

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber ekonomi masyarakat dan pendapatan daerah. Hal ini dikarenakan perkembangan industri pariwisata tidak hanya berpengaruh terhadap peningkatan penerimaan devisa negara, tetapi juga memperluas peluang usaha untuk mengatasi pengangguran lokal dan menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat. Selain itu, industri pariwisata di Indonesia khususnya dan dunia umumnya telah berkembang pesat. Oleh karena itu, program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya potensi wisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi yang dapat berdampak pada ekonomi masyarakat dan pendapatan daerah.

Salah satu strategi komunikasi pemasaran yang sedang giat saat ini yaitu dalam hal pemasaran pariwisata. Pemasaran yang giat tersebut dilakukan terkait dengan Peraturan Presiden RI No 69 Tahun 2015 tentang bebas visa kunjungan Indonesia, yang mengatur kebebasan visa kunjungan bagi wisatawan asing yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan hubungan Negara Republik Indonesia dengan negara lain serta guna meningkatkan perekonomian nasional dan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan Pariwisata sendiri merupakan salah satu sumber pendapatan bagi suatu negara

tak terkecuali Negara Indonesia yang didukung dengan kekayaan dan keindahan alamnya serta kaya akan budaya yang dimiliki (Azzahrani, 2019:144).

Sektor pariwisata dapat menstimulus berbagai sektor produksi, serta memberikan kontribusi secara langsung bagi kemajuan-kemajuan dalam usaha – usaha pembuatan dan perbaikan pelabuban, jalan raya, pengangkutan, serta mendorong pelaksanaan program kebersihan dan kesehatan, proyek sarana, budaya, pelestarian lingkungan hidup dan sebagainya yang dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik kepada masyarakat setempat maupun wisatawan dari luar.

Dinas Pariwisata berupaya menyajikan informasi bagi pihak yang berkepentingan dengan harapan dapat menjawab tuntutan pengelolaan pemerintahan. Kebutuhan masyarakat akan informasi semakin tinggi dikarenakan mobilitas penduduk yang sangat cepat. Orang-orang dari berbagai daerah ataupun negara bebas pergi kemanapun yang mereka inginkan. Pada era sebelumnya, masyarakat hanya mendapati informasi melalui media cetak seperti koran atau buku serta media elektronik seperti radio dan televisi. Akan tetapi, media ini banyak kekurangannya karena hanya memberikan informasi yang ada maupun berita yang sudah usang. Sedangkan kebutuhan masyarakat akan informasi semakin meningkat dengan internet. Informasi yang didapat tidak terbatas oleh waktu, terbuka sehari semalam dan dapat mencari atau memilih informasi yang dibutuhkan.

Perkembangan pariwisata yang cukup pesat di Indonesia umumnya serta di Provinsi Sumatera Barat khususnya telah membawa banyak perubahan terutama dalam konsep dan tujuan berwisata. Wisatawan tidak lagi hanya cukup menikmati keindahan alam tempat wisata dengan segala fasilitas wisatanya. Sekarang ini

banyak wisatawan yang juga ingin menikmati keleluasaan berwisata dengan cara berinteraksi langsung dengan lingkungan dan masyarakat lokal. Perubahan inilah yang mendorong munculnya konsep pariwisata pedesaan yang ditandai dengan munculnya desa-desa wisata di berbagai provinsi di Indonesia.

Di kanagarian Silokek, Kecamatan Sijunjung, Kabupaten Sijunjung, terdapat lokasi *Geopark* Ranah Minang Silokek. Silokek saat ini merupakan satu - satunya lokasi wisata alam yang dimiliki Kabupaten Sijunjung. Oleh karena itu, pemerintah daerah Kabupaten Sijunjung ingin menjadikan wisata Taman Geologi *Silokek* sebagai daya tarik bagi masyarakat luar yang ingin berkunjung ke Kabupaten Sijunjung.

