

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata memberikan kontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi, pelestarian budaya, dan kemajuan sosial suatu wilayah. Pengembangan sektor ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat, tetapi juga berperan dalam pelestarian budaya dan sejarah, serta memperkenalkan kekayaan lokal ke tingkat nasional dan internasional. Pariwisata telah ditetapkan sebagai prioritas utama pembangunan nasional Indonesia, didukung oleh berbagai kebijakan yang fokus pada promosi dan pengelolaan destinasi unggulan di seluruh wilayah. Salah satu provinsi yang memiliki potensi besar di sektor ini adalah Provinsi Maluku.

Provinsi Maluku adalah wilayah di Indonesia dengan potensi pariwisata yang sangat besar. Kombinasi kekayaan alam, warisan sejarah, dan keragaman budaya menjadikannya memiliki peluang luas untuk mengembangkan destinasi wisata unggulan. Salah satu destinasi wisata sejarah yang menyimpan nilai historis tinggi adalah Benteng Amsterdam yang dapat ditemukan di Negeri Hila, yang secara administratif berada di Kecamatan Leihitu, Kabupaten Maluku Tengah. Benteng Amsterdam adalah monumen bersejarah yang didirikan oleh otoritas kolonial Belanda pada abad ke-17. Struktur ini memiliki fungsi ganda yang krusial di masa lampau berupa pusat logistik strategis untuk mengawasi dan memfasilitasi perdagangan rempah-rempah yang menjadi komoditas utama Maluku dan sebagai pos militer serta pertahanan utama guna mengamankan kepentingan serta mengukuhkan kekuasaan kolonial di wilayah tersebut. Kini, Benteng Amsterdam menjadi salah satu ikon sejarah yang merepresentasikan jejak panjang peradaban dan kolonialisme di Maluku. Bangunan ini merupakan peninggalan bersejarah dari masa kolonial Belanda di wilayah tersebut, yang memberikan gambaran tentang kompleksitas sejarah dan perubahan yang telah terjadi di kawasan tersebut selama berabad-abad (Smith, 2016).

Benteng Amsterdam saat ini difungsikan sebagai objek wisata sejarah yang merupakan warisan masa kolonial Belanda. Secara administratif, situs ini berada di

Kecamatan Leihitu, Kabupaten Maluku Tengah, tepatnya di area perbatasan Negeri Hila dan Negeri Kaitetu di Pulau Ambon. Lokasi benteng ini dapat dicapai dengan perjalanan darat kurang lebih 42 kilometer ke arah utara dari pusat Kota Ambon, menjadikannya destinasi yang relatif mudah diakses oleh wisatawan dari ibu kota provinsi. Meski memiliki sejarah yang panjang dan menarik, destinasi ini belum dipromosikan secara optimal kepada masyarakat. Dibangun pada abad ke 17 oleh Belanda sebagai bagian dari sistem pertahanan kolonial mereka, benteng ini telah menjadi saksi bisu dari berbagai peristiwa sejarah yang melintasi wilayah tersebut, mulai dari masa kolonial hingga zaman modern. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, perawatan dan pemeliharaan Benteng Amsterdam menjadi semakin penting untuk memastikan keberlangsungan warisan sejarah ini bagi generasi mendatang (Pearce & Butler, 2019).

Sebagai destinasi wisata sejarah, Benteng Amsterdam memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi wisata edukatif yang bernilai historis. Namun, dalam kenyataannya, destinasi ini belum mendapatkan perhatian dan kunjungan yang optimal dari wisatawan. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Provinsi Maluku, jumlah kunjungan wisatawan di Provinsi Maluku dari tahun 2019 hingga 2023 menunjukkan fluktuasi yang cukup tajam. Sebelum pandemi COVID-19, jumlah wisatawan mancanegara mencapai 13.153 kunjungan pada tahun 2019, namun anjlok menjadi 2.010 kunjungan pada tahun 2020, dan mulai pulih secara bertahap hingga mencapai 11.946 kunjungan pada tahun 2023. Memasuki tahun 2024, Dinas Pariwisata Provinsi Maluku kembali mencatat adanya peningkatan, di mana jumlah wisatawan mancanegara mencapai 13.098 orang dan wisatawan nusantara sebanyak 389.745 orang. Meskipun demikian, angka tersebut belum mencapai target yang ditetapkan, yaitu 14.355 wisatawan mancanegara dan 429.763 wisatawan nusantara.

Data tersebut memperlihatkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Maluku belum sepenuhnya berhasil dalam mendorong peningkatan kunjungan wisatawan ke Benteng Amsterdam. Berbagai kegiatan promosi memang telah dilakukan, seperti kampanye media sosial dan publikasi berita. Namun, pelaksanaannya masih bersifat tidak konsisten dan belum terstruktur dengan baik. Dinas Pariwisata Provinsi Maluku belum memiliki

perencanaan konten (*content plan*) yang jelas untuk media sosial. Aktivitas unggahan di media sosial masih tidak konsisten dalam hal frekuensi maupun waktu publikasi. Selain itu, isi konten dan *caption* yang digunakan cenderung monoton, umumnya hanya menjelaskan sejarah Benteng Amsterdam tanpa disertai pesan yang bersifat persuasif atau mengajak wisatawan untuk berkunjung. Bahasa yang digunakan pun masih dominan Bahasa Indonesia dengan campuran bahasa daerah, sehingga pesan promosi sulit dipahami oleh masyarakat luar Maluku.

