

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu produk bisnis berbasis modern. Produk pariwisata banyak didesain sebagai produk bisnis, mulai dari destinasi, transportasi, ekonomi kreatif, venue rekreasi, perhotelan, dan aktrasi seni dalam paket-paket wisatayang menarik. Dengan berkembangnya sektor pariwisata di suatu Negara dapat menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor perkebunan, pertanian, peternakan, kerajinan rakyat, kesempatan penempatan kerjadan sebagainya. Sektor pariwisata juga sudah menjadi sebuah industri yang menjanjikan bagi daerah-daerah yang memiliki potensi obyek-obyek pariwisata (Pemerintahan et al., 2020).

Dalam Industri pariwisata bukan hanya dianggap menciptakan sejumlah prospek penciptaan lapangan kerja baru yang langsung, tetapi secara ideal jugadapat memberikan kesempatan kerja tambahan. seperti contoh Fandeli mengemukakan masyarakat di Pantai Kuta Bali, pada awalnya merupakan kecamatan yang miskin dengan masyarakat yang bermatapencaharian sebagai nelayan, tetapi setelah berkembangnya industri pariwisata pada tahun 1974 penduduknya mempunyai penghasilan rata-rata pertahun US\$ 750. Yang berarti daerah Kuta merupakan daerah dengan pendapatan perkapital tertinggi di Indonesia saat itu. Indonesia mempunyai potensi amat sangat besar di bidang pariwisata. Yang juga terlihat pada

indahnyanya berbagai macam pemandangan alam, sejarah bangsadan kebudayaan. Festival dan upacara-upacara yang unik, berbagai macam seni lukis dan kerajinan tangan, dan banyak tempat yang sangat menarik bagi para wisatawan untuk dikunjungi setiap tahun. Keindahan alam dan juga keanekaragaman budaya Indonesia merupakan aset nasional yang belum sepenuhnya dikembangkan atau dikelola untuk dimanfaatkan sebagai objek dan daya tarik wisata termasuk yang ada di Sulawesi Tenggara, baik ditinjau dari segi manajemen pariwisatanya itu sendiri, maupun dari segi pemasaran sosialnya, oleh karena itu peluang untuk mendapatkan devisa yang lebih besar melalui potensi industri-industri pariwisata di daerah ini sangat terbatas. Pemasaran sosial sebagai suatu penerapan dari konsep pemasaran pada aktivitas yang berhubungan dengan kepedulian kemasyarakatan, kesejahteraan rakyat dan pelayanan sosial (Studi & Pemasaran, 2005).

Berbagai daerah di Indonesia memiliki berbagai objek wisata dengan karekteristik yang berbeda, sebagaimana Kabupaten Konawe Selatan yang terletak di Provinsi Sulawesi Tenggara memiliki keindahan alam yang sangat menarik seperti mata air terjun eksotik, pantai yang begitu indah dan memanjakan mata, dan masih banyak lagi wisata alam di Kabupaten Konawe Selatan, hal ini menjanjikan perkembangan kawasan pariwisata dengan dukungan sumber daya alam, yang menjadikan industri pariwisata sebagai penopang dalam meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakatnya. Keindahan dan keunikan alam yang ada di Kabupaten Konawe Selatan merupakan ciri khas yang membuatnya dijadikan destinasi

objek wisata yang harus dikunjungi di Provinsi Sulawesi Tenggara. Berikut Objek wisata Konawe Selatan yang sangat beragam.

Tabel 1.1: Daftar Objek Wisata Konawe Selatan

No	Objek Wisata	Lokasi
1	Air Terjun Moramo	Desa Sumber Sari Kec. Moramo
2	Pulau Hari	Desa Wawatu Kec. Moramo Utara
3	Desa Wisata Namu	Desa Namu Kec. Laonti
4	Taman Nasional Rawa Aopa Watumohai	Desa Aopa Kec. Angata
5	Pantai Torobulu	Desa Torobulu Kec. Laeya
6	Air Panas Kaindi	Desa Lainea Kec. Lainea
7	Pulau Senja	Desa Wawatu Kec. Moramo Utara
8	Benteng Lapadi	Desa Watumeeto Kec. Lainea
9	Taman Savana	Desa Tatangge Kec. Tinanggea
10	Pulau Lara Desa Labuan Beropa Kec. Laonti	Desa Labuan Beropa Kec. Laonti
11	Air Terjun Ulunese	Desa Amolengu, Kec. Kolono

