

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan Negara dengan banyak tempat wisata alam alami tanpa ada sentuhan tangan manusia sedikitpun. Hal inilah yang menjadikan Indonesia sebagai Negara yang paling dipilih para wisatawan mancanegara saat berlibur. Beberapa tempat wisata yang menjadi perbincangan semua orang adalah pulau komodo di Nusa Tenggara, Trio Gili di Lombok, Raja Ampat di Papua, Bali, taman laut Bunaken, puncak Jayawijaya, Candi Borobudur dan salah satunya adalah Kawasan Wisata Mandeh Tarusan di Painan Pesisir Selatan Sumatera Barat (*www. anekatempatwisata.com* (diakses pada tanggal 14 september 2015, 12.10))

Era otonomi daerah, menjadikan setiap daerah di Indonesia berupaya untuk mengoptimalkan potensi-potensi sumber daya nya dalam rangka meningkatkan pendapatan daerah. Hal ini dipicu oleh semangat daerah untuk mengembangkan potensi daerah berdasarkan sumber daya yang dimilikinya untuk dikelola secara optimal, salah satunya adalah sektor pariwisata. Pariwisata akan sangat berperan dalam pembangunan nasional, yaitu sebagai penghasil devisa, meratakan dan meningkatkan kesempatan kerja serta pendapatan masyarakat. Produk-produk pariwisata dari setiap daerah seperti alam dan budaya justru menjadi daya tarik yang berdaya saing bagi pariwisata Indonesia (*http://ejournal.unisba.ac.id/*).

Sumatera Barat sebagai salah satu destinasi wisata terbaik kedua di Indonesia setelah Lombok. Seperti yang ada pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Provinsi Destinasi Wisata di Indonesia

No	Provinsi Destinasi Wisata	Rata-rata pengunjung 5 tahun terakhir
1.	Lombok	5.520.744
2.	Sumatera Barat (Padang)	4.597.552
3.	Bali	3.966.641
4.	Makassar	3.953.400
5.	Manado	3.650.315
6.	Yogyakarta	3.360.173
7.	Bintan	2.765.938

Sumber: Badan Pusat Statistik RI 2016

Pada tabel yang menjelaskan bahwa Sumatera Barat memiliki jumlah rata-rata pengunjung selama lima tahun diurutan kedua setelah Lombok. Walaupun demikian hal menarik lainnya dari provinsi Sumatera Barat sendiri bahwa provinsi tersebut tergolong pada provinsi yang memiliki daftar daerah tertinggal sangat banyak dalam kurun waktu lima tahun, namun di tahun berikutnya dapat menyusutkan jumlah daftar daerah tertinggal provinsi lebih banyak dari tahun sebelumnya. Seperti pada gambar dibawah:

(3)	SUMATERA BARAT (8 DT)
1	KEPULAUAN MENTAWAI
2	PESISIR SELATAN
3	SOLOK
4	SIJUNJUNG
5	PADANG PARIAMAN
6	SOLOK SELATAN
7	DHARMAS RAYA
8	PASAMAN BARAT

Gambar 1.1
Kabupaten Tertinggal di Sumatera Barat 2010-2014

Sumber: Kementerian Desa, Pembangunan dan Transmigrasi RI

Berikut daftar kabupaten Tertinggal Sumatera Barat di tahun 2015.

SUMATERA BARAT	1	KEPULAUAN MENTAWAI
	2	SOLOK SELATAN
	3	PASAMAN BARAT

Gambar 1.2
Kabupaten Tertinggal tahun 2015

Sumber: IPDP Kemenkeu surat no 2421/Dt.7.2/04/2015 tanggal 21 April 2015

Pada data terlihat penyusutan sangat drastis pada jumlah daerah tertinggal di Sumatera Barat, sehingga menjadikan Sumatera Barat cepat dalam pembenahan daerah.

Kawasan pesisir Sumatera Barat memiliki potensi yang luar biasa dan prospek untuk dikembangkan. Kekayaan laut yang baru 5 sampai 6 tahun terakhir yang baru saja mulai digarap lagi oleh Sumatera Barat ternyata dapat menghasilkan dan menarik kunjungan wisatawan dengan cepat, terlihat dari data diatas yang menunjukkan bahwa Sumatera Barat dapat menyaingi jumlah pengunjung dari provinsi lain. Kawasan-kawasan ini memiliki objek wisata yang bisa dikembangkan secara luas. Berikut adalah potensi wisata pesisir Sumatera Barat.