Kemudian keterbatasan anggaran promosi juga menjadi faktor yang menghambat pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran secara maksimal. Akibat keterbatasan tersebut, Dinas Pariwisata Provinsi Maluku belum melakukan pemasaran berbayar atau iklan digital, serta belum banyak melaksanakan kegiatan promosi langsung (*direct marketing*) ke target pasar potensial. Promosi yang dilakukan cenderung bersifat informatif dan belum menciptakan daya tarik emosional yang kuat bagi wisatawan. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan Dinas Pariwisata Provinsi Maluku belum terintegrasi secara menyeluruh. Pesan promosi yang disampaikan antar media belum konsisten, dan evaluasi terhadap efektivitas komunikasi belum dilakukan secara sistematis.

Jika ditinjau melalui teori Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication/IMC*), kondisi ini menunjukkan belum terwujudnya keterpaduan antara tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi. Padahal, strategi promosi yang efektif membutuhkan konsistensi pesan dan harmonisasi antar saluran komunikasi. Sejalan dengan hal tersebut, Donni Juni Priansa (2017) menjelaskan bahwa *IMC* merupakan pendekatan strategis yang berasal dari gabungan berbagai bentuk komunikasi, mulai dari iklan, promosi, media digital, hubungan masyarakat, hingga *event*, ke dalam pesan yang terpadu. Schultz (2004) juga menegaskan bahwa *IMC* adalah proses dalam merancang, melaksanakan, serta mengevaluasi komunikasi agar mampu membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan antara organisasi dengan publiknya.

Dengan demikian, kegagalan utama strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Maluku dalam mempromosikan Benteng Amsterdam terletak

pada kurangnya konsistensi, minimnya inovasi pesan, dan belum maksimalnya pemanfaatan media digital secara strategis. Walaupun strategi komunikasi sudah berjalan, namun pelaksanaannya belum maksimal karena keterbatasan sumber daya, kurangnya perencanaan konten, serta belum adanya kolaborasi lintas pihak yang berkelanjutan.

Dalam upaya untuk mempromosikan potensi pariwisata Provinsi Maluku, Dinas Pariwisata memiliki peran yang sangat penting. Melalui berbagai strategi komunikasi pemasaran, dinas ini berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan Wisata Benteng Amsterdam dan memperluas jangkauan promosi untuk menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara. Meskipun promosi telah dilakukan, jumlah kunjungan wisatawan ke Benteng Amsterdam masih belum sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu, penelitian diperlukan untuk menganalisis lebih lanjut faktor-faktor yang memengaruhi dan menentukan langkah strategis dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

Namun, hasil pengamatan awal menunjukkan bahwa penerapan prinsip *IMC* dalam strategi komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Maluku belum maksimal. Promosi Benteng Amsterdam masih terfokus pada penggunaan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Youtube* dan *TikTok*, tanpa diikuti oleh konsistensi pesan pada media lainnya. Publikasi di media massa, *website* resmi, dan kegiatan *event* belum dikaitkan secara langsung dalam satu tema komunikasi yang terpadu. Selain itu, kegiatan evaluasi terhadap efektivitas pesan dan media yang digunakan masih belum dilakukan secara menyeluruh. Hal ini menyebabkan upaya promosi yang dilakukan belum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan.

Selain tantangan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, masalah keberlanjutan juga menjadi perhatian penting dalam industri pariwisata. Keberlanjutan melibatkan berbagai aspek, termasuk pelestarian lingkungan, kelestarian budaya dan sejarah, serta kesejahteraan masyarakat lokal. Dalam konteks Wisata Benteng Amsterdam, keberlanjutan menjadi isu yang relevan karena pengunjung yang tidak terkendali atau kurangnya kesadaran tentang pentingnya pelestarian dapat mengancam kelestarian fisik dan nilai-nilai sejarah

dari bangunan bersejarah ini. Oleh karena itu, dalam menyusun strategi komunikasi pemasaran, Dinas Pariwisata Provinsi Maluku juga perlu mempertimbangkan aspek keberlanjutan untuk memastikan bahwa pertumbuhan pariwisata dapat berlangsung secara berkelanjutan tanpa mengorbankan warisan budaya dan lingkungan yang ada.

Penelitian ini dilakukan untuk meninjau tentang strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Dinas Pariwisata Provinsi Maluku dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Benteng Amsterdam, Negeri Hila, Kecamatan Leihitu. Studi ini meninjau sejauh mana prinsip-prinsip Komunikasi Pemasaran Terpadu (*IMC*) dilaksanakan pada setiap tahap strategi, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut dapat ditarik rumusan masalah melalui sebuah pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan dari judul skripsi tersebut, Yaitu :

Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Maluku, dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke wisata Benteng Amsterdam di Negeri Hila, Kecamatan Leihitu?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada identifikasi dan analisis terhadap strategi komunikasi pemasaran yang telah diimplementasikan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Maluku. Tujuan utamanya adalah mengetahui bagaimana strategi tersebut berperan dalam upaya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke situs bersejarah Benteng Amsterdam di Negeri Hila, Kecamatan Leihitu.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh terkait strategi komunikasi dalam memasarkan wisata bersejarah yang diterapkan Dinas Pariwisata Provinsi Maluku, serta menambah pemahaman baru bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian sejenis di masa mendatang.

1.4.2 Secara Praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan pembaca mendapatkan pemahaman baru mengenai penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran serta strategi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Maluku untuk menarik lebih banyak wisatawan ke Benteng Amsterdam, Negeri Hila, Kecamatan Leihitu.