Sumber: Thoriq, 2022

Tabel di atas adalah objek wisata yang ada di Kabupaten Konawe Selatan terdapat banyak sekali destinasi tujuan berlibur yang memiliki peluang perekonomian, tetapi dalam pengelolaan objek wisata tersebut belum dilakukan secara maksimal oleh Pemerintah Kabupaten Konawe Selatan, sehingga potensi yang ada tidak termanfaatkan dengan baik. Salah satu yang menjadi perhatian peneliti adalah objek wisata Air Terjun Moramo (Thoriq, 2022).

Strategi sebenarnya adalah manajemen dan perencanaan agar tercapainya tujuan tersebut, tetapi untuk mencapainya, strategi tidak hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Suatu strategi juga merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak (Rodiah & Yusup, 2018).

Banyak hambatan dan rintangan yang harus dihadapi terutama jika tidak didukung oleh masyarakat sekitar tempat wisata tersebut. Di sinilah pentingnya peraturan dan kesadaran dari pemerintah daerah yang melaksanakan pembangunan di sektor pariwisata. Sektor pariwisata memerlukan suatu strategi yang dengan pola pengembangan kepariwisataan yang terencana atau tersusun agar potensi yang dimiliki bisa dikembangkan secara optimal. Di dalam memajukan sektor pariwisata di tingkat daerah peran pemerintah daerah sebagai motor penggerak dan selanjutnya memberikan kewenangan penuh kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata daerah dalam menentukan strategi-strategi pembangunan kepariwisataan (Primadany dan Mardiyono, 2018).

Pada dasarnya, komunikasi merupakan kebutuhan semua manusia, baik secara lisan, isyarat, maupun tulisan. Karena komunikasi adalah suatu kebutuhan, komunikasi menjadi kunci hubungan antar sesama manusia dalam kehidupan, kesuksesan dalam hubungan manusia ditentukan oleh caranya membangun sebuah komunikasi. Berkaitan dengan komunikasi, strategi

komunikasi diperlukan untuk menghasilkan proses komunikasi yang dapat dimengerti oleh pihak penerima informasi. Strategi komunikasi ini digunakan untuk mencapai tujuan atau target yang ditetapkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi berperan penting atas berhasil atau tidaknya suatu program. Oleh karena itu, sebelum mempublikasikan atau mengkampanyekan program kepada masyarakat, pemerintah harus menyusun strategi komunikasi yang tepat dan matang. Hal ini dilakukan agar pesan atau informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat diterima dan dimengerti dengan baik oleh masyarakat atau masyarakat (Selviana, 2018).

Air Terjun Moramo yang berada di kabupaten Konawe Selatan (Konsel) hingga kini masih menjadi primadona masyarakat. Kondisi alam yang masih terjaga, serta sajian panorama undakan bebatuan yang tampak tersusun, menjadi salah satu daya tarik warga untuk berwisata di tempat ini. Air Terjun Moramo memiliki bentuk bertingkat dengan ketinggian 100 meter. Dari ketinggian tersebut, air mengalir melewati tujuh tingkatan utama. Selain tujuh tingkatan tersebut, terdapat 60 tingkatan kecil yang memiliki fungsi sebagai tempat penampungan air seperti kolam yang terletak di tingkat kedua. Untuk menjangkau objek wisata ini pengunjung harus masuk ke dalam hutan dengan berjalan kaki sejauh 1,4 kilometer. Namun jangan khawatir karena jarak yang jauh karena akses ke lokasi Air terjun sudah dibangun dengan baik. Untuk masuk wisata ini pengunjung hanya perlu mengeluarkan uang sebanyak 10.000 untuk motor dan 25.000 untuk mobil. Sayangnya karena banyak pengunjung yang berdatangan kebersihan pun kurang terjaga, padahal tempat sampah disediakan cukup banyak. Musholla juga kurang terjaga tidak

sedikit pengunjung yang enggan solat dikarenakan mushholla yang kurang bersih, dan lokasi tempat wudhu cukup jauh, sekitar dari musholla. Selain karena sampah dan Musholla pohon-pohon juga kurang terjaga banyaknya pohon tumbang dan jembatan yang lapuk, mungkin kurangnya perhatian dari pemerintah.

