

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap daerah memiliki keunggulan yang diandalkan untuk menambah pendapatan daerah. Berbagai potensi yang diandalkan seperti potensi sumber daya alam misalnya pariwisata. Pariwisata sudah menjadi akomoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu dari berbagai lapisan. Alasannya, aktivitas wisata seseorang bisa menumbuhkan daya kreatif, menghilangkan stres dikarenakan oleh beban kerja yang berlebihan. Selain itu, berwisata dijadikan sebagai sumber memperluas ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu sejarah.

Membangun potensi wisata daerah yang masih dalam tahap penemuan tentu memiliki masalah yang komplis dan harus dicarikan solusi untuk jalan keluarnya, sehingga bisa berjalan sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Banyak cara yang bisa dilakukan untuk membangun potensi wisata yang dimiliki oleh setiap daerah, salah satunya dengan cara promosi. Promosi ini dilakukan tidak lain adalah untuk membuat objek wisata yang dimaksud mempunyai daya tarik wisatanya dan lebih dikenal lagi oleh calon wisatawan untuk mengunjungi dan menikmati tempatnya. Diluar konteks pemerintahan terdapat industri pariwisata yang juga turut serta dalam mempromosikan lokasi atau objek-objek wisata tertentu termasuk travel.

Industri pariwisata saat ini berlomba-lomba membuat dan menciptakan produk yang bervariasi sesuai dengan pembangunan pariwisata, produk yang dimaksud antara lain; mengenalkan keindahan alam, budaya maupun adat istiadat

yang beraneka ragam maupun keunikan-keunikan yang terdapat pada objek wisata tersebut misalnya, *flora* dan *fauna* maupun ekosistem termasuk keindahan alamnya.

Pengembangan industri pariwisata mempunyai pengaruh yang cukup kuat bagi perkembangan wilayah di daerah sekitar objek wisata, karena dapat bertindak sebagai industri sektor utama, yaitu sektor unggulan yang mampu meningkatkan perekonomian daerah terutama bagi daerah otonom baru. Agar tidak menjadi daerah yang tertinggal, dengan potensi daerah di sektor pariwisata yang dimiliki daerah tersebut, harusnya dapat menjadi suatu batu loncatan untuk mengembangkan daerah dan meningkatkan pendapatan daerah dalam sektor pariwisata (dalam Nurfadilah, 2017:1).

Terlepas dari masalah diatas, Gorontalo memiliki banyak sumber daya alam yang memiliki potensi wisata di dalamnya. Pariwisata Gorontalo merupakan salah satu potensi yang strategis untuk dikembangkan dan dipasarkan ke calon wisatawan yang di dalam maupun di luar daerah. Kita banyak melihat potensi-potensi wisata tersebut baik objek wisata pantai, pulau, pegunungan maupun biota laut. Potensi inilah yang harus mendapatkan perhatian khusus dari industri pariwisata yang ada di Gorontalo.

Peneliti memfokuskan masalah terhadap objek wisata "*Pulo Cinta*" yang ada di Kabupaten Boalemo. Banyak pelaku industri pariwisata yang mempromosikan objek wisata ini, baik daerah maupun nasional. Dalam kesempatan ini, peneliti memilih pelaku industri pariwisata daerah yakni Asosiasi Travel (ASITA) Gorontalo sebagai objek penelitian. Asosiasi Perusahaan

Perjalanan Wisata Indonesia yang di dalam Bahasa Inggris juga dikenal dengan *Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies* (ASITA) adalah suatu perkumpulan yang mewadahi pengusaha atau pelaku usaha di bidang jasa perjalanan wisata di Indonesia. Sebagai organisasi yang bertujuan sosial nan berlandaskan Undang-undang Dasar 1945 dan undang-undang kepariwisataan Indonesia. Di Gorontalo, jumlah travel yang tergabung adalah sebanyak 40 travel yang masing mempunyai bidang tersendiri misalnya, kegiatan kepariwisataan dan perjalanan termasuk studi banding, haji dan umroh.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tahap observasi awal bahwa, ASITA Gorontalo menghadapi beragam masalah dalam mempromosikan tempat wisata di Gorontalo diantaranya adalah bersaing dengan *travel agent* internasional yakni Traveloka dan travel yang ilegal di Gorontalo.

Menurut ASITA, travel ilegal adalah travel yang hanya menawarkan jasa perjalanan dan tidak tergabung dalam Asosiasi Travel (ASITA) khususnya untuk wilayah Gorontalo. Mereka menganggap bahwa legalnya suatu travel adalah harus tergabung pada asosiasi travel. Secara umum, gaya promosi yang dilakukan oleh ASITA sama halnya dengan gaya promosi yang dilakukan oleh travel ilegal yang ada. Contohnya melakukan penyebaran *flyer*, baliho maupun dalam penggunaan *platform* media sosial. Hal yang membedakan adalah, travel ilegal memanfaatkan duta pariwisata muda (baru terpilih).

