

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Signifikansi Penelitian

Indonesia merupakan negara yang besar baik secara demografis Indonesia memiliki jumlah penduduk 265.015.030 jiwa dan dengan kekayaan alam yang melimpah ditambah lagi Provinsi Banten merupakan salah satu provinsi dengan potensi alam serta tujuan wisata yang menarik. Selain memiliki tempat-tempat bersejarah yang menarik untuk dikunjungi. Upaya pengembangan objek wisata dan pengembangan pariwisata terbaru dilakukan dengan menyiapkan potensi alam yang terdapat di dalamnya dan dimiliki oleh desa wisata. Provinsi Banten, memiliki.

Banyak destinasi pariwisata terutama obyek wisata alam. Namun masih sedikit sekali yang terkenal di kalangan para wisatawan dan masih terfokus hanya pada obyek-obyek yang menjadi icon daerah tersebut. Salah satu kawasan pedesaan yang asri dan masih mempertahankan nilai-nilai kebudayaan asli di Banten adalah Daerah Desa Cimanggu Kabupaten Pandeglang Banten.

Desa Wisata Curug Rahong merupakan salah satu desa wisata yang mempunyai potensi alam dan pemandangan alam yang sangat indah untuk dikembangkan dalam menarik minat kunjungan wisatawan, karena menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Desa Wisata Curug Rahong ini selain daya tarik pada desa wisata tersebut berupa suasana yang masih alami, asri, dan jauh dari kebisingan kota dan polusi udara, wisatawan yang berkunjung ke desa ini juga bisa untuk belajar kebiasaan yang dilakukan oleh penduduk desa ini seperti menanam padi, berkebun, dan wisatawan juga bisa merasakan sensasinya berenang di sungai yang berada di Desa Wisata Curug Rahong.

Apabila dipromosikan dengan kegiatan promosi yang tepat, desa wisata ini bisa menjadi salah satu desa wisata yang mampu bersaing dalam kegiatan pariwisata di Indonesia. Namun bagaimana strategi pengelola untuk mempromosikan Desa Wisata Curug Rahong dalam menarik minat wisatawan, sedangkan pariwisata di Indonesia jumlahnya tidak sedikit. Hal inilah yang menarik penulis untuk meneliti lebih dalam tentang kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola Desa Wisata Curug Rahong.

Pariwisata merupakan salah satu potensi sumber daya alam yang dapat dikembangkan oleh setiap daerah, sebagai salah satu sumber daya alam yang memiliki banyak keindahan alam yang sangat melimpah, dan juga mempunyai daya tarik yang dapat meningkatkan daya tarik pengunjung wisatawan. Pariwisata juga mempunyai peran yang sangat strategis dalam pembangunan nasional, yaitu: memperluas lapangan usaha, memperluas lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat dan mendorong pelestarian dan pengembangan desa tersebut, dan juga mendorong perkembangan daerah, mendorong pelestarian lingkungan hidup, dan menumbuhkan rasa cinta tanah air.

Seiring meningkatnya pertumbuhan kebutuhan masyarakat untuk berwisata, Provinsi Banten merupakan daerah yang banyak terdapat tujuan wisata yang diinginkan maka sangat perlu adanya usaha pariwisata yang memungkinkan untuk di promosikan, dan dapat memberikan dampak positif terhadap usaha yang dilakukan dengan kemasyarakatan. Sehingga selain memperkenalkan daerah tujuan wisata yang belum dikenal, tentu ini juga dapat mempercepat terwujudnya pemerataan pendapatan dan kesempatan berusaha bagi masyarakat desa.

Dengan upaya pengelola dalam mempromosikan Desa Wisata Curug Rahong, desa ini dapat menjadi desa wisata yang layak untuk di kunjungi oleh wisatawan dan desa wisata ini dapat bersaing dengan pariwisata lainnya di Indonesia. Beberapa upaya yang dilakukan oleh pihak pengelola Desa Wisata Curug Rahong dalam mempromosikan sebagai desa wisata berupa promosi melalui media sosial yang termaksud ke dalam bagian dari kegiatan promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Desa wisata tersebut merupakan destinasi wisata alam yang memiliki keunikan pesona alam yang sangat indah berupa suasana alam, dan pemandangan alam, dan juga selain itu juga menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai objek wisata Desa Wisata Curug Rahong memiliki karakteristik yang berpotensi dikembangkan untuk menarik minat wisatawan. Wisatawan yang berkunjung bisa belajar tentang alam, dan sosial kemasyarakatan di desa ini dan di bantu oleh pemandu desa wisata sudah disediakan oleh pengelola Desa Wisata Curug Rahong.

