

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desa wisata Cibuluh adalah salah satu destinasi wisata yang terletak di kecamatan Tanjung Siang Kabupaten Subang. Desa Wisata Cibuluh memiliki potensi wisata yang berbasis pedesaan. Desa ini terletak pada daerah perbukitan di lereng utara deretan pegunungan di Jawa Barat (Tangkuban Parahu – Bukit Tunggul – Manglayang – Tampomas). Ketinggiannya berada pada angka 650 mdl dan merupakan daerah pertanian yang subur. Desa tersebut memiliki potensi bentang alam perbukitan dengan penggunaan lahan pertanian dan keadaan lingkungannya masih sangat lestari dan belum masuk kebiasaan hidup di perkotaan. Desa wisata merupakan jenis wisata yang menerapkan konsep wisata pedesaan yang beriringan dengan alam. Keahlian masyarakat setempat dalam bertani, seni budaya dan kuliner yang menjadi ciri khas Desa Wisata ini.

Wisatawan yang datang ke Desa Wisata ini bertujuan untuk berinteraksi dan memahami nilai budaya lokal yang tidak bisa didapatkan ketika wisatawan berada di perkotaan. Desa Wisata ini di desain dengan tema wisata yaitu “Kembali pada Alam” sehingga wisatawan yang datang ke Desa Cibuluh dapat merasakan alam yang ada di Desa Wisata. Desa Wisata Cibuluh memiliki konsep wisata “*The Sundanese Culture Experience*” atau pengalaman dengan merasakan budaya sunda, dimana wisatawan akan mendapatkan pengetahuan baru mengenai budaya sunda, budaya pertanian, dan budaya sungai. Ketika wisatawan turut serta menjadi warga desa yang sebenarnya dan ketika pulang akan mendapat wawasan dalam menjalani

kehidupan di desa. Beragamnya potensi yang dimiliki Desa Wisata menjadi nilai jual yang tinggi bagi sektor pariwisata. Kehidupan masyarakat pegunungan yang terkenal ramah tamah akan menjadikan pelayanan yang membuat wisatawan nyaman ketika berada di desa wisata.

Berdasarkan pra penelitian yang peneliti lakukan, potensi yang terdapat di Desa Wisata Cibuluh ini memiliki keunikan masing-masing. Desa Wisata Cibuluh memiliki acara adat tahunan yang terkenal dan terbuka untuk umum, yaitu “Festival 7 sungai”. Desa Cibuluh juga memiliki banyak daya tarik lainnya, yaitu Saung Mulan (*Home Stay* tempat menikmati keindahan Bulan), Tepas Seuweu (tempat kesenian), Pasir Kidang Malang (tempat *camping ground*), Monumen Juang 45, dan Kampung Kaulinan Bolang (wisata seni budaya sunda pedalaman).

Satu dari sekian banyak daya tarik yang menjadi daya tarik dari Desa Wisata Cibuluh adalah event kepariwisataan tahunan yang populer dengan nama “Festival 7 Sungai”. Desa Cibuluh adalah salah satu desa di Kecamatan Tanjungsiang – Subang yang dialiri oleh beberapa sungai, di Subang, antara lain Cinyaro, Cilandesan, Citeureup, Cikaruncang, Cikembang, dan Cileat. Keenam sungai tersebut bermuara di sungai Cipunagara. Keberadaan 7 aliran sungai inilah yang kemudian mendorong hadirnya budaya sungai di Desa Cibuluh. Festival 7 Sungai biasanya dilaksanakan di suatu aliran sungai bernama “Nusa Jajaway” yang merupakan tempat pertemuan 7 sungai yang berada di kawasan Desa Cibuluh. Festival tersebut adalah alat untuk menggerakkan perekonomian, pelestarian lingkungan, dan menampilkan potensi-potensi masyarakat. Festival 7 Sungai menampilkan berbagai atraksi khas antara lain *Ngeprok* (Menangkap ikan),

Ngagogo, Sasak Oyag, Rebutan Sungai, Icikibung, Ajrut Sarung, Gebug bantal, dan Ngenen (Moreat), serta papalidan (Body Rafting). Selain itu, dalam event festival 7 Sungai juga terdapat pertunjukan drama yang diperankan oleh pemuda pemudi setempat yang menampilkan kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat dengan budaya sunda.

