

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemerintah pusat pada Tahun 2019 berupaya meningkatkan perekonomian dengan menciptakan kebijakan seperti percepatan infrastruktur, perkembangan sektor ekonomi potensial, perkembangan sektor industri dan perkembangan sektor pariwisata (Sugiarto, 2019). Pariwisata berperan penting dalam meningkatkan kemajuan ekonomi daerah karena dalam potensinya dapat menarik berbagai macam orang lokal maupun manca negara yang dapat menciptakan kegiatan ekonomi, serta pariwisata juga dalam beberapa dekade terakhir telah menyumbangkan *Devisa* kepada tiap daerah-daerah secara tidak langsung bermanfaat kepada negara. Maka itu Gorontalo sebagai provinsi, memiliki kabupaten yang dapat menunjang hal tersebut yaitu kabupaten Bone Bolango.

Bone Bolango adalah salah satu tujuan wisata dilihat dari pemandangan alam yang merupakan bagian dari Provinsi Gorontalo, serta memiliki kondisi geografi dan letaknya yang strategis. Kondisi cuaca yang hangat dan memiliki luas wilayah *1.984,58 km²*. Maka Bone Bolango berpotensi besar untuk mengembangkan indsutri sektor pariwisata. Selain itu juga ternyata Bone Bolango memiliki potensi di daerah perairan, daratan dan pegunungan dalam potensinya membentuk *destinasi* pariwisata yang baik (Gorontalo, 2020).

Dalam ilmu pariwisata *destinasi* wisata terbagi berdasarkan jenis seperti yang dijelaskan pada (Undang-Undang Tahun 2009 Nomer 10) bahwa wisata

mengandung empat unsur, yaitu kegiatan perjalanan; dilakukan secara sukarela; bersifat sementara; perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Maka itu kita harus bangga terhadap Kekayaan dan keunikan sumber daya wisata tersebut juga menjadi modal dasar yang sangat vital bagi Indonesia dalam mengembangkan produk wisatanya untuk menjadi destinasi atau tujuan wisata bagi pangsa pasar wisatawan Indonesia dari berbagai kawasan di dunia. Dalam kerangka pengelolaan dan pemanfaatan potensi sumber daya wisata tersebut, Kementerian Pariwisata mengidentifikasi dan menetapkan fokus pengembangan produk wisata Indonesia dalam tiga kategori yaitu produk wisata alam, budaya dan buatan (Kementerian Pariwisata RI, 2015) dapat kita lihat pada tabel berikut :

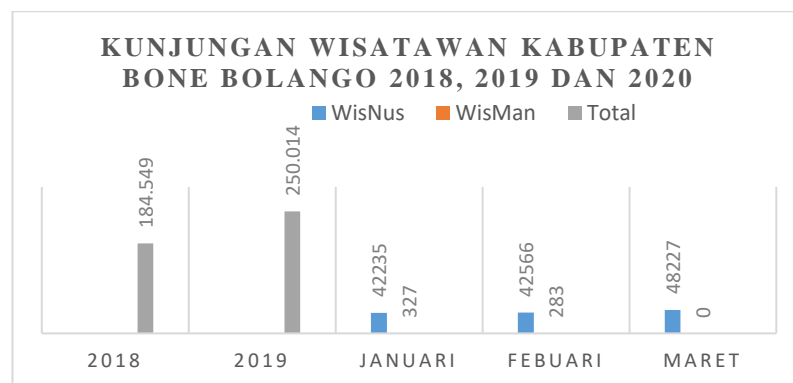
No	Produk wisata	Nama <i>Destinasi</i> Wisata
1.	Wisata Alam	<ul style="list-style-type: none"> • Pantai Bututonuo • Pantai Molotabu • Pantai Botubarani • Out Bond LPMP • Pantai Pinomon Tiga • Pantai Taludaa • Pantai Kurenai • Pantai Olele dan Longalo River Tubing
2.	Wisata Budaya	<ul style="list-style-type: none"> • Taman Nasional • Desa Encalve Pinogu • Makam Pahlawan Nasional Nani Wartabone • Makam Raja Hubulo • Tugu NKRI dan Makam Raja Ruchban
3.	Wisata buatan	<ul style="list-style-type: none"> • Meranti • Air Terjun Taludaa • Center Point dan Danau Perintis