Sedangkan Traveloka adalah kompetitor nasional yang menggunakan *platform* aplikasi dalam melakukan promosi destinasi wisata baik lokal (Gorontalo) nasional maupun internasional. Ini tentu sangat berpengaruh terhadap

promosi objek wisata *Pulo Cinta* kepada calon wisatawan, Karena travel online tidak langsung bertatap muka dengan konsumen atau para wisatawan serta tidak mempunyai kantor dan tidak ada jaminan asuransi bagi calon wisatawan. Serta ditambahkan lagi dengan harga jasa yang lebih murah ketimbang dengan travel agen yang konvensional atau legal. Hal ini harus diperhatikan oleh pemerintah karena travel konvensional hanya akan mendapatkan 10% untuk 10 tahun kedepan, yang nantinya akan berpengaruh besar terhadap perekonomian khususnya di bidang pariwisata daerah. Fakta yang ada, bahwa pada tahun 2017 sejak bulan Januari-Maret wisatawan yang berkunjung ke *Pulo Cinta* berbeda dengan pada bulan-bulan lainnya seperti pada tabel berikut:

Tabel. 1.1 Kunjungan Wisatawan Nusantara & Mancanegara Objek Wisata Pulo Cinta Gorontalo Tahun 2017

WISATAWAN	BULAN												JUM
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agu	Sep	Okt	Nov	Des	
Nusantara	110	108	79	225	216	238	251	320	342	318	222	360	2789
M mancanegara	22	12	22	26	30	14	47	30	38	78	14	22	355

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Gorontalo

Tabel di atas menunjukkan bahwa, kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara sedikit agak berbeda, sebab harga yang ditawarkan mulai jasa dan fasilitas yang ada tergolong mahal. Misalnya harga tiket, penginapan dan muatan koper yang melebihi bagasi akan dikenakan cars berbayar, selain itu masuknya travel ilegal dan travel online juga menjadi hambatan tersendiri bagi ASITA sebab mereka menawarkan dengan harga dibawah akan tetapi tidak adanya jaminan kesehatan dari mereka. . Hal ini kemudian yang coba diperjuangkan oleh ASITA Gorontalo dalam mengembangkan promosi pariwisata secara legal. Secara legal yang dimaksud adalah ada satu korelasi antara pihak travel dan pemerintah

yang bisa diakui keabsahan keberadaan travel tersebut. Kelegalan tersebut juga untuk mendapatkan kepercayaan dari setiap pengunjung serta mendapatkan kenyamanan selama para wisatawan mengunjungi tempat-tempat wisata yang ditawarkan melalui travel-travel yang tergabung dalam ASITA. Dan ditahun 2018 kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara sendiri meningkat 10% dari tahun sebelumnya. Sedangkan di tahun 2019 periode bulan januari sampai bulan maret turun dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2017. Peneliti meyakini bahwa ada masalah-masalah tertentu yang terkait dengan cara promosi yang dilakukan oleh ASITA Gorontalo dalam mengemas potensi wisata yang dimiliki oleh *Pulo Cinta*. Sehingga penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada teori promosi, komunikasi pariwisata dan metodologi penelitian yang ada. Hal inilah yang akan mengungkap dan memberikan solusi atas masalah yang timbul di atas.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan **“Peran Travel Dalam Mempromosikan Pariwisata *Pulo Cinta*”** pada Asosiasi Travel (ASITA) Gorontalo.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

ASITA Gorontalo dan pemerintah harus turun tangan dalam menangani travel online dan travel ilegal, Karena nantinya prospek permintaan travel online bakal terus meningkat ke depannya. Yang bisa saja akan berpengaruh dalam hal

perekonomian khususnya dalam bidang pariwisata. Dan berdampak besar kepada ASITA yang nantinya akan gulung tikar.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana **“Peran Travel Dalam Mempromosikan Pariwisata *Pulo Cinta* ?”** (Studi Deskriptif Asosiasi Travel (ASITA) Gorontalo).

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui **Peran Travel Dalam Mempromosikan Pariwisata *Pulo Cinta***.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - 1) Sebagai masukan terhadap ilmu komunikasi dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan.
 - 2) Penelitian ini sebagai pengalaman dan latihan yang bermanfaat dalam mengembangkan sikap ilmiah.
2. Manfaat Praktis
 - 1) Sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dibidang komunikasi.
 - 2) Sebagai masukan terhadap ASITA Gorontalo dalam mempromosikan objek wisata *Pulo Cinta*.