Air Terjun Moramo juga salah satu wisata populer di Sulawesi Tenggara yang memiliki air terjun sangat indah dengan ketinggian sekitar 100 meter. Air Terjun Moramo Terletak di kawasan hutan suaka alam tanjung peropa tepatnya di Desa Sumber Sari, Kecamatan Moramo, Kabupaten Konawe Selatan, Provinsi Sulawesi Tenggara. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada tanggal 20 Desember 2022, peneliti mewawancarai Pak Toni selaku petugas karcis menurut pak Toni Air Terjun Moramo pertamakali ditemukan oleh seorang transmigran dari Jawa yang pada saat itu ingin mencari Anoa. Setelah itu jalan menuju lokasi Air Terjun Moramo mulai dibukadan resmi dijadikan objek wisata pada tahun 1990an. Peneliti juga memperoleh data bahwa Wisata Air Terjun Moramo semakin meningkat mulai dari saranadan prasarana yang baru dan juga tertata rapi. Pengunjung yang datang beragam mulai dari dewasa hingga anak-anak, di hari biasa wisatawan tidak begitu ramai tapi di hari libur banyaknya pengunjung hampir memenuhi lokasi parkir, pengunjung yang berdatangan rata-rata pada siang hari dan pulang di sore hari menjelang malam.

Alasan peneliti tertarik untuk mengambil penelitian di Air Terjun Moramo yaitu karena peneliti sangat tertarik pada wisata tersebut yang dulunya tidak terlalu terkenal dan belum banyak pengunjung hingga bisa

terkenal sampai sekarang dan juga karena cukup terkenal Air Terjun Moramo masuk dalam salah satu acara TV swasta Indonesia yaitu Trans7 dengan acara TV nya On The Spot. Karena rasa tertarik inilah penulis ingin mengetahui bagaimana cara komunikasi yang dilakukan juga peneliti ingin mengetahui apa saja faktor penghambat dan pendukung saat proses komunikasi Air Terjun Moramo. Begitu pula dengan teknik atau metode apa yang digunakan agar berjalan lancaranya komunikasi yang dilakukan.

Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang di lakukan oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisatadalam meningkatkan jumlah kunjungan Air Terjun Moramo. Tahun 2023, kunjungan wisatawan Air Terjun Moramo sangat fluktuaktif. Maksudnya adalah jumlah kunjungannya tidak tetap kadang kala naik maupun turun setiap bulannya.

Hal inilah yang mendasari peneliti untuk mengangkat judul **“Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Air Terjun Moramo”**.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Penelitian ini difokuskan pada objek wisata Air Terjun Moramo pada strategi komunikasi dinas pariwisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

## **1.3. Rumusan Masalah**

1.3.1. Bagaimana penerapan strategi komunikasi dinas pariwisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Air Terjun Moramo?

1.3.2. Apa saja faktor-faktor yang mendukung dan menghambat dalam meningkatkan jumlah kunjungan?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

1.4.1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan dalam meningkatkan kunjungan wisata Air Terjun Moramo.

1.4.2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat dalam meningkatkan jumlah kunjungan.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1. Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan memberikan kontribusi dalam pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya strategi komunikasi.

##### **1.5.2. Manfaat Praktis**

Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan tentang Dinas Pariwisata Pemerintah, khususnya tentang strategi komunikasi dan juga hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan atau masukan bagi Dinas Pariwisata.

#### **1.6. Definisi Operasional**

1.6.1. Strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan dengan mengubah tingkah laku manusia. Dalam mencapai tujuan, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan pendekatan dengan waktu yang berbeda tergantung situasi dan kondisi. Selain itu, supaya strategi komunikasi dapat berjalan dengan baik maka harus melibatkan semua unsur komunikasi, yaitu komunikator,

komunikasikan, pesan atau informasi, media, dan *feedback*. Strategi komunikasi menjadi penentu dalam berhasil maupun tidaknya suatu kegiatan komunikasi yang efektif.

- 1.6.2. Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata menikmati perjalanan tersebut untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan yang bermacam-macam.
- 1.6.3. Pengunjung atau Wisatawan adalah orang yang melakukan kunjungan ke tempat-tempat objek wisata dengan tujuan bersenang-senang, menambah ilmu pengetahuan dan juga menambah pengalaman.