Daya tarik *Geopark* Silokek merupakan salah satu potensi pengembangan pariwisata daerah Kabupaten Sijunjung untuk dikaji dan dipromosikan sebagai sektor pariwisata. *Geopark* adalah pengembangan wilayah yang dikelola dengan fitur geologi yang luar biasa, serta kualitas sejarah, ekologi, dan budaya yang dimilikinya. *Geopark* Silokek menyimpan banyak sekali keunikan serta tempat wisata yang patut dikembangkan agar menjadi tempat tujuan wisata bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Keunikan tersebut menjadi daya Tarik pengunjung untuk datang ke *Geopark* Silokek.

Komunitas lokal dan pemerintah daerah berkolaborasi untuk melestarikan dan menjaga warisan alam di wilayah tersebut. Fungsi – fungsinya diperkuat, dan kesejahteraan masyarakat ditingkatkan. (Taman Bumi/Perpres Nomor 9 Tahun 2019). *Geopark* Silokek juga dikenal sebagai kawasan Ranah Minang Silokek atau *Geopark* Silokek, adalah tujuan wisata populer yang ditetapkan sebagai *Geopark*

Silokek oleh UNESCO pada tanggal 28 November 2018 berdasarkan Peraturan No. 11 Tahun 2019. Distrik Sijunjung dan Sumpur adalah dua di antaranya distrik yang termasuk dalam kawasan *Geopark* Silokek.

Sesuai dengan peraturan daerah tentang peraturan pariwisata di Kecamatan Sijunjung, maka diterbitkanlah Peraturan Daerah Kabupaten Sijunjung Nomor 10 Tahun 2019 untuk mendukung pengembangan pariwisata *Geopark* Silokek. Penjelasan mengenai dibentuknya Perda Nomor 10 Tahun 2019 oleh pemerintah Sijunjung karena berkaitan dengan ketentuan Undang – Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan pengelolaan Lingkungan Hidup.

Gambar 1. 1
Keindahan Alam Geopark Silokek



(Sumber: Penliti, 2024)

“Kawasan *Geopark* Silokek mencakup tiga aspek. Salah satunya adalah keanekaragaman geologi, yang mengacu pada keunikan komponen geologi seperti mineral dan batuan. Bentang alamnya menampilkan kekayaan esensial wilayah tersebut berupa batu gamping tipe empat dan batuan vulkanik, serta beberapa jenis batuan lainnya seperti granit, batuan metamorf, batuan sedimen, dan batu gamping. Keanekaragaman hayati (*biodiversty*), yaitu ekosistem darat. Laut, dan perairan lainnya, serta bagian

dari keanekaragaman berupa tumbuhan seperti *Rafflesia haselti*, burung enggang, pohon berumur berabad – abad, dan lain – lain. Budaya yang beragam, dulu dan sekarang, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, seperti lokomotif uap dan desa kerajinan. Aspek – aspek ini dikelola dengan partisipasi aktif masyarakat dan pemerintah daerah dengan tujuan konservasi masyarakat, pendidikan dan pembangunan ekonomi berkelanjutan” (Wawancara Prapenelitian dengan Ridwan Ketua Harian Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang, Februari 2024).

“Desa Wisata Silokek merupakan salah satu dari tiga wisata yang masuk dalam kategori 50 besar Anugrah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2022 yang diresmikan langsung oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia yakni Sandiaga Salahuddin Uno. Desa wisata Silokek memiliki luas wilayah 1.918 hektar dan berada di ketinggian 150-200 mdpl. Desa wisata Silokek juga memiliki ngalau (goa) basurek yang merupakan goa yang terbentuk ornamen – ornamen goa yang unik dan menarik dengan panjang sekitar 250 meter. Di *Geopark* Silokek terdapat sebuah hambaran sungai batang kuantan dan batang sangkiamo” (Wawancara Prapenelitian dengan Eko Saputra Anggota badan pengelola *Geopark* Ranah Minang, April 2024).

