjadi andalan pariwisata daerah. Pada umumnya desa wisata dikelola oleh warga setempat dengan suasana yang masih alami.

Desa Wisata Kertosari merupakan sebuah desa yang mengusung konsep pemberdayaan masyarakat yang dikembangkan oleh Kepala Desa Kertosari dan dikelola oleh Karang Taruna Desa sebagai tujuan wisata. Desa Kertosari merupakan desa yang berada di ujung selatan Kecamatan Purwosari, Purwosari sendiri adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Memiliki jumlah desa sebanyak 14 desa, yaitu Desa Bakalan, Cendono, Karangrejo, Kayoman, Kertosari, Martopuro, Pager, Pucang Sari, Purwosari, Sekarmojo, Sukodermo, Sumberrejo, Sumbersuko, Tejowangi dan satu Kelurahan, yaitu Sengonagung. Merupakan kecamatan yang berada di antara perlintasan dari arah Surabaya (berbatasan dengan Kecamatan Sukorejo), arah

Malang (berbatasan dengan Kecamatan Purwodadi) dan perlintasan arah Kota Pasuruan (berbatasan dengan Kecamatan Wonorejo).

Dari tiga perlintasan tersebut, menjadikan Kecamatan Purwosari sebagai wilayah yang ramai dari hiruk pikuk kendaraan dan arus modernisasi. Perkembangan dalam bidang pembangunan, pendidikan dan kemajuan teknologi juga kian pesat. Hal ini ditandai dengan merebaknya pola pembangunan yang hampir di segala bidang, seperti industrialisasi, pusat bisnis, sekolah-sekolah dan bahkan Perguruan Tinggi.

Desa Kertosari adalah salah satu desa di kecamatan Purwosari yang bergerak dibidang pariwisata, dengan mengusung konsep tentang pemberdayaan potensi desa melalui masyarakat. Desa kertosari terletak bersebelahan dengan Kebun Raya Purwodadi dan Gunung Baung menjadikan suasana Desa yang sangat asri dan sejuk. Sebelum menjadi tujuan desa wisata, tempat ini merupakan desa yang mayoritas penduduknya menjadi petani. Dilihat dari segi alam banyak mempunyai potensi untuk dijadikan wisata, kemudian dengan adanya inovasi dan pemikiran ingin mengsinergikan dengan masyarakat maka dimanfaatkan sebagai tempat desa wisata hingga membentuk sebuah Desa Wisata Kertosari. Desa Wisata Kertosari ini berdiri tahun 2015 silam. Di dalam Desa Wisata Kertosari terdapat Randuwana Learning Center yang menyediakan outbound dan edukasi, Rafting Kertosari yang menyediakan arung jeram dan fun rafting. Selain untuk outbound dan edukasi, di Desa Wisata Kertosari juga ada jelajah desa yang meliputi Gunung Kerikil sampai menuju Air Terjun Baong. Rafting di Desa Wisata Kertosari ini merupakan satu-satunya Rafting di Kabupaten Pasuruan.

Dibandingkan dengan tempat wisata lain di Kabupaten Pasuruan, Desa Wisata Kertosari tidak kalah menarik. Di tempat ini sering diadakan event mingguan dan bulanan. Event mingguan yaitu senam aerobik gratis untuk umum dan sering digunakan untuk festival 1000 durian gratis. Pengunjung di tempat ini banyak dari luar kota. Seperti Malang, Jombang, Nganjuk, Sidoarjo, Surabaya, dan sebagainya. Selain pengunjung lokal Jawa Timur, tempat ini kerap kali dikunjungi turis/wisatawan manca negara karena ketertarikan mereka dengan Fun Rafting dan Arung Jeramnya. Tidak hanya untuk tempat wisata saja, penduduk lokal juga sering menghabiskan waktu di tempat tersebut untuk sekedar melepas penat dan menghibur diri di Kafe Randuwana. Kafe dengan konsep outdoor membuat pengunjung terasa nyaman karena udaranya yang sejuk dan pemandangannya yang hijau dingin. Menjadi salah satu desa wisata yang berada di Kabupaten Pasuruan tentunya punya strategi sendiri dalam mempromosikan keunggulan potensi desa.