Tabel 1.2
Potensi wisata pesisir Sumatera Barat

No	Kabupaten/ Kota	Objek
1.	Pesisir Selatan	Pantai carocok, Kawasan Wisata Mandeh, pulau cubadak, Sironjong besar dan sironjong kecil, Pulau Cingkuak, Pulau Aur besar dan pulau aur kecil serta pulau Pagang.
2.	Kota Padang	Pantai air manis, pantai padang, pantai pasir jambak, sungai pisang, pulau sikuai, pulau pasumpahan dan pulau sao.
3.	Padang Pariaman	Pantai tiram, pantai arta, pantai gondariah, pulau bando, pulau pieh, pulau angso duo, pulau karsik, dan pulau ujung.
4.	Agam	Pantai mutiara, tiku.
5.	Pasaman Barat	Air bangis, pantai sasak.

Sumber: Disbudpar Prov. Sumatera Barat (2015)

Kabupaten pesisir selatan memiliki lebih banyak pulau yang saling berdekatan dan memiliki prospek untuk dikembangkan, terutama kawasan wisata Mandeh yang menjadi tempat atau pelabuhan menuju pulau-pulau tersebut. Kawasan pantai yang dimiliki oleh pemerintah kabupaten dan kota sangat potensial untuk dikembangkan oleh kawasan wisata, terutama wisata bahari akhir-akhir ini telah menjadi salah satu produk wisata yang unggul. Hal ini ditunjukkan dengan keseriusan pemerintah kabupaten Pesisir Selatan membenahi kawasan pantai yang dimiliki serta mengadakan *event* tahunan yang berskala internasional.

Selain itu Pesisir Selatan sebagai yang tertera pada namanya yaitu Pesisir pantai dimana geografis daerahnya terdapat di tepi pantai memanjang di bagian barat Sumatera tepatnya berada di selatan dari Sumatera Barat.

Kekayaan alam yang dimiliki adalah panorama indah pada pantai dan laut nya yang menawan, hal ini yang membuat nya sangat dilirik oleh para wisatawan. Pesisir selatan pada tahun-tahun sebelumnya sempat dicap sebagai daerah tertinggal potensial di Indonesia mengikuti beberapa daerah di NTT dan NTB. Namun pada periode tahun 2014 hingga 2015 gelar daerah tertinggal potensial di Indonesia sudah dicabut dari Pesisir Selatan. Dimana hal ini terjadi karena sudah terlihat potensi-potensi yang terdapat pada daerah ini terutama pada bidang pariwisata. Pesisir Selatan masuk pada daftar daerah tertinggal. Hal ini berubah setelah naiknya prospek kabupaten melalui perkembangan wisata Kabupaten Pesisir Selatan di tahun 2015. Pesisir Selatan tidak lagi menjadi daerah tertinggal.

Berikut jumlah wisatawan yang berkunjung ke kabupaten Pesisir Selatan.

Tabel 1.3
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Pesisir Selatan kawasan wisata Mandeh

No.	Tahun	Asing	Domestic	Jumlah
1.	2010	2.832	142.524	145.356
2.	2011	4.202	159.372	163.574
3.	2012	5.024	306.670	311.694
4.	2013	5.121	587.633	592.750
5.	2014	7.114	1.544.687	1.551.801
6.	2015	8.781	1.965.785	1.974.566

Sumber: Disbudpar Kabupaten Pesisir Selatan (2016)

Berdasarkan tingginya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pesisir Selatan, hal ini merupakan kesempatan besar dalam mengembangkan wisata baharinya. Termasuk juga dengan merek tempat wisata, *branding* wisata daerah juga dilakukan oleh pariwisata yang ada di Painan Pesisir Selatan. Banyaknya tempat pariwisata yang ada di kota Painan Pesisir Selatan

menjadikan salah satu daya tarik tersendiri bagi wisatawan, karena dilihat dari prospek pun tempat ini sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai tempat wisata terbaik serta mendapatkan keuntungan tentunya. Dimana hal tersebut juga dapat dijadikan cara untuk memperkenalkan kota Painan sebagai kota pariwisata. Apabila hal tersebut dijalankan dengan baik bukan tidak mungkin kota Painan akan menjadi lebih maju dan akan banyak orang mengunjungi tempat-tempat wisata yang ada di kota Painan.

Objek wisata kawasan Mandeh (Mandeh Resort) sudah dikenal baik ditingkat nasional dan internasional dengan adanya investasi asing (Italy), mengembangkan resort wisata yang dikenal dengan Cubadak Paradiso. Bahkan kawasan Mandeh telah menjadi destinasi utama kebijakan sektor pariwisata kebaharian yang dimasukkan ke dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional (RIPPNAS) bersama Biak dan Bunaken. Kawasan Wisata Mandeh sangat menjanjikan untuk dijadikan tujuan investasi (www.pesisirselatankab.go.id).