Destinasi wisata *Geopark* Silokek termasuk kedalam jenis pariwisata minat khusus, menurut buku Pengantar Pariwisata karya Ismayanti, dijelaskan bahwa wisata minat khusus adalah kegiatan pariwisata yang menawarkan kegiatan yang tidak biasa dilakukan wisatawan pada umumnya. Wisata minat khusus juga dapat dilakukan atau dapat ditawarkan kepada wisatawan dengan keahlian khusus atau ketertarikan khusus. Oleh karena itu segmentasi (target pasar) dari destinasi wisata *Geopark* Silokek sendiri tentunya wisatawan yang ingin mendapatkan pengalaman secara khusus seperti Menyusuri gua, melihat air terjun Batang Tayeh dan Air Terjun Kajai, Mengunjungi Desa Wisata Silokek, serta melakukan arung jeram di sungai Batang Kuantan.

Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang Silokek merupakan salah satu lembaga pemerintah daerah yang dibentuk untuk mengelola dan mengembangkan

Geopark Ranah Minang Silokek. Badan Pengelola *Geopark* Ranah minang Silokek ini memiliki beberapa tugas dan fungsi antara lain:

1. Merencanakan dan melaksanakan pengelola *Geopark* Ranah Minang Silokek.
2. Melakukan pengembangan dan promosi *Geopark* Ranah minang Silokek.
3. Memperkuat dan mengembangkan kelembagaan *Geopark* Ranah Minang Silokek.
4. Membina dan mengembangkan kelembagaan *Geopark* silokek Ranah Minang Silokek.
5. Membina dan mengembangkan kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka pengelolaan *Geopark* Ranah Minang Silokek.
6. Melakukan monitoring dan evaluasi pengelolaan *Geopark* Ranah minang Silokek.

Program dan kegiatan Badan Pengelola *Geopark* Ranah minang dalam mengelola dan mengembangkan *Geopark* Minang Silokek antara lain:

1. Pengembangan geowisata: BPGRMS mengembangkan berbagai macam geowisata, seperti wisata geosite, wisata edukasi, dan wisata budaya.
2. Pengembangan geoproduk: BPGRMS mengembangkan berbagai macam geoproduk, seperti produk kerajinan tangan, produk kuliner, dan produk pertanian.
3. Pengembangan geokonservasi: BPGRMS mengembangkan berbagai macam geokonservasi, seperti pelestarian geosite, pelestarian flora dan fauna, dan pelestarian budaya.

4. Pengembangan geoedukasi: BPGRMS mengembangkan berbagai macam geopenelitian, seperti penelitian geologi, penelitian biologi, dan penelitian budaya (Wawancara Prapenelitian dengan Eko Saputra Anggota Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang, 20 April 2024).

Strategi komunikasi pemasaran merupakan faktor penting dalam suatu bisnis maupun di sebuah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan seperti mempertahankan dan meningkatkan eksistensi secara berkesinambungan. Di era globalisasi yang ditandai dengan pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi seperti sekarang ini, persaingan di berbagai bidang dapat mempengaruhi eksistensi suatu perusahaan, sehingga hal tersebut menjadi dorongan bagi tiap perusahaan untuk memikirkan langkah – langkah yang harus ditempuh untuk mempertahankan eksistensinya. Ketatnya persaingan pasar menuntut setiap perusahaan untuk berlomba – lomba menggunakan berbagai macam strategi pemasaran agar dapat diterima oleh konsumen agar mampu bertahan di era yang penuh dengan kompetisi seperti saat ini.

Menurut data Provinsi Sumatera Barat Dalam Angka Tahun 2022, jumlah kunjungan wisatawan Nusantara ke Kabupaten Sijunjung Tahun 2021 adalah sebanyak 60.533 orang dari total 4.785.886 orang wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat, atau hanya sebesar 1,26%. Kabupaten Sijunjung berada pada urutan ke-15 dari 19 kabupaten/kota yang ada di Provinsi Sumatera Barat. Kunjungan wisatawan nusantara berdasarkan Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1. 1
Kunjungan Wisatawan Ke Sumatera Barat Tahun 2022-2023