Wisatawan yang datang ke Desa Wisata Cibuluh akan memiliki pengalaman baru tentang kehidupan di desa. Ketika suatu desa dijadikan sebagai desa wisata maka kehidupan di desanya pun akan terus berkembang tanpa merusak keadaan alam, adat dan budayanya karena masyarakat desalah yang akan menjadi utama dalam terjun langsung dengan wisatawan. Karena konsep dari desa wisata yaitu wisatawan yang mengikuti kegiatan di desa. Dengan adanya desa wisata pun dapat menambah pendapatan bagi masyarakat sekitar.

Dengan potensi yang dimiliki itulah, sejak tahun 2016, BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) Tarunjaya Desa Cibuluh, Tanjungsiang – Subang berupaya mengembangkan potensi desa Cibuluh menjadi Desa wisata. Dalam upaya pengembangan program Desa Wisata yang dilandaskan pada pola Community Based Tourism tersebut, Bumdes Tarunjaya didampingi oleh Yayasan Bale Budaya Bandung (YB3).

Kegiatan Festival 7 Sungai yang diinisiasi oleh Yayasan Bale Budaya Bandung (YB3) dan bekerjasama dengan Bumdes Tarunjaya ini ditujukan sebagai program promosi Desa Wisata Cibuluh, Tanjungsiang – Subang. Kegiatan yang kemudian dihelat oleh Unit Pariwisata Bumdes Tarunjaya ini merupakan realisasi

salahsatu bentuk kerjasama dalam pengembangan Program Kepariwisata Desa Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism).

KOMPEPAR (Kelompok Penggerak Pariwisata) Desa Cibuluh di bawah kepengurusan BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) Tarung Jaya Desa Cibuluh memegang peran penting dalam keberlangsungan segala kegiatan pariwisata di dalam Desa Wisata Cibuluh. Kompepar adalah salah satu unsur “masyarakat pariwisata” yang berkomitmen membantu pemerintah dalam membangun dunia kepariwisataan. Dalam mekanisme kerjanya, masyarakat dan pemerintah memiliki kesamaan tujuan dan cita – cita. Yakni pembangunan, terutama sektor pariwisata, berbasiskan pada nilai – nilai kearifan lokal dengan melibatkan dan mendayagunakan peran serta masyarakat daerah sekitar.

Kompepar dibentuk berdasarkan ketentuan dan kebijakan pemerintah, yang dalam pengelolaannya dilaksanakan melalui pemanfaatan potensi sumber daya manusia yakni masyarakat yang ada di kawasan pariwisata bersangkutan. Oleh karena diyakini, bahwa masyarakat sekitar kawasan Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) akan lebih mengerti dan mengetahui permasalahan yang ada di daerahnya sendiri. Masyarakat di sekitar Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) akan mengetahui benar tentang potensi dan aspek – aspek lain yang menunjang kepariwisataan; misalnya aspek sosial, potensi alam lingkungan hidup, sejarah, dan adat istiadat budaya daerahnya.

Desa Wisata Cibuluh adalah destinasi wisata yang termasuk ke dalam ekowisata. Ekowisata adalah perjalanan wisata ke suatu lingkungan baik alam yang alami ataupun buatan serta budaya yang ada yang bersifat informatif dan partisipatif

yang bertujuan untuk menjamin kelestarian alam dan sosial-budaya. Ekowisata menitikberatkan pada tiga hal utama yaitu, keberlangsungan alam atau ekologi, memberi manfaat ekonomi, dan secara psikologis dapat diterima dalam kehidupan social masyarakat. (Hakim, 2004)

Suatu pedesaan yang khas Tatar Sunda, haruslah memiliki potensi atraksi wisata alamiah berupa benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta dengan kearifan lokalnya. John Paul (2014:34) mengatakan, komponen terpenting pariwisata adalah akomodasi, aksesibilitas, atraksi.

Nuryanti, W dalam Prihandono, (2011:17) mengemukakan bahwa “Desa Wisata adalah suatu bentuk integrasi, antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku”.