Oleh karena itu, Pengelola desa wisata curug rahong harus menerapkan dan menyusun strategi komunikasi pemasaran, karena dalam strategi komunikasi pemasaran pengelola desa wisata curug rahong melakukan penyaluran pesan promosi dengan melihat terlebih dahulu kondisi yang dihadapi dengan karakteristik bauran komunikasi pemasaran, hal itu bertujuan untuk melihat kesesuaian dengan kondisi yang dialami, dan melihat bauran komunikasi pemasaran mana yang lebih menjanjikan dan mendatangkan keuntungan untuk masyarakat pedesaan. Jika pengelola desa wisata curug rahong melakukan itu maka dapat menghindarkan dari kerugian akibat promosi yang berlebihan, dan membuat pengelola desa wisata curug rahong dapat menghemat baik itu dana ataupun tenaga sehingga strategi yang dijalankan dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Oleh karena itu, pengelola desa wisata curug rahong harus menerapkan dan menyusun Strategi Komunikasi Pemasaran dengan baik dan benar agar penyaluran pesan dalam kegiatan promosi dapat tepat sasaran.

Peneliti akan membahas secara mendalam tentang perencanaan strategi apa saja yang dilakukan oleh pengirim pesan atau komunikator dalam menyusun pesan yang akan ditransfer kepada penerima pesan atau komunikan, dan juga untuk mengetahui penafsiran dari strategi komunikasi pemasaran dan strategi pemasaran yang telah dijalankan oleh pengelola desa wisata curug rahong. Biasanya semua itu dikaitkan dengan misi dan tujuan dari strategi.

Kunci keberhasilan strategi komunikasi pemasaran adalah dari bagaimana penyusunan pesan tersebut agar dengan mudah dikenal oleh khalayak. Penyusunan strategi, taktik, dan pesan itu sendiri harus berjalan seimbang sesuai dengan rancangan. Apakah strategi dan taktik promosi sudah sesuai dengan situasi, kondisi dan harapan yang diinginkan oleh para wisatawan, demikianlah dasar pemikiran dari analisis ini. Dalam analisis ini, kita akan lebih banyak berbicara kepada kegunaan dan anggaran dari pihak manajemen dalam pengembangan promosi. Analisis dan pengukuran terhadap sering ditafsirkan orang dengan strategi promosi *marketing public relation* (kehumasan pemasaran).

Jika pengelola desa wisata curug rahong mampu menerapkan Strategi Komunikasi Pemasaran dengan baik dan benar tentunya akan menghasilkan sebuah pesan promosi yang berkualitas dan tepat sasaran karena dalam strategi komunikasi pemasaran terdapat pemilihan bauran komunikasi pemasaran yang paling menguntungkan dan menjanjikan dari pemilihan tersebut akan menimbulkan sebuah pengiriman pesan yang tepat sasaran dan tentunya akan berdampak pada meningkatnya penggunaan jasa, munculnya hubungan yang erat.

Pengelola desa wisata curug rahong harus memiliki keunggulan dalam kemurnian pemikiran ide kreatif yang memunculkan inovasi pada setiap hasil yang diberikan kepada para wisatawan dengan memberikan solusi penawaran dari setiap tantangan dengan memberikan pilihan terbaik dan berkomitmen dengan sungguh-sungguh kepada para wisatawan untuk memberikan pelayanan yang terbaik dari hari demi hari.

Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian sebagai objek penelitian dengan judul penelitian skripsi: **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA DI KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN (STUDI PADA BIDANG PEMASARAN DESA WISATA CURUG RAHONG DI KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN)”**.

1.2 Fokus Penelitian

Pada penelitian ini peneliti lebih berfokus kepada penerapan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola desa wisata curug rahong dalam meningkatkan kunjungan para wisatawan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola desa wisata curug rahong dalam meningkatkan kunjungan para wisatawan?
2. Apa saja kendala dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan kunjungan para wisatawan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian saya adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan pengelola desa wisata curug rahong untuk meningkatkan kunjungan para wisatawan. Serta, untuk mengetahui kendala apa saja yang dialami pengelola desa wisata curug rahong dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui sejauh mana strategi komunikasi pemasaran. Analisa ini diharapkan dapat

bermanfaat dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam periklanan melalui strategi komunikasi pemasaran.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dalam pengelolaan kegiatan pariwisata di desa wisata curug rahong kabupaten pandeglang banten.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, peneliti membuat kerangka sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, berisikan latar belakang manfaat penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, berisikan uraian berbagai teori-teori dan pengertian-pengertian yang menjadi dasar untuk menjelaskan masalah dan dalam memecahkan penelitian yang dapat dikemukakan dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan penjelasan mengenai metode penelitian, teknik pengumpulan data, penetapan informan, analisis data, keabsahan data, serta waktu dan tempat penelitian dilakukan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisikan analisis untuk memberikan jawaban atas solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambaran dan kemampuan penulis dalam memecahkan masalah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menyatakan pemahaman penulis mengenai masalah yang diteliti yang berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang peneliti gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pembuatan dan pengerjaan penelitian.

LAMPIRAN

Berisikan tentang data-data pendukung yang digunakan selama penelitian berlangsung.