Kabupaten/Kota	Tahun 2023	Tahun 2022
Kab. Kepulauan Mentawai	45.002	32.979
Kab. Pesisir Selatan	605.176	516.737
Kab. Solok	814.931	716.736
Kab. Sijunjung	432.330	400.429
Kab. Tanah Datar	711.590	668.970
Kab. Padang Pariaman	1.069.663	1.162.256
Kab. Agam	810.674	779.447
Kab. Lima Puluh Kota	1.148.572	1.104.422
Kab. Pasaman	348.595	329.280
Kab.Solok Selatan	329.796	330.666
Kab. Dharmasraya	485.388	369.629
Kab. Pasaman Barat	383.797	347.646
Kota Padang	2.853.244	2.586.342
Kota Solok	426.174	315.345
Kota Sawahlunto	224.084	200.689
Kota Padang Panjang	315.583	332.048
Kota Bukittinggi	1.609.458	1.432.016
Kota Payakumbuh	378.460	361.232
Kota Pariaman	348.508	325.394

(Sumber: Badan Pusat statistik Provinsi Sumatera Barat, 2024)

Persaingan wisata di Sumatera Barat belakangan ini sangat kompetitif. Berbagai destinasi wisata seperti Jam Gadang Bukittinggi, Ngarai Sianok, Lubang Jepang, Lembah Harau Lima Puluh Kota, Istana Basa Pagaruyung Batusangkar, Danau Singkarak, Danau Kembar Solok, Pantai Air Manis, Kawasan Mandeh, dan lainnya menjadi primadona bagi wisatawan. Inovasi dan ide kreatif menjadi kunci untuk menarik minat wisatawan dan memajukan sektor pariwisata di Sumatera Barat. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji strategi dan ide kreatif dalam mempromosikan *Geopark* Silokek di tengah persaingan yang ketat ini. Dengan demikian, *Geopark* Silokek dapat menjadi destinasi wisata unggulan di

Sumatera Barat yang mampu menarik minat wisatawan domestik maupun internasional.

Tabel 1. 2
Jumlah Pengunjung Geopark Silokek Tahun 2017 - 2023

Tahun	Kunjungan
2017	5.734 orang
2018	7.187 orang
2019	12.434 orang
2020	14.889 orang
2021	6.533 orang
2022	4.500 orang
2023	3.900 orang

(Sumber: Staff Pokdarwis Kab. Sijunjung, 2024)

Berdasarkan tabel 1.2 Menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Pada periode 2017-2020, pariwisata *Geopark* Silokek mengalami peningkatan jumlah pengunjung. Sebagai tanggapan, Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang memutuskan untuk memperluas promosi pariwisata *Geopark* Sijunjung ke luar daerah Kabupaten Sijunjung. Namun, pada pertengahan tahun 2020, pandemi COVID-19 muncul, menyebabkan penurunan drastis jumlah pengunjung karena kebijakan pemerintah untuk mencegah penyebaran virus.

Pada tahun 2021-2022, jumlah wisatawan masih terus menurun akibat kebijakan pemulihan COVID-19 yang diterapkan oleh pemerintah. Pada tahun 2023, pariwisata *Geopark* Silokek masih mengalami penurunan kunjungan wisatawan, kali ini disebabkan oleh cuaca ekstrem yang merusak akses jalan menuju *Geopark* Silokek.

Oleh karena itu, pada tahun 2024, Badan Pengelola *Geopark* Silokek memutuskan untuk memfokuskan kembali upaya promosinya kepada masyarakat di daerah Kabupaten Sijunjung terlebih dahulu.

Terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan di *Geopark* Silokek mengalami ketidakstabilan, untuk itu peneliti merasa tertarik untuk mengetahui upaya apa yang dilakukan oleh Badan Pengelola *Geopark* Silokek dalam meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan pada wisata *Geopark* Silokek.

Berlandaskan uraian dan argumentasi yang telah dikemukakan, peneliti bermaksud untuk meneliti permasalahan yang dihadapi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BADAN PENGELOLA *GEOPARK* RANAH MINANG DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA *GEOPARK* SILOKEK DI KABUPATEN SIJUNJUNG SUMATRA BARAT”**.

