

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Brebes merupakan salah satu tujuan yang saat ini menjadi sebuah pertimbangan besar bagi wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara, selain terkenal akan telur asin dan bawang merah, terdapat juga beberapa wisata menarik untuk dikunjungi apabila sedang berkunjung ke kota Brebes, Brebes juga merupakan kota berkembang yang pada saat ini mengalami kemajuan pesat pada sektor budaya, ekonomi serta industri, maupun di sektor yang lainnya. Salah satu potensi yang dapat dikembangkan pada bidang industri di Kota Brebes merupakan sektor pariwisata khususnya Obyek Wisata Hutan Mangrove Pandansari yang terletak di Desa Kaliwlingi Kecamatan Brebes Kabupaten Brebes Jawa tengah.

Hutan mangrove merupakan jenis tumbuhan yang menyebar luas di daerah perairan, dan jenis tumbuhan ini biasanya menjadi pengokoh utama pesisir laut, guna untuk melindungi kerusakan yang menyebabkan abrasi pada daratan pesisir pantai, mangrove juga dikenal sebagai tumbuhan yang memiliki akar yang menjalar jauh ke dasar tanah, karena memiliki akar yang kuat dan mampu mengatasi terjangan ombak, sehingga dapat mengurangi terjadinya tsunami yang nantinya akan menjadi masalah utama bagi hewan perairan bahkan manusia untuk kedepannya, maka dari itu daerah pesisir pantai yang berlumpur diharuskan untuk melakukan penanaman mangrove, tujuannya agar ekosistem pantai dapat tertata kembali, maka masyarakat setempat desa kaliwlingi memanfaatkan daerah pesisir pantai dengan membentuk sebuah pariwisata untuk edukasi serta melindungi daerah pesisir mereka dengan melakukan penanaman mangrove serentak pada tahun 2005.

Menurut data yang di dapat dari halaman resmi KPP (Kementrian Kelautan dan Perikanan) dengan situs (www.kpp.go.id, diakses pada tanggal 1 September 2021, pukul 20.32), Indonesia memiliki 21% luas hutan mangrove di dunia, dimana pada saat ini Indonesia memegang luas hutan mangrove sekitar 3.490.000 Ha dan tentunya dapat bertambah dan berkurang, karena faktor-faktor alam juga mempengaruhi hal tersebut.

Setelah mengenal lebih dalam mengenai pengertian singkat tentang kawasan hutan mangrove, penulis mencoba untuk mengaitkan dengan objek wisata hutan mangrove di desa Kaliwlingi guna di jadikan sebagai objek penelitian.

Masyarakat dan pemerintah desa di Pandansari memanfaatkan potensi alamnya dengan membangun sebuah destinasi wisata baru dengan menata kawasan perairan dengan cara menanam pepohonan di area pesisir pantai untuk dijadikan tempat wisata dan telah menjadi ikon bagi desa tersebut.

Menurut data yang didapat dari dokumen resmi hutan mangrove pandansari pada saat ini memiliki keluasan sekitar 280 Ha dan sudah dimanfaatkan sebagai eduwisata tracking mangrove seluas 15 Ha, dimana jumlah ini dapat terus bertambah. Untuk mencapai hutan mangrove pengunjung diharuskan menyusuri sungai yang tepiannya dipenuhi dengan pohon mangrove yang indah dengan perahu. Perjalanan menggunakan perahu melewati muara sungai yang terhubung langsung dengan laut menuju dermaga mangrove (Wawancara dengan pengelola wisata mangrove, Bapak Rusjan Kamis, 4 Februari 2021).

Wisata Mangrove Pandansari Pada awalnya terbentuk oleh sebuah kelompok masyarakat, dimana pada saat itu tepatnya tahun 2005 masyarakat desa pandansari membentuk sebuah kelompok bernama KMPHP (Kelompok Masyarakat Pelestari Hutan Pesisir) kelompok tersebut di kelola oleh Pak Rusjan selaku ketua, masyarakat berfokus pada penanaman hutan di area pesisir, kelompok tersebut menanam pohon dengan sistem Swadaya Masyarakat, atau dengan kata lain bekerja

kelompok membangun hutan tanpa harus di bayar dengan bersifat kesadaran diri. Penanaman yang dilakukan pertama kali melibatkan 15.000 Batang Mangrove dengan keluasan sekitar 1 Ha dengan jenis *Rizophora Mucronata* (Dokumen Pribadi wisata hutan mangrove, 2021).

