



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor paling penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Menurut data dari bps.go.id menyatakan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia dari November 2015 mencapai 777,5 ribu kunjungan atau naik 1,70 persen dibandingkan dengan kunjungan November 2014 lalu. (“Wisatawan Mancanegara...”,2016, para.1) Hal ini dapat membuktikan bahwa kegiatan dan upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam upaya memperkenalkan pariwisata yang ada di Indonesia sudah berkembang dengan baik.

Menurut KBBI online Wisata atau pariwisata sendiri memiliki arti yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancongan, *turisme*. Lain halnya dengan Gelgel (2009, h.22) menurutnya pariwisata adalah suatu kegiatan yang menyediakan jasa akomodasi, transportasi, makanan, rekreasi serta jasa-jasa lainnya yang terkait. Gelgel juga menambahkan bahwa kegiatan pariwisata tentunya melibatkan berbagai aspek-aspek seperti aspek ekonomi, budaya, sosial, agama, lingkungan, keamanan dan aspek lainnya. Kegiatan pariwisata dapat dikatakan juga sebagai suatu kegiatan bisnis yang berorientasi dalam penyediaan jasa yang dibutuhkan wisatawan.

Sebelumnya pernah dikatakan oleh Gelgel (2009, h.1) jumlah pertumbuhan wisatawan dunia pada tahun 2000 diprediksi akan meningkat menjadi 692

juta dan pada tahun 2005 diprediksi menjadi 1018 juta. Dengan begitu hal ini dapat menjadi salah satu tujuan utama bagi pemerintah untuk melakukan dan memanfaatkan dunia pariwisata. Gelgel juga menyebutkan bahwa Indonesia yang berada di Konstelasi ekonomi Asia Timur dan Pasifik dengan pertumbuhan ekonomi yang tinggi, harus dapat memanfaatkan peluang dunia pariwisata. Salah satunya dengan cara membangkitkan minat masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata.

Akhir tahun 2014, Arief Yahya dalam Sholikah (2015, Paraf.3) selaku Menteri Pariwisata menyatakan pemerintah mengajak pihak swasta untuk turut serta meningkatkan pariwisata Indonesia. Agar dapat memberikan dampak positif pada perekonomian di daerah lokasi wisata. Kegiatan promosi pariwisata ini memiliki tagline “*Wonderfull Indonesia*” dan “Pesona Indonesia”. Bisnis yang bergerak di bidang industri pariwisata sekarang ini sedang menjamur, salah satunya dengan menawarkan paket-paket perjalanan wisata ke tempat wisata. Kini pemerintah semakin serius membidik pangsa pasar di dalam negeri, melihat bahwa pangsa pasar di dalam negeri semakin tumbuh kearah yang positif. Rudy, (2015, Paraf.2)

Dalam industri wisata juga dikenal pariwisata moderen, yang menyusun konsep pariwisata didefinisikan sebagai produk bisnis modern. Semua produk pariwisata didesain sebagai produk bisnis, mulai dari destinasi, ekonomi kreatif, transportasi, perhotelan, *venue* rekreasi, aktraksi seni dalam paket-paket wisata yang menarik, mengagumkan, menantang, dan mengesankan.

(Bungin, 2015, h.85). Pariwisata modern juga memiliki sentuhan dengan sektor bisnis, dan hal tersebutlah yang harusnya dijual kepada orang luar.

Kegiatan pariwisata yang dibuat oleh para pebisnis untuk menarik para pengunjung, juga merupakan sebagai salah satu upaya mempermudah masyarakat dalam memilih tren kunjungan wisatawan. Ada wisata Petualangan (*Adventure Tourism*), Wisata Bisnis (*Busniess Tourism*), Ekowisata (*Ecotoursim*), Wisata Budaya (*Culture Tourism*), Wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*), Wisata Minat Khusus (*Special Interest Tourism*), dan Wisata Volunteer (*Voluntourism*). Semua kegiatan wisata ini di buat untuk masyarakat agar lebih memilih kegiatan wisata yang ingin dilakukan. (“7 Jenis Wisata yang sedang Tren di 2015”)