Desa wisata merupakan nama yang tepat untuk wisata pedesaan ini dengan adanya nilai edukasi dan nilai sosial bagi wisatawan yang datang untuk menghabiskan waktu luangnya. Banyak aktivitas wisata yang dapat dilakukan ketika berada di desa wisata, dilihat dari potensi yang dimiliki oleh desa tersebut. Sebagai contoh adalah desa wisata yang menawarkan wisatawan untuk mengikuti kebiasaan atau tradisi yang ada di desa tersebut maka wisatawan akan merasakan bagaimana menjadi masyarakat desa dan memiliki wawasan ketika ia kembali ke kota. Biasanya setiap desa yang dijadikan desa wisata memiliki potensi yang berbeda-beda. Bisa dilihat dari adat istiadat, bentang alam, atau pun aktivitas yang dilakukan masyarakat desa. Saat ini banyak desa wisata yang menawarkan kepada wisatawan untuk wisata minat khusus seperti mengikuti tradisi yang rutin diadakan

setiap tahunnya. Wisata pedesaan ini memiliki suatu kegiatan wisata yang berpusat pada kehidupan di desa, dimana masyarakat desa sendiri yang menjadi pelaku utama dalam kegiatan dalam wisata pedesaan dan wisatawan pun ikut terjun dalam kehidupan di desa. (Hetami, 2016:2)

Kabupaten Subang memiliki 15 kawasan Desa Wisata yang berada di zona selatan atau daerah pegunungan Kabupaten Subang, Jawa Barat. Desa Wisata tersebut adalah Desa Cibuluh, Cibeusi, Cirangkong, Cisaat, Wangunharja/Banceuy dan Buniayu sebagai desa wisata berkembang, sedangkan desa Cupunagara, Pasanggrahan, Kasomalang Kulon, Buniara, Kawungluwuk, Cislak, Cimanggu, Sukakerti dan Tanjungsiang sebagai desa wisata embrio. Laporan kegiatan dari Kepala Dinas Pariwisata, pemuda dan Olahraga Drs. H. Ugit Sugiana, M.Si bahwa masyarakat setempat adalah sebagai pelaku langsung dalam membangun destinasi desa wisata dan hal tersebut patut diapresiasi sebagai perwujudan meningkatnya kesadaran masyarakat akan potensi yang dimiliki oleh desa sehingga dapat berkontribusi terhadap pembangunan pariwisata di daerah. Pengembangan pariwisata merupakan generator pertumbuhan dari perekonomian yang berimbas terhadap pencapaian yang efek singgungannya berganda/dikenal dengan *multiplayer effect*, jika daerah mampu mengembangkan desa wisata akan memberikan manfaat dalam pembangunan. (<https://jabarprov.go.id> – diakses pada 01/04/2020 pukul 14.00 WIB)

Sehubungan dengan itu semua, peran komunikasi sangat penting di dalam bidang pariwisata, baik pada aspek komponen maupun elemen-elemen pariwisata. Diperlukan peran komunikasi, baik komunikasi personal, komunikasi massa,

komunikasi persuasif, serta komunikasi lainnya. Dunia pariwisata sebagai produk kompleks, memerlukan ilmu komunikasi untuk mengkomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan destinasi, dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh stakeholder pariwisata termasuk membentuk kelembagaan pariwisata (Bungin, 2015: 88)

Untuk mengkomunikasikan sebuah objek wisata tentu harus dilakukan pemasaran pariwisata. Perspektif utama pemasaran modern menurut Kottler dan Keller (2012:25) terdiri dari 4P, yaitu perbincangan mengenai konsep *price* (harga), *product* (produk), *place* (pasar), dan *promotion* (promosi).

Promosi yang dilakukan oleh Desa Wisata Cibuluh merupakan sesuatu yang berhubungan dengan tujuan untuk mempromosikan produk atau jasa di dalamnya yang bisa memenuhi kebutuhan serta kepuasan bagi para pengunjung. Promosi ini merupakan penghubung yang memberikan informasi terhadap konsumen mengenai apa saja yang menjadi daya tarik Desa Wisata. Strategi promosi yang perlu dilakukan menurut Rambat Lupiyoadi dalam bukunya Manajemen Pemasaran Jasa yaitu

“Strategi Promosi berkaitan dengan masalah-masalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian komunikasi persuasive dengan pelanggan. Strategi promosi tersebut terdiri dari, 1) Mengidentifikasi Target Audience, 2) Merancang Pesan, 3) Strategi Pemilihan Media”. (Lupiyoadi, 2001: 109).

Kabupaten Subang merupakan salah satu kabupaten di Jawa Barat yang memiliki sumber daya wisata. Selain letak Kabupaten Subang yang berdekatan dengan ibu kota Provinsi Jawa Barat, Kabupaten Subang juga dapat dilihat dari

kondisi geomorfologinya yang memiliki bentang alam yang bervariasi. Mulai dari daerah pegunungan, berbukit, hingga dataran rendah, memiliki objek dan daya tarik wisata Alam, objek dan daya tarik budaya serta objek dan daya tarik Minat Khusus. Selain itu salah satu perkembangan pariwisata di Kabupaten Subang yang dapat dikembangkan ialah Desa Wisata.

Berdasarkan keragaman Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) yang ada, Kabupaten Subang menjadi salah satu yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Keindahan alam dan kekayaan budaya yang ada di Kabupaten Subang dapat menjadikan kabupaten ini sebagai tujuan utama wisatawan ketika berkunjung ke Jawa Barat. Keragaman potensi membuat objek wisata di Kabupaten Subang menjadi ramai dikunjungi wisatawan. Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan yang penting bagi suatu daerah. Pertumbuhan kunjungan wisata di Kabupaten Subang dapat mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD). (Hetami, 2016:1)

Keunikan yang dimiliki setiap daerah di Indonesia baik dari segi keindahan alamnya maupun adat istiadat yang ada di daerah tersebut menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjunginya. Sepanjang tahun 2019, Wonderful Indonesia mendapatkan banyak penghargaan tingkat dunia. Hal tersebut berhasil menarik perhatian wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung dan menjelajahi wisata Indonesia. “Pariwisata saat ini telah merupakan bentuk nyata dari perjalanan sebuah bisnis global yang sangat menjanjikan” (Hermantoro, H, 2011: 17)

Pada bulan maret 2019, Bank Indonesia (BI) menegaskan pentingnya sektor pariwisata bagi perekonomian Indonesia karena menjadi penyumbang devisa terbesar kedua setelah kelapa sawit. Dalam konferensi pers, Gubernur Bank Indonesia Perry Warjiyo mengatakan, pada tahun 2019 pemerintah menargetkan devisa sektor pariwisata sebesar US\$ 17,6 miliar atau setara dengan Rp 246 triliun (*kurs US\$ 1 = Rp 14.000). Target ini juga diikuti dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia. Selain itu, BI percaya sektor pariwisata juga mampu menggerakkan roda perekonomian. Pasalnya, cakupan sektor pariwisata cukup luas, sehingga mampu menyerap banyak tenaga kerja. Oleh karena itu, BI dan pemerintah akan fokus mengembangkan sektor pariwisata, termasuk pengembangan ke ranah digital. Gubernur BI tersebut menyatakan bahwa devisa pariwisata itu sektornya melebar, di dalam klasifikasi bisnis yang akan dipublikasi terdapat sektor pariwisata, penerbangan, resort dan hotel, restoran, UMKM. Dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi lebih tinggi, menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, pihak BI bersama pemerintah saat ini tengah mendorong faktor-faktor yang dinilai mampu mendorong perkembangan sektor pariwisata. (<https://www.cnbcindonesia.com> – diakses pada 27/03/2020 pada pukul 06.40 WIB).

Dari data tersebut di atas, Presiden RI Joko Widodo menyatakan keinginannya agar pariwisata menjadi penyumbang terbesar devisa negara. Hal itu menjadi sebuah tanggung jawab langsung bagi menteri pariwisata dan ekonomi kreatif Wishnutama. Untuk mewujudkan permintaan Presiden tersebut, Wishnutama memiliki beberapa strategi. Salah satunya dengan menasar lebih

banyak wisatawan mancanegara dengan spending atau pengeluaran yang tinggi. Hal tersebut bisa diwujudkan dengan mengembangkan wisata MICE atau pertemuan, insentif, konvensi, dan pameran. Selain itu, juga mengembangkan wisata minat khusus seperti cruise, ekowisata, wisata olahraga, even dan sebagainya. Kemudian memperpanjang lama tinggal wisatawan, sehingga devisa yang masuk ke negeri ini akan semakin besar. Terkait pembangunan industri kreatif, Wishnutama akan mendorong nilai tambah serta daya saing produk ekspor ekonomi kreatif. Menurutnya, pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan sesuatu yang saling menunjang dan akan saling membesarkan satu sama lain. (<https://regional.kompas.com> – diakses pada 27/03/2020 pukul 06.50 WIB).

Dengan adanya target akan kemajuan di sektor pariwisata, setiap daerah menjadi berlomba-lomba untuk menjadi unggul di bidang tersebut. Termasuk dalam membangun desa wisata, perlu adanya yang terintegrasi dan pembinaan sumber daya manusia yang siap menerima wisatawan dengan program Sapta Pesonanya. Sapta pesona merupakan konsep sadar wisata yang terkait dengan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri wisata. Melalui 7 unsur yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan kenangan.