Kawasan wisata mandeh sudah sangat lama hadir di Pesisir Selatan, namun tempat ini baru dilirik dan secara drastis memiliki pengunjung fantastis selama 2 sampai 3 tahun terakhir. Mulai dari layaknya berbagai kawasan dijadikan obek wisata, pengembangan yang lokasi yang semakin maju dan jumlah wisatawan lokal meningkat, hingga pemasukan daerah yang semakin melonjak naik dari tahun-tahun sebelumnya. Hal ini yang mendasari peneliti ingin mengetahui lebih lanjut hal apa yang telah dilakukan oleh pemerintah setempat dalam kemajuan diatas.

Berbagai upaya yang dilakukan oleh Dinas pariwisata Ekonomi Kreatif, Pemuda dan Olahraga (DISPAREKPORA untuk selanjutnya disingkat) untuk memperkenalkan kota Painan Pesisir Selatan sebagai salah satu kota yang memiliki pariwisata yang mengalami kemajuan dari tahun ke tahun dalam hal pariwisata. Salah satunya dengan cara penyampaian dan komunikasi yang dapat menarik perhatian para wisatawan. Sehingga para wisatawan mau datang dan menikmati tempat-tempat wisata di kota Painan Pesisir Selatan. Seperti yang diketahui tempat wisata tidak akan ada apa-apa

tanpa campur tangan masyarakat didalamnya termasuk dalam pemasarannya. Pemasaran atau marketing adalah suatu proses perencanaan dan menjelaskan konsep, harga, promosi serta distribusi sejumlah ide, barang dan jasa, untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi (Lamb, Hair, McDaniel, 2004: 6).

Internet adalah pendukung bagi komunikasi multimedia berbasis jaringan. Internet konvergensi teknologi informasi, teknologi komputer, teknologi komunikasi yang berkembang cepat dan sangat berperan dalam komunikasi global, dimana masyarakat dapat mengakses berbagai informasi dari belahan dunia secara terus menerus. Dalam era baru yang menjadikan komunikasi dalam pemasaran pun mengalami evolusi yang cukup pesat hingga saat ini, dapat dilihat dari media dan berbagai macam cara dilakukan untuk menarik konsumen. Hadirnya *internet* dan *digital* menjadi pengubah kontrol komunikasi yang dimiliki media tersebut. Konsumen yang saat ini sudah pintar memilih informasi maka pemasar pun akan ikut bergeser, pemanfaatan pemasaran *digital* saat ini sudah sangat marak dilakukan untuk mendapatkan target yang sesuai dengan segmen pasarnya. Dimana akan terdapat respon konsumen yang baik dalam menyikapi informasi yang didapat tentang kawasan wisata Mandeh Pesisir Selatan.

Konsumen yang saat ini menggunakan *digital* sebagai media untuk mendapatkan informasi tentunya akan dengan spontan melakukan penyebaran pada media yang dimiliki sehingga menjadikan orang-orang sekitarnya juga mengetahui. Hal ini lah yang dimanfaatkan pada komunikasi pemasaran *digital* oleh DISPAREKPORA dalam mengetahui respon pada konsumen.

Pengunjung merupakan faktor terpenting dan utama dalam pariwisata. Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, pengertian wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata, sedangkan pengertian wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik

wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara, (Dalam Muljadi 2009:12)

Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) tahun 2015 dari sektor pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan hingga akhir Mei 2015 sebanyak Rp608 juta. Pada tahun ini akan tercapai target PAD sebanyak Rp2 Miliar, sebab jumlah pengunjung yang semakin ramai. Meski demikian, berbagai upaya untuk menarik para wisatawan berkunjung ke objek wisata di kabupaten itu dalam mencapai target PAD tersebut tetap dilakukan pemerintah kabupaten setempat (*www.sumbar.antaraneews.com*).

Setiap tahun jumlah wisatawan semakin melambung naik, namun masih belum tersedianya lahan parkir yang layak serta pembangunan infrastruktur umum lainnya yang masih membuat ketidaknyamanan wisatawan yang datang berkunjung. Serta dengan meningkatkan pelayanan pada setiap wisatawan yang datang ke kawasan wisata mandeh baik dari segi *human* maupun tempat wisata itu sendiri.