Tabel 1.1 Destinasi wisata kabupaten Bone Bolango
(Sumber dinas pariwisata dan ekonomi kreatif Bone Bolango)

Meratanya penyebaran *destinasi* wisata yang ada di kabupaten Bone Bolango secara tidak langsung, harusnya dapat menarik kunjungan berbagai wisatawan dari

desa, kota seprovinsi gorontalo, serta dapat berkompetisi dengan berbagai macam destinasi wisata yang ada di seluruh indonesia juga serta dapat menarik minat kunjungan wisatawan asing. Dilihat dari data kunjungan wisatawan tahun 2018 di bandingkan dengan data 2019 peneliti melihat terjadinya sebuah peningkatan yang cukup *Signifikan* bisa di lihat pada tabel 1.2.

Tahun 2020 pemerintah pusat seperti yang kita tahu telah membuat sebuah kebijakan yaitu untuk meningkatkan ekonomi salah satunya melalui peningkatan perekonomian pada pengembangan sektor pariwisata (Sugiarto, 2019). Namun kenyataan tidak sejalan dengan rencana, hal ini di sebabkan pada kunjungan tahun 2020 pada bulan maret terjadi penurunan yang sangat *Signifikan* dapat di lihat pada tabel 1.2. Penurunan ini secara langsung akan mengakibatkan melemahnya kegiatan ekonomi pada lokasi destinasi wisata serta hal ini secara langsung akan melemahkan *Devisa* pendapatan daerah yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi perekonomian daerah.



Tabel 1.2
Jumlah Kunjungan wisatawan kabupaten Bone Bolango
(Sumber dinas pariwisata dan ekonomi kreatif Bone Bolango)

Penurunan kunjungan pada 2020 bulan maret tentu saja akan menimbulkan kesadaran bahwa kinerja dinas pariwisata dan ekonomi kreatif kabupaten Bone

Bolango masih lah kurang maksimal atau telah terjadi suatu keadaan yang dapat menyebabkan penurunan kunjungan ini. Kemudian hal tidak terduga ternyata yang melatar belakangi penurunan wisatwan di sebabkan akibat pademik global, seperti yang telah di inforamasikan pada 11 maret tahun 2020 dimana organisasi kesehatan dunia *WHO* mengumumkan adanya wabah pandemi global hal ini pun memicu matinya sektor industri pariwisata dalam waktu yang tidak di tentukan. Seperti yang di beritakan oleh media informasi dikatakan bahwa *Virus Covid-19* akan mengakibatkan Sekitar 50 juta orang akan kehilangan pekerjaan di sektor pariwisata akibat pandemi (Tumbelaka, 2020). Kemudian dalam antisipasi agar pandemi global ini tidak menyebar luas bupati kabupaten Bone Bolango melakukan tindakan pencegahan dini yaitu dengan menutup *destinasi* wisata dari tanggal 23 maret hingga 6 april inforamasi ini di sampaikan kepada Dinas Kominfo agar dapat di teruskan melalui berbagai media informasi (Zulkifli, 2020).

Terpuruknya industri sektor pariwisata membuat perkembangan ekonomi kabupaten Bone Bolango menurun, maka dalam menangani masalah ini Pemerintah daerah ingin memberlakukan kebijakan *New Normal*. Dalam penjelasanya *New normal* adalah perubahan perilaku di mana warga tetap bisa menjalankan aktivitasnya namun dengan menerapkan protokol kesehatan guna mencegah penularan *Covid-19*, sistem ini telah di bentuk oleh pemerintah pusat dengan tujuan agar segera segala kegiatan aktivitas dapat di jalankan kembali seperti semula sehinga kegiatan industri seperti sektor pariwisata. Hal ini di perkuat dengan pernyataan bahwa *New normal* ada agar masyarakat bisa beradaptasi

dengan pandemi. Harapannya, Indonesia bisa selamat dari ancaman *resesi* (Margianto, 2020).