Setelah terbentuk sebuah kelompok KMPHP masyarakat desa pandansari menjalin kerjasama dengan Dinas Pariwisata untuk membangun Hutan Pesisir tersebut menjadi sebuah tempat wisata dengan cara membentuk sebuah kelompok lain bernama KOPDARWIS (Kelompok Sadar Wisata), karena KMPHP hanya berfokus kepada penanaman hutan dan Pemberdayaan hasil laut sedangkan untuk KOPDARWIS lebih mengedepankan pengelolaan Hutan Mangrove tersebut untuk dijadikan tempat wisata. Semakin berkembangnya Wisata tersebut maka disusunlah sebuah struktur kepanitiaan dan dikuatkan agar nantinya tempat tersebut tidak disalah gunakan oleh oknum yang memiliki niat buruk dengan cara membagi tugas kepada masing - masing anggota untuk membentuk sebuah tim, seperti tim Destinasi Industri Pariwisata, Pengembangan Ekonomi Kreatif, Keamanan, dan Tim Promosi untuk bidang pemasaran (Wawancara dengan pengelola wisata mangrove, Bapak Rusjan Kamis, 4 Februari 2021).

Pada tahun 2015 setelah Pohon-pohon tersebut tumbuh menjadi Hutan pesisir, kerjasama antara kedua kelompok tersebut membuahkan hasil, dengan mendapat pemasukan dana dari DKP (Dinas Kelautan dan Perikanan), dana tersebut kemudian digunakan untuk membangun tracking mangrove sepanjang 26 meter (Wawancara dengan pengelola wisata mangrove, Bapak Rusjan Kamis, 4 Februari 2021).

Wisata Hutan Mangrove Pandansari menyediakan beberapa fasilitas yang dapat di nikmati oleh pengunjung antara lain seperti lahan parkir yang luas, Mushola, kamar kecil, dan warung makan. Kemudian perahu mesin untuk sarana transportasi pengunjung untuk menuju ke dermaga Hutan Mangrove ditengah laut. Selain tempat Wisata Mangrove yang menjadi tujuan utama, adapula menu makanan yang menjadi ciri

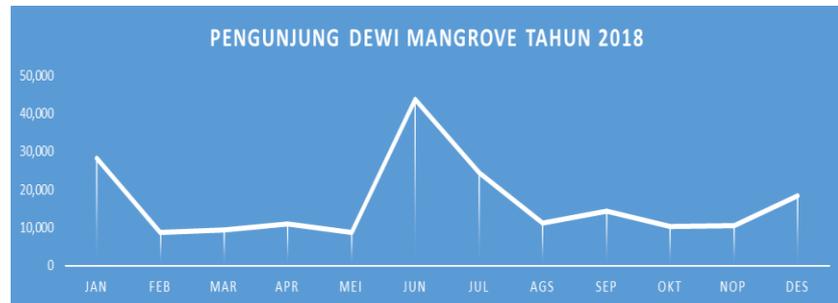
khas dari wisata ini, antara lain seperti ikan bakar, cumi bakar, kepiting, kerang hingga makanan hasil laut lainnya (Wawancara dengan pengelola wisata mangrove, Bapak Rusjan Kamis, 4 Februari 2021).

Dari beberapa pembahasan di atas untuk mendukung penelitian tersebut peneliti menggunakan *Integrated Marketing Communication* (IMC) untuk memahami lebih lanjut mengenai bentuk Strategi Pemasaran Terpadu ditempat Wisata Hutan Mangrove Pandansari, selain itu untuk keberhasilan strategi komunikasi pemasaran penulis menambahkan teori "*Integrated Marketing Communication (IMC)*" Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 114) dalam komunikasi pemasaran terintegrasi, perusahaan harus cermat mengoordinasikan elemen promosi untuk menghantarkan pesan yang jelas, konsisten, dan persuasif tentang organisasi dan produknya.

Dalam Observasi awal yang dilakukan, penulis mencoba mengetahui lebih jauh tentang strategi pemasaran yang diterapkan, serta mencoba untuk mengetahui grafik pengunjung yang dialami wisata hutan mangrove, apakah terdapat kenaikan atau penurunan dikurun waktu dari 2018-2020, maka dari itu peneliti akan mengulik lebih dalam tentang sektor peningkatan atau penurunan tersebut. Untuk itