

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sebuah instansi pemerintah tentunya membutuhkan sebuah program yang ditujukan untuk memberikan pelayanan dan informasi untuk masyarakat sebagai publiknya. Berhasil atau tidaknya program yang dibuat tersebut ditentukan dengan adanya tindakan strategi komunikasi yang baik. Adanya program yang telah direncanakan dengan sangat baik dan menggunakan strategi komunikasi yang baik akan mengurangi kemungkinan adanya kegagalan program tersebut.

Stephen Robbins (1990) mendefinisikan strategi sebagai : “Penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memusatkan arah tindakan serta mendapatkan sumber – sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan”. Strategi yang akan dilakukan harus berdasarkan analisis terhadap faktor – faktor lingkungan sosial, operasional dan internal untuk mengidentifikasi ancaman maupun kesempatan yang mungkin berpengaruh kepada keberhasilan organisasi atau instansi dalam mencapai tujuannya.

Dalam proses komunikasi yang dilakukan untuk mensosialisasikan program sendiri tentunya tidak luput dari banyaknya rintangan dan hambatan yang ada. Maka strategi komunikasi harus dilakukan dengan sangat baik, strategi komunikasi menurut Midedelton (1980) yang dikutip dari buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi oleh Hafied Cangara (2016:64). “Strategi Komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator,

pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk tujuan komunikasi yang optimal”

Strategi komunikasi sangat dibutuhkan ketika perusahaan ataupun instansi dalam melaksanakan dan menyosialisasikan suatu program kepada masyarakat. Terkait hal tersebut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung selaku komunikator merancang sebuah strategi komunikasi yang matang supaya programnya dapat terlaksana. Setelah strategi komunikasi dirancang dengan baik maka kegiatan sosialisasi terhadap program yang dibuat oleh pemerintah tersebut tentunya akan dapat dilakukan. Sosialisasi sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI:2016), merupakan upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat pemasyarakatan. Maka dengan melakukan sosialisai mengenai program yang dibuat oleh pemerintah diharapkan masyarakat akan dapat merasakan manfaat yang dihadirkan melalui program tersebut.

Untuk melakukan promosi wisata di Kabupaten Bandung tentunya harus dilakukan dengan sebuah rancangan kegiatan yang menarik minat berkunjung masyarakat, dengan adanya kegiatan yang menarik tersebut diharapkan menjadi sebuah sarana sosialisasi yang efektif yang dilakukan oleh Bidang Promosi dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung.

Bidang Promosi dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan selaku penanggung jawab dalam mensosialisasikan program yang dibuat oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan harus dapat melakukan komunikasi yang baik dengan seluruh publiknya sehingga terciptanya saling pengertian dan tidak muncul

kesalahpahaman yang dapat merusak maupun menurunkan reputasi dari perusahaan atau instansinya tersebut. Bidang promosi dan Ekonomi Kreatif harus dapat menentukan strategi komunikasi yang tepat dan akurat agar program yang disosialisasikan dapat sampai kepada masyarakat.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung memiliki strategi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dengan membuat sebuah aplikasi yang dapat diakses oleh masyarakat, aplikasi ini menjadi sebuah media informasi yang akan berguna bagi masyarakat dan juga diharapkan dapat meningkatkan minat berkunjung masyarakat ke Kabupaten Bandung. Di dalam Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung, bagian yang bertanggung jawab dalam hubungan permasyarakatan adalah Bidang Promosi dan Ekonomi Kreatif.

Dalam hal ini Bidang Promosi dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung harus menjadi penyambung antara instansi dan publiknya, yaitu dengan memberi informasi mengenai program pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Bandung sehingga masyarakat lebih mengetahui potensi dan keberagaman pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Bandung sendiri salah satunya dengan membuat sebuah aplikasi.

Aplikasi yang bernama *Bandreg Event* atau *Bandung Regency Event* ini dapat diakses oleh seluruh masyarakat melalui *Handphone* aplikasi ini juga menghadirkan fitur – fitur informatif mengenai tempat pariwisata dan juga *event* yang diadakan setiap bulannya oleh Kabupaten Bandung, dengan ini diharapkan Bidang Promosi dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dapat

lebih menjangkau publik nya dengan baik agar aplikasi ini dapat dirasakan manfaat nya oleh masyarakat.