1.2 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Strategi komunikasi pemasaran Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang dalam mempromosikan pariwisata *geopark* silokek di Kabupaten Sijunjung Sumatra Barat?

1.3 Rumusan Masalah Mikro

Berdasarkan penjelasan yang terdapat pada latar belakang diatas, peneliti memaparkan beberapa rumusan masalah mikro yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana Penetapan Tujuan Pemasaran Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang dalam mempromosikan pariwisata *geopark* silokek di Kabupaten Sijunjung Sumatra Barat?
2. Bagaimana Penetapan Sasaran Pemasaran Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang dalam mempromosikan pariwisata *geopark* silokek di Kabupaten Sijunjung Sumatra Barat?
3. Bagaimana Rancangan Pesan dan Media Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang dalam mempromosikan pariwisata *geopark* silokek di Kabupaten Sijunjung Sumatra Barat?
4. Bagaimana Pengembangan Promotional Mix Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang dalam mempromosikan pariwisata *geopark* silokek di Kabupaten Sijunjung Sumatra Barat?
5. Bagaimana Evaluasi Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang dalam mempromosikan pariwisata *geopark* silokek di Kabupaten Sijunjung Sumatra Barat?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang sudah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Memahami dan menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang dalam

mempromosikan pariwisata *Geopark* Silokek di Kabupaten Sijunjung, Sumatra Barat.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan:

1. Untuk mengetahui Penetapan Tujuan Pemasaran Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang dalam mempromosikan pariwisata *geopark* silokek di Kabupaten Sijunjung Sumatra Barat.
2. Untuk mengetahui Penetapan Sasaran Pemasaran Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang dalam mempromosikan pariwisata *geopark* silokek di Kabupaten Sijunjung Sumatra Barat.
3. Untuk mengetahui Rancangan Pesan dan Media Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang dalam mempromosikan pariwisata *geopark* silokek di Kabupaten Sijunjung Sumatra Barat.
4. Untuk mengetahui Pengembangan Promotional Mix Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang dalam mempromosikan pariwisata *geopark* silokek di Kabupaten Sijunjung Sumatra Barat.
5. Untuk mengetahui Evaluasi Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang dalam mempromosikan pariwisata *geopark* silokek di Kabupaten Sijunjung Sumatra Barat.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan Ilmu Komunikasi. Penelitian ini pun diharapkan dapat berguna bagi akademik/Universitas, yakni sebagai pengembangan teori – teori yang berkaitan mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Adapun hasil penelitian bagi kegunaan praktis, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi:

1. Kegunaan untuk Peneliti

Kegunaan penelitian ini yaitu sebagai pengaplikasian ilmu yang selama ini diterima oleh peneliti baik teori maupun praktik, serta guna menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam bidang ilmu komunikasi terutama mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang Dalam Mempromosikan Pariwisata *Geopark* Silokek Di Kabupaten Sijunjung Sumatera Barat.

2. Kegunaan Untuk Akademik / Program Studi

Kegunaan penelitian ini yaitu bagi mahasiswa UNIKOM secara umum, Ilmu Komunikasi konsentrasi humas secara khusus mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang Dalam Mempromosikan Pariwisata *Geopark* Silokek Di Kabupaten Sijunjung Sumatera Barat.

3. Kegunaan untuk Badan Pengelola Geopark Ranah Minang

Kegunaan penelitian ini yaitu sebagai evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang Dalam Mempromosikan Pariwisata *Geopark* Silokek Di Kabupaten Sijunjung Sumatera Barat. Diharapkan penelitian ini menjadi pemicu semangat untuk mengembangkan program dan kegiatan baru yang berdampak positif bagi masyarakat

4. Kegunaan untuk Masyarakat

Kegunaan penelitian ini yaitu untuk menjadi referensi masyarakat terutama penggiat di bidang komunikasi terhadap Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang Dalam Mempromosikan Pariwisata *Geopark* Silokek Di Kabupaten Sijunjung Sumatera Barat.