Saat ini berbagai bentuk promosi sudah banyak dilakukan oleh seluruh tempat wisata lama maupun wisata baru di Indonesia. Promosi yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan pengunjung. Selain itu promosi juga sangat berpengaruh bagi perkembangan tempat wisata tersebut. Tanpa adanya promosi sebuah tempat wisata tidak akan mudah dikenal oleh masyarakat luar. Terutama untuk Desa Wisata yang sulit jangkauan transportasinya. Beberapa macam promosi yang dilakukan mulai dari promosi langsung, melalui mitra kerja, melalui dunia maya yaitu media sosial atau strategi yang lainnya. Namun saat ini tak sedikit masyarakat Indonesia yang mengerti banyak tentang tempat wisata terbaru

melalui media sosial. Hampir seluruh lapisan masyarakat sudah paham dengan penggunaan dan manfaat media sosial. Media sosial saat ini menjadi alat yang praktis dan ampuh sebagai alat promosi, terutama untuk pemula yang sedang menjalankan bisnisnya. Seperti halnya di Kota Malang, Kota Batu, dan kota lainnya yang hampir seluruh tempat wisatanya diulas dan dipromosikan melalui media sosial. Dengan adanya promosi tempat wisata yang terpencil sekalipun saat ini sudah banyak dikenal dan dikunjungi wisatawan. Didalam dunia promosi Desa Wisata Kertosari tentunya mempunyai strategi sendiri untuk mempromosikan potensi wisata di desanya yang hingga saat ini mulai berkembang dan diminati wisatawan.

. Richald J. Varey (2002) menyatakan bahwa konsep sentral marketing atau pemasaran dan perilaku konsumen menitikberatkan pada pertukaran. Yang dimaksud dengan pertukaran adalah mencari produk sesuai dengan kebutuhan, maka akan mencari dan mendapatkan dengan cara menukarkan uang dengan produk yang di maksud. Secara umum uang sendiri diartikan sebagai media pertukaran yang kita gunakan untuk memperoleh kepuasan (Ambar, 2017)

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam bukunya Marketing Management (2016:27) menyatakan bahwa: "*Marketing is about identifying and meeting human and social needs*" menurut definisi tersebut, pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan kebutuhan sosial (Ambar, 2017).

Strategi komunikasi memungkinkan suatu tindakan komunikasi dilakukan untuk target-target komunikasi yang dirancang sebagai target perubahan. Bahwa

yang utama dalam strategi komunikasi adalah membuat orang sadar bahwa dia memerlukan produk, jasa atau nilai, yang kedua adalah bagaimana kesadaran itu menjadi perhatian terhadap suatu produk, jasa atau nilai dan apabila perhatian itu sudah terbangun, maka target terpentingnya adalah agar orang loyal untuk membeli, jasa atau nilai itu (Bungin, 2015).

Sehingga dalam hal ini peneliti akan meneliti strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Desa Wisata Kertosari dalam mempromosikan potensi wisata yang ada di Desanya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang tersebut, menarik untuk dikaji lebih mendalam. Oleh karena itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Desa Wisata Kertosari Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan dalam mempromosikan potensi wisata di desanya” ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Desa Wisata Kertosari Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan dalam mempromosikan potensi wisata yang ada di desanya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perkembangan keilmuan komunikasi melalui upaya mengkaji, menerapkan, menguji, menjelaskan atau membentuk teori atau konsep tertentu. Serta memberikan kontribusi dan menambah kajian ilmunan komunikasi khususnya pada bidang komunikasi pemasaran terpadu.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pembelajaran serta informasi mengenai komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh tempat wisata dalam melakukan strategi pemasarannya.