Aplikasi *Bandreg Event* ini dibuat atas kerjasama anantara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung dan Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Bandung. Aplikasi ini diperkenalkan pada 27 Desember 2019 di Gedung Budaya Sabilulungan Soreang, pada gelaran acara *Calendar of Event* Kabupaten Bandung yang juga meluncurkan *Calendar of Event* Kabupaten Bandung yang dihadiri oleh Jajaran Petinggi Dinas Kabupaten Bandung dan juga seluruh Kepala Sekolah SD, SMP, dan SMA se-Kabupaten Bandung dan juga terbuka untuk umum. Akan tetapi jumlah orang yang mengetahui mengenai aplikasi ini masih terhitung minim, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah orang mengunduh aplikasi *Bandreg Event* yang masih sedikit dan jarang orang menggunakannya.

Berdasarkan berita pada website resmi Pemerintah Kabupaten Bandung (www.bandungkab.go.id) Bapak Dadang Naser selaku Bupati Kabupaten Bandung, menyatakan bahwa sektor pariwisata merupakan sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) tertiga bagi Kabupaten Bandung. Maka untuk menjaring wisatawan datang menuju Kabupaten Bandung pemerintah harus dapat menyajikan pariwisata secara professional dengan menghadirkan kekayaan Kabupaten Bandung dari berbagai aspek, dari mulai taman, fashion, dan kuliner yang disajikan secara rutin dan jadwalnya dapat diakses melalui aplikasi *Bandreg Event* ini. Ditambah lagi menurut Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Bandung H. Agus Firman Zaini menyebutkan, target kunjungan wisatawan Nusantara (wisnus)

pada 2020 mendatang mencapai 3 juta orang, dan meningkat dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 2,6 juta wisatawan.

Saat ini masih banyak masyarakat yang kurang mengetahui potensi Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung, hanya beberapa tempat Pariwisata saja yang memang sudah terkenal, padahal banyak sekali tempat pariwisata dan kebudayaan yang terdapat di Kabupaten Bandung *event – event* yang diadakan setiap bulan di Kabupaten Bandung juga dapat menjadi daya tarik pariwisata untuk masyarakat, dimana masyarakat dapat ikut berpartisipasi pada *event* tersebut. Ditambah lagi di dalam aplikasi ini juga sudah disediakan informasi secara lengkap mengenai semua akomodasi seperti tempat menginap, tempat berbelanja yang dekat dengan lokasi pariwisata yang akan dituju sehingga masyarakat tidak harus mencari ke berbagai media lain, hanya dengan menggunakan aplikasi ini saja sudah tersedia banyak sekali informasi .

Dengan diadikannya banyak *event* yang akan dilaksanakan di Kabupaten Bandung sebagai daya tarik wisata, maka besar juga harapan pemerintah dalam meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke Kabupaten Bandung. Tentunya hal tersebut merupakan tugas besar bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung terutama bagi Bidang Promosi dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Maka hal utama yang harus dilakukan Bidang Promosi dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk mensosialisasikan aplikasi ini yaitu harus memiliki sebuah strategi komunikasi yang baik agar tujuannya tersebut dapat berhasil. Perumusan strategi ini harus dilakukan secara matang dan tepat agar tidak terjadi kegagalan

Peneliti memilih Bandreg Event ini karena informasi yang disediakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan melalui aplikasi ini cukup lengkap dan bermanfaat, akan tetapi aplikasi ini belum banyak diketahui oleh masyarakat. ditambah hal ini sangat menarik bagi peneliti karena jika Bidang Promosi dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dapat melakukan strategi komunikasi yang tepat dalam menyosialisasikan aplikasi ini maka manfaatnya akan berpengaruh pada banyak aspek. Yaitu bagi wisatawan yang akan berkunjung ke Kabupaten Bandung, aplikasi dapat digunakan sebagai media informasi dan edukasi, dan bagi masyarakat Kabupaten Bandung sendiri karena jika pariwisata dan kebudayaan yang diolah dengan baik dan juga di promosikan dengan aplikasi ini maka tingkat pendapatan asli daerah (PAD) pun akan semakin naik.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti mengambil rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, ***“Strategi Komunikasi Bidang Promosi dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung dalam Menyosialisasikan Aplikasi Bandreg Event Sebagai Media Informasi Pariwisata”***.

1.2. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini, peneliti merincikan secara jelas dan tegas dari fokus pada rumusan masalah yang masih bersifat khusus ke umum dengan subfokus-subfokus terpilih dan dijadikannya sebagai rumusan masalah makro dan mikro, yakni :

1.2.1. Rumusan Masalah Makro

Dari beberapa penjabaran yang telah dijelaskan oleh peneliti pada latar belakang masalah penelitian diatas, peneliti dapat membuat suatu rumusan masalah penelitian (pertanyaan Makro) sebagai berikut : Bagaimana Strategi komunikasi Bidang Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung dalam Menyosialisasikan Aplikasi Bandreg Event Sebagai Media Pariwisata.

