

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata menjadi sektor yang memainkan peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi daerah. Selain berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan asli daerah, sektor ini juga mampu menciptakan peluang kerja, meningkatkan taraf hidup masyarakat, serta memperkenalkan kekayaan budaya dan potensi alam daerah kepada khalayak yang lebih luas (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2024). Seiring dengan meningkatnya perhatian pemerintah terhadap pengembangan destinasi wisata yang memanfaatkan potensi lokal dan melibatkan masyarakat, sektor pariwisata di Indonesia terus menunjukkan perkembangan yang positif dan cukup pesat.

Perkembangan industri pariwisata pada era digital menuntut setiap daerah untuk mampu bersaing dalam menarik minat wisatawan. Persaingan tersebut bukan cuman pada keindahan objek wisata, melainkan pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh pengelola maupun pemerintah daerah. Strategi komunikasi pemasaran menjadi bagian penting dalam memperkenalkan destinasi wisata kepada masyarakat melalui berbagai media komunikasi yang efektif dan terintegrasi (Kusumawati, 2022). Melalui strategi komunikasi pemasaran yang tepat, sebuah destinasi wisata dapat dikenal lebih luas sehingga mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.

Komunikasi pemasaran adalah proses penyampaian informasi yang bertujuan untuk mengenalkan, memengaruhi, dan memberikan pengingat kepada konsumen mengenai produk maupun jasa yang ditawarkan (Kotler & Keller, 2016). Dalam sektor pariwisata, komunikasi pemasaran berperan sebagai media untuk membentuk citra baik bagi suatu destinasi serta menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Dengan demikian, penerapan strategi komunikasi pemasaran yang tepat menjadi poin utama untuk membantu pengembangan dan promosi destinasi wisata di daerah.

Pemerintah daerah menjadi bagian utama dalam upaya pengembangan dan promosi potensi wisata yang dimiliki suatu wilayah. Di Kabupaten Luwu Timur, tanggung jawab tersebut berada pada Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga yang berperan dalam merencanakan, mengelola, serta memasarkan berbagai destinasi wisata daerah agar semakin dikenal bagi seluruh masyarakat setempat maupun luar daerah (Pemerintah Kabupaten Luwu Timur, 2024). Dengan pelaksanaan tugas tersebut, instansi ini menjadi salah satu pihak yang berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan sektor pariwisata di Kabupaten Luwu Timur.

Salah satu destinasi yang menjadi perhatian dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Luwu Timur adalah Desa Wisata Matano Iniaku. Desa wisata ini memiliki beragam potensi yang berasal dari kekayaan alam maupun budayanya. Keberadaan Danau Matano, yang dikenal sebagai salah satu danau terdalam di Asia Tenggara, menjadi daya tarik utama yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, desa ini juga menawarkan pemandangan alam yang indah, kearifan budaya lokal, serta berbagai aktivitas wisata berbasis masyarakat yang dapat memberikan pengalaman wisata yang berkesan bagi para pengunjung (Indonesia Travel, 2024).

Potensi wisata yang dimiliki Desa Wisata Matano Iniaku sebenarnya dapat menjadi daya tarik yang mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Luwu Timur. Namun, dalam pengembangannya masih terdapat berbagai tantangan yang dihadapi, seperti kurang optimalnya promosi wisata, keterbatasan akses informasi, minimnya pemanfaatan media digital, serta persaingan dengan destinasi wisata lain yang lebih dikenal masyarakat. Kondisi tersebut menyebabkan promosi wisata perlu dilakukan secara lebih efektif agar destinasi wisata mampu dikenal secara luas dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Untuk mengatasi berbagai tantangan dalam pengembangan pariwisata, Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kabupaten Luwu Timur menerapkan sejumlah strategi komunikasi pemasaran guna meningkatkan jumlah kunjungan

wisatawan ke Desa Wisata Matano Iniaku. Upaya tersebut dilakukan melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, pelaksanaan berbagai kegiatan dan event pariwisata, keterlibatan duta wisata dalam memperkenalkan destinasi, serta kerja sama dengan masyarakat setempat untuk mempromosikan potensi wisata daerah. Di antara berbagai strategi tersebut, sosial media merupakan media yang dianggap efektif karena mampu menjangkau khalayak dimanapun berada dengan pengeluaran yang lebih sedikit (Prasetyo, 2021).

Strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan tidak hanya bertujuan untuk menyebarluaskan informasi mengenai destinasi wisata, tetapi juga untuk membentuk dan memperkuat citra positif di kalangan masyarakat. Melalui komunikasi pemasaran yang efektif, wisatawan dapat memperoleh informasi yang lengkap mengenai daya tarik wisata, fasilitas yang tersedia, kemudahan akses, serta berbagai pengalaman yang dapat dinikmati selama berkunjung. Upaya ini menjadi penting karena persepsi positif terhadap suatu destinasi wisata dapat memengaruhi minat dan keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan (Kotler & Keller, 2016).

Selain itu, evaluasi terhadap strategi komunikasi pemasaran juga menjadi hal penting yang perlu dilakukan. Evaluasi bertujuan untuk melihat seberapa sejauh efektivitas strategi komunikasi pemasaran yang telah diterapkan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Melalui evaluasi, dapat diketahui kelebihan dan kelemahan strategi promosi yang digunakan sehingga dapat menjadi bahan perbaikan dalam pengembangan strategi komunikasi pemasaran di masa mendatang (Kusumawati, 2022).

Kajian mengenai strategi komunikasi pemasaran di bidang pariwisata telah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kabupaten Luwu Timur dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Matano Iniaku masih

tergolong terbatas. Oleh sebab itu, penelitian ini memiliki nilai kebaruan karena memusatkan perhatian pada analisis dan evaluasi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam mendukung pengembangan desa wisata yang memanfaatkan potensi lokal sebagai daya tarik utama.

Peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai “Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kabupaten Luwu Timur dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Matano Iniaku”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh instansi terkait dalam mempromosikan destinasi wisata tersebut. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas pelaksanaan strategi yang digunakan serta menjadi referensi dan bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam mengoptimalkan promosi dan pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Luwu Timur.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga kabupaten Luwu Timur dalam peningkatan kunjungan wisatawan ke desa wisata Matano iniaku?

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga kabupaten Luwu Timur dalam peningkatan kunjungan wisatawan ke desa wisata Matano iniaku.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan pemahaman yang lebih luas terkait kegunaan komunikasi pemasaran pariwisata dalam menarik wisatawan.

- b. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi penelitian yang serupa.
- c. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan baru terkait pembahasan penelitian.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu sektor desa wisata Matano Iniaku semakin berkembang.
- b. Penelitian ini diharapkan bisa memperkenalkan sektor pariwisata desa wisata Matano Iniaku.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar destinasi wisata desa wisata Matano Iniaku.