Maka setelah sistem *New normal* ini dijalankan dan objek pariwisata di buka kembali, pihak dinas pariwisata Bone Bolango harus dapat melakukan pemasaran objek pariwisata kembali. Agar masyarakat mengetahui bahwa wisata telah di buka kembali, serta pihak dinas pariwisata harus bisa meningkatkan kunjungan kembali. Menurut kegiatan komunikasi pemasaran yang baik di gunakan oleh dinas pariwisata dan ekonomi kreatif yaitu komunikasi pemasaran interaktif, dimana dalam masa pandemik global ini banyak orang yang sedang di rumah aja. Maka itu promosi-promosi menarik harus dapat di lakukan oleh dinas pariwisata dan ekonomi kreatif Bone Bolango.

Penelitian ini pernah di teliti dengan topik pembahasan yang sedikit berbeda namun dengan tujuan yang sama. Penelitian itu diteliti oleh (Solsolay, 2016), kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah penelitian ini sama-sama tentang pengkajian dalam penggunaan kegiatan komunikasi pemasaran, sementara penelitian yang saya susun ini tentang bagaimana peran pemasaran interaktif dalam membangkitkan kunjungan wisata Bone Bolango. Bedanya peneliti dalam meneliti masalah ini yaitu munculnya pandemi global sebagai bencana internasional yang mematikan sektor pariwisata dalam waktu tidak di tentukan, maka bagaimana peran komunikasi interaktif dalam kegiatan ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka sangat menarik apabila di lakukan penelitian, yang menjadi pokok penelitian ini adalah bagaimana cara dinas pariwisata dan ekonomi kreatif Bone Bolango dalam mengembalikan kunjungan wisata melalui

peran Komunikasi pemasaran pariwisata dalam mempromosikan wisata dengan judul **“PEMASARAN INTERAKTIF DESTINASI WISATA DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN BONE BOLANGO PADA ERA *NEW NORMAL*”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wisata sebagai industri sektor pariwisata yang mampu mengembangkan ekonomi daerah namun dengan adanya pandemi global maka mereduplah industri ini. Oleh sebab itu di butuhnya sebuah kegiatan komunikasi pemasaran.
2. Pada tahun 2020 dalam 3 bulan pertama kunjungan wisatawan lokal atau wisatawan mancanegara mengalami penurunan.

1.3 Rumusan Masalah

Dari indentifikasi masalah yang telah diuraikan diatas dapat dirumuskan rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana pemasaran interaktif dinas pariwisata dan ekonomi kreatif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ?
2. Bagaimana minat kunjungan calon wisatawan dan wisatawan pada era *New Normal* ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pemasaran interaktif dinas pariwisata dan ekonomi kreatif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

2. Untuk mengetahui minat kunjungan wisatawan pada era *New Normal*.

1.5 Manfaat Penelitian

Secara lebih jelas manfaat penelitian ini diharapkan dalam dua bagian yaitu, manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

- 1) Sebagai sumbangan terhadap ilmu komunikasi dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan.
- 2) Penelitian ini sebagai pengalaman dan latihan yang bermanfaat dalam mengembangkan sikap ilmiah.

1.5.2 Manfaat Praktis

- 1) Sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dibidang ilmu komunikasi.
- 2) Sebagai pengalaman berharga dalam mengaplikasikan ilmu yang telah di pelajari selama perkuliahan dan di harapkan meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan mengenai konteks komunikasi pariwisata. Penelitian ini juga sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu (S1).