Indonesia atau Nusantara merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan jumlah total mencapai 13.466 pulau. Lima pulau Nusantara terbentuk dari pegunungan yang membujur dari barat ke timur. Dengan ribuan pulau yang membentang sepanjang 5.120 Km, wilayah Indonesia terdiri dari 30% daratan, sementara 70% lautan. Setiap pulau yang ada di Indonesia tentu memiliki keunikan budaya, adat-istiadat, kepercayaan, makanan, cerita sejarah, serta keindahan bentangan alam yang mampu membuat siapapun dapat berdecak kagum. Hal ini sangat dapat dimanfaatkan sebagai salah satu daya tarik wisata Indonesia. (“Indonesia Sekilas”, 2014, Para.2-3)

Indonesia adalah negeri yang bercita rasa seni yang tinggi dan hal ini jugalah yang memprakasai Kementerian Pariwisata membuat slogan “*Wonderfull Indonesia*” dan “*Pesona Indonesia*”. Indonesia terdiri dari 34

Provinsi yang beragam, pada tahun 2000 Indonesia menetapkan dua Provinsi baru, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dan Provinsi Banten. Banten yang diresmikan sejak tanggal 4 Oktober 2000 menjadi sebuah Provinsi baru dan terletak tepat berdekatan dengan Jakarta membuat Banten tidak pernah luput dari Jakarta. (“Jumlah Provinsi di Indonesia saat ini”, 2014, para.3)

Banten yang masih sangat kental dengan bekas-bekas kerajaan Islam, Gunung Krakatau, Kawasan Obyek Wisata Pantai Pandeglang serta badak bercula satu (*Rhino Sondaicus*) ini juga merupakan primadona daya tarik wisata ke Banten. (“Banten”, 2014, Para.3)

Oleh karenanya setiap daerah memiliki potensi wisata yang berbeda-beda, tergantung bagaimana pemerintah daerah dan masyarakat membangun potensi tersebut menjadi destinasi wisata yang menarik dan mengundang banyak wisatawan yang berkunjung. Banten yang begitu luas dan terbagi menjadi empat Kabupaten dan empat Kota, yang terdiri dari Kabupaten Serang, Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Lebak, Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, Kota Cilegon, Kota Serang dan Kota Tangerang Selatan. (“Pesona Banten”, 2009, para.1)

Sama halnya dengan Provinsi lain yang tentunya ingin mengembangkan segala sesuatu yang dimiliki Provinsinya demi kemajuan daerahnya tersebut. Banten yang begitu luas dengan luas sekitar delapan juta km membuat banyak potensi dan banyak keindahan alam yang belum tentu dimiliki oleh daerah lain. Banyak daerah yang selalu menunjukkan ciri khas daerahnya dengan tujuan untuk mengundang masyarakat luas datang dan berwisata.

Pengembangan Pariwisata Provinsi Banten diidentifikasi atas 204 Obyek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) yang tersebar di seluruh wilayah Provinsi Banten. Terdiri dari 84 Obyek Wisata Alam, 34 Obyek Wisata Sejarah dan Budaya, 24 Obyek Wisata Buatan, 9 Obyek Wisata *Living Culture* dan 48 Obyek Wisata Atraksi Kesenian. Sebanyak 71 ODTW (34,8%) merupakan kawasan wisata yang telah berkembang baik dalam skala nasional maupun internasional. Sementara itu sekitar 100 ODTW (49,0%) merupakan Obyek Wisata yang potensial untuk dikembangkan. Pola pengembangan pariwisata Provinsi Banten meliputi 18 kawasan, di antaranya Pantai Barat, Kawasan Wisata Pantai Selatan, Kawasan Wisata Pantai Utara, Kawasan Wisata Ziarah, Kawasan Wisata Taman Nasional Ujung Kulon (TNUK) serta Pulau dan Anak Gunung Krakatau, dan lain-lain. (“Disbudpar Banten”,2014, para.2)

Dari sejumlah banyaknya obyek wisata yang dapat dimanfaatkan ini tentunya pemerintahan Provinsi Banten tidak hanya diam dengan berbagai kemewahan yang dimiliki Banten, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten telah melakukan berbagai kegiatan menarik untuk meningkatkan daya tarik masyarakat agar berkunjung ke Banten, tentunya dengan slogan “*Exciting Banten*” yang didasari sebagai branding pariwisata Indonesia “*Wonderfull Indonesia.*” Yustina, (2014, Para.2)