Dengan hal-hal yang sudah dibahas oleh penulis diatas, maka penulis tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai seperti apa respon dari konsumen menggunakan respon level AISAS pada strategi komunikasi pemasaran digital oleh DISPAREKPORA dalam mempromosikan Kawasan Wisata Mandeh Pesisir Selatan.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus pada penelitian adalah bagaimana respon konsumen pada strategi komunikasi pemasaran digital pada DISPAREKPORA di kawasan wisata Mandeh Pesisir Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui respon konsumen pada strategi komunikasi pemasaran digital pada DISPAREKPORA di kawasan wisata Mandeh Pesisir Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat akademis

Penelitian ini kelak diharapkan menjadi rujukan atau masukan bagi penelitian di bidang Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini dapat berguna bagi DISPAREKPORA Pesisir Selatan dalam meningkatkan bidang pariwisata yang bertujuan menarik minat para wisatawan serta memberikan respon konsumen pada tempat wisata tersebut sehingga terdapat aksi bagi mereka untuk datang ke kota Painan Pesisir Selatan.

1.5 Tahapan Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini, penulis akan melalui tahap sebagai berikut:

Tabel 1.4
Tahapan Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Deskripsi
1.	Memilih Kajian Topik	Menentukan topik dengan mengkaji Paradigma dan fenomena empiric.
		Menetapkan Fokus.
		Menentukan unit analisis atau kategori, sub unit analisis atau sub kategori.
		Mengembangkan pertanyaan
2.	Instrumentasi	Menentukan teknik pengumpulan data.
		Memilih informan dari tiap unit analisis

		Menyiapkan instrument pedoman observasi, wawancara atau studi dokumentasi.
3.	Pelaksanaan Penelitian	Mempersiapkan catatan lapangan
		Observasi, wawancara, studi dokumentasi
4.	Pengelolaan Data	Reduksi data
		Analisis data
5.	Hasil Penelitian	Kesimpulan, saran dan rekomendasi.

Sumber: Satori dan komariah, 2011: 80 dalam Revita, 2014:7

1.5.1. Tahap Memilih Topik Kajian

Menurut Moleong (2007:385) dalam satori dan Komariah, 2011: 83, rancangan penelitian diartikan sebagai usaha merencanakan dan menentukan segala kemungkinan dan perlengkapannya yang diperlukan dalam suatu penelitian kualitatif. Kegiatan perencanaan penelitian kualitatif mencakup komponen-komponen penelitian yang diperlukan walaupun masih bersifat tentative yang meliputi: fokus penelitian, pengumpulan data, analisis data, perlengkapan penelitian dan pemeriksaan keabsahan data, penentuan teknik penelitian.

1.5.2. Instrumentasi

Instrumentasi penelitian kualitatif adalah “*Human Instrument*” atau manusia sebagai informan maupun yang mencari data dan instrument utama penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri sebagai ujung tombak pengumpul data (*instrument*). Peneliti terjun secara langsung ke lapangan untuk mengumpulkan sejumlah informasi yang dibutuhkan dengan terlebih dahulu sudah memilih beberapa pedoman yang akan

dijadikan alat bantu mengumpulkan data. Teknik yang digunakan berupa kegiatan observasi, studi dokumen dan wawancara.

1.5.3. Pelaksanaan penelitian

Pada tahap ini peneliti mulai melakukan pencarian data dengan menggunakan 3 teknik yaitu:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

1.5.4. Pengolahan data

Selanjutnya peneliti mengolah dan menganalisis data dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengolahan data dilakukan dengan cara analisis data.

1.5.5. Hasil Penelitian

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari penelitian dimana peneliti mendeskripsikan dan membahas hasil penelitian dari awal hingga akhir dan memberikan kesimpulan serta saran menyagkut permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini.

1.6 Lokasi dan waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian bertempat di Painan kabupaten Pesisir Selatan Sumatera Barat. Tempat wawancara yang direncanakan adalah kantor Dinas olahraga, kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan. Sedangkan objek penelitian adalah Kawasan wisata Mandeh terletak di Kecamatan Koto XI Tarusan yang berbatas langsung dengan Kota Padang. Kawasan ini hanya berjarak 56 KM dari Padang dengan luas \pm 18.000 Ha dan waktu tempuh sekitar 56 menit. Wisata Mandeh melingkupi 7 kampung di 3 nagari yang dihuni oleh 9.931 jiwa penduduk dengan mata pencaharian bertani, beternak dan nelayan.

1.6.2 Waktu Penelitian

Adapun kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berlangsung selama 5 bulan, yaitu dari bulan September 2015 hingga April 2016. Berikut tabel mengenai waktu penelitian telah terlampir pada tabel 1.6.

Tabel 1.5
Waktu Penelitian

No	Tahapan	Bulan							
		Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Memilih Kajian Topik	■							
2	Instrumentasi		■	■					
3	Pelaksanaan Penelitian				■	■			
4	Pengolahan Data						■	■	■
5	Hasil Penelitian						■	■	■

Sumber: Olahan Peneliti