1.2.2. Rumusan Masalah Mikro

Pada penelitian ini, penulis merinci secara jelas dan tegas dari fokus pada rumusan masalah yang masih bersifat umum dengan subfokus-subfokus terpilih, yakni :

1. Bagaimana **Analisis & Riset** yang dilakukan Bidang Promosi dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung dalam Menyosialisasikan Aplikasi Bandreg Event sebagai Media Informasi Pariwisata?
2. Bagaimana **Perumusan Kebijakan** yang dilakukan Bidang Promosi dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung dalam Menyosialisasikan Aplikasi Bandreg Event sebagai Media Informasi Pariwisata?
3. Bagaimana **Perencanaan Program Pelaksanaan** yang dilakukan Bidang Promosi dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung dalam Menyosialisasikan Aplikasi Bandreg Event sebagai Media Informasi Pariwisata?

4. Bagaimana **Komunikasi** yang dilakukan Bidang Promosi dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung dalam Menyosialisasikan Aplikasi Bandreg Event sebagai Media Informasi Pariwisata?
5. Bagaimana **Umpan Balik & Evaluasi** yang dilakukan Bidang Promosi dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung dalam Menyosialisasikan Aplikasi Bandreg Event sebagai Media Informasi Pariwisata?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki maksud dan tujuan yang menjadi bagian dari penelitian sebagai ranah untuk kedepannya, adapun maksud dan tujuannya sebagai berikut yaitu :

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud : Untuk Mengetahui Strategi Komunikasi Bidang Promosi dan Eknomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung dalam Menyosialisasikan Aplikasi Bandreg Event Sebagai Media Pariwisata

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui **Analisis & Riset** yang dilakukan Bidang Promosi & Ekonomi Kreaif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung

dalam Menyosialisasikan Aplikasi Bandreg Event Sebagai Media Informasi Pariwisata

2. Untuk mengetahui **Perumusan Kebijakan** yang dilakukan Bidang Promosi & Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung dalam Menyosialisasikan Aplikasi Bandreg Event Sebagai Media Informasi Pariwisata.
3. Untuk mengetahui **Perencanaan Program Pelaksanaan** yang dilakukan Bidang Promosi & Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung dalam Menyosialisasikan Aplikasi Bandreg Event Sebagai Media Informasi Pariwisata
4. Untuk mengetahui **Komunikasi** yang dilakukan Bidang Promosi & Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung dalam Menyosialisasikan Aplikasi Bandreg Event Sebagai Media Informasi Pariwisata
5. Untuk mengetahui **Umpan Balik & Evaluasi** yang dilakukan Bidang Promosi & Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung dalam Menyosialisasikan Aplikasi Bandreg Event Sebagai Media Informasi Pariwisata.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan masukan – masukan bagi pengembangan Ilmu Komunikasi yang selama ini peneliti peroleh

secara teoritis dalam proses belajar akademis. Baik itu Ilmu Komunikasi secara umum maupun komunikasi dalam konteks komunikasi organisasi dan juga kehumasan

1.4.2. Kegunaan Praktis

1.4.2.1. Kegunaan Untuk Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah memberikan pengetahuan lebih mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi seorang humas dalam mensosialisasikan sebuah aplikasi untuk memberikan informasi mengenai pariwisata di daerah Kabupaten Bandung. Penelitian ini memberikan wawasan baru bagi peneliti akan berbagai macam strategi dan juga komunikasi sebagai seorang humas pada sebuah instansi pemerintah. Penelitian ini juga memberikan kesempatan yang baik bagi peneliti untuk menerapkan pengetahuan yang diterima selama perkuliahan di bidang Ilmu Komunikasi.

1.4.2.2. Kegunaan Untuk Akademik

Penelitian ini diharapkan berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum, program Ilmu Komunikasi secara khusus sebagai literatur atau untuk sumber tambahan dalam memperoleh informasi bagi peneliti yang akan melaksanakan penelitian pada kajian yang sama.

1.4.2.3. Kegunaan Untuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan juga evaluasi bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung, terlebih pada Bidang Promosi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung. Sehingga menjadi lebih baik lagi kedepannya.