Peran komunikasi sangat penting di dalam bidang pariwisata, baik pada aspek komponen maupun elemen pariwisata. Peran penting komunikasi bukan saja pada komponen pemasaran pariwisata, namun pada komponen dan

elemen pariwisata yang memerlukan peran komunikasi, baik komunikasi personal, komunikasi masa, maupun komunikasi persuasif. (Bungin, 2015, h.88)

Kegiatan promosi yang dilakukan tentunya didukung oleh berbagai organisasi maupun kelompok pemerintahan yang bertugas. Dalam dunia pariwisata, DISBUDPAR-lah yang memegang peranan penting dalam melakukan berbagai kegiatannya tersebut. Seperti yang tertulis dalam AntaraBanten (para.1) menyatakan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banten mendorong pengembangan destinasi pariwisata unggulan di delapan Kabupaten dan Kota Dalam upaya memicu pertumbuhan ekonomi masyarakat. Selain itu Banten saat ini tengah mempersiapkan untuk penyelenggaraan *event* Nasional Festival Film Indonesia (FFI) yang akan diselenggarakan di Banten dan dalam waktu dekat akan ada pembangunan museum Banten. (Ganet, 2015, para.7)

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menjelaskan bahwa mereka telah melakukan penyusunan paket wisata berdasarkan potensi kebudayaan dan pariwisata di Provinsi Banten. Tujuannya sendiri untuk meningkatkan pengelolaan dan pemanfaatan potensi budaya dan pariwisata di Provinsi Banten melalui sinergitas penyusunan program paket wisata secara bersama-sama yang disusun antar pelaku usaha budaya dan pariwisata yang meliputi pengelola objek wisata, persatuan hotel dan restoran, asosiasi travel, himpunan pramuwisata, dewan kesenian atau organisasi seni dan budaya, SKPD Disbudpar Kabupaten atau Kota. (Disbudpar, 2015, para. 2)

Permasalahan pariwisata yang ada di Provinsi Banten sendiri adalah kurangnya kesadaran masyarakat Banten untuk berwisata ke daerahnya sendiri, dan upaya untuk meningkatkan pengelolaan dan pemanfaatan potensi budaya dan pariwisata di Provinsi Banten. Selain itu banyak lokasi wisata yang dapat dikunjungi di Banten, seperti Pantai Anyer yang tidak kalah bagusya dengan pantai lainnya. Taman Nasional Ujung Kulon, Tanjung lesung, kampung baduy, dan masih banyak pulau-pulau dengan keindahan alam yang belum tentu dimiliki di tempat lain. Menjadi salah satu faktor utama untuk dapat mengembangkan potensi wisata Banten. Selain itu banyak tradisi-tradisi di Banten yang tidak dapat dilihat di daerah lainnya.

Dengan segudang potensi wisata yang dimiliki oleh Banten, tentunya Banten ingin memperkenalkan dan memberikan informasi yang lebih mengenai beragam wisata yang ada. Selain itu banyaknya kegiatan ataupun acara yang diadakan oleh Dinas Kebudayaan Banten juga dapat memberikan dampak yang positif. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti lebih lanjut tentang kegiatan *event management* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten dalam memperkenalkan Pariwisata Banten.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan pada latar belakang, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana Pelaksanaan, proses dan tujuan *Event Management* yang di lakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten dalam memperkenalkan Pariwisata Banten.”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

“Mengetahui bagaimana Pelaksanaan, proses dan tujuan *Event Management* yang di lakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten dalam memperkenalkan Pariwisata Banten.”

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pedoman dan implementasi terhadap perencanaan tentang *Event Management*. Peneliti juga berharap dapat memberikan kontribusi bagi obyek penelitian dari hasil penelitian nanti.

1.4.2. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pedoman dan implementasi terhadap perencanaan tentang *Event Management*. Peneliti juga berharap dapat memberikan kontribusi bagi obyek penelitian dari hasil penelitian nanti.