Dari uraian diatas, Peneliti yakin bahwa penelitian yang dilakukan ini menarik sehingga bisa untuk dijadikan sebagai sebuah literatur dengan judul penelitian: **“Strategi promosi KOMPEPAR (Kelompok Penggerak Pariwisata) Desa Wisata Cibuluh dalam menarik wisatawan minat khusus”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah melalui pernyataan makro dan mikro.

1.2.1. Rumusan Masalah Makro

“Bagaimana strategi promosi Kelompok Penggerak Pariwisata (KOMPEPAR) Desa Wisata Cibuluh melalui *event festival 7 Sungai* dalam Menarik Wisatawan Minat Khusus?”

1.2.2. Rumusan Masalah Mikro

Berikut adalah rumusan mikro yang telah dirumuskan oleh Peneliti secara spesifik:

1. Bagaimana **Identifikasi Target Audiens** yang dipilih oleh KOMPEPAR (Kelompok Penggerak Pariwisata) Desa Wisata Cibuluh melalui event festival 7 sungai dalam menarik wisatawan minat khusus?
2. Bagaimana **Rancangan Pesan** yang disampaikan oleh KOMPEPAR (Kelompok Penggerak Pariwisata) Desa Wisata Cibuluh melalui event festival 7 sungai dalam menarik wisatawan minat khusus?
3. Bagaimana **Pemilihan Media** yang disampaikan oleh KOMPEPAR (Kelompok Penggerak Pariwisata) Desa Wisata Cibuluh melalui event festival 7 sungai dalam menarik wisatawan minat khusus?

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang dirumuskan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis, menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana Bagaimana Strategi Promosi KOMPEPAR (Kelompok Penggerak Pariwisata) Desa Wisata Cibuluh Kabupaten Subang Melalui Event Festival Tujuh Sungai dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Domestik.

1.3.2. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui **Identifikasi Target Audiens** yang dipilih oleh KOMPEPAR (Kelompok Penggerak Pariwisata) Desa Wisata Cibuluh melalui event festival 7 sungai dalam menarik wisatawan minat khusus.
2. **Rancangan Pesan** yang disampaikan oleh KOMPEPAR (Kelompok Penggerak Pariwisata) Desa Wisata Cibuluh melalui event festival 7 sungai dalam menarik wisatawan minat khusus.
3. Untuk mengetahui **Pemilihan Media** yang disampaikan oleh KOMPEPAR (Kelompok Penggerak Pariwisata) Desa Wisata Cibuluh melalui event festival 7 sungai dalam menarik wisatawan minat khusus.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian di atas, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dengan baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Sebagai bahan pengembangan Ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu komunikasi dan diharapkan dapat menjadi referensi dalam pembelajaran khususnya dalam komunikasi pemasaran.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Kegunaan Bagi Peneliti

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam mengaplikasikan ilmu, pengetahuan, dan pengalaman bagi peneliti. Peneliti juga mengharapkan hasil penelitian ini menjadi bekal baru mengenai ilmu komunikasi terutama proses komunikasi di dalam proses pembelajaran atau pendidikan. Selain itu, dari hasil penelitian ini peneliti mendapatkan ilmu baru khususnya tentang penelitian terkait, sehingga bisa diterapkan oleh peneliti setelah lulus nanti.

b. Kegunaan Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai literatur bagi mahasiswa UNIKOM secara umum dan mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Humas. Dan secara khusus dapat berguna untuk seluruh mahasiswa untuk memberikan pengetahuan tentang penelitian terkait.

d. Kegunaan Bagi KOMPEPAR (Kelompok Penggerak Pariwisata) Desa Wisata Cibuluh

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan masukan bagi masyarakat dan pengelola KOMPEPAR

(Kelompok Penggerak Pariwisata) Desa Wisata Cibuluh dalam mengembangkan dan meningkatkan potensi alam dan pariwisata yang dimiliki oleh desa wisata tersebut. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat berguna sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan minat wisatawan domestik untuk berkunjung ke Desa Wisata Cibuluh melalui adanya event kepariwisataan tahunan “Festival 7 Sungai”.

e. Kegunaan Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat yang membutuhkan referensi dan memenuhi kebutuhan informasi tentang destinasi pariwisata secara umum. Dan menjadi pengetahuan baru bagi masyarakat khususnya tentang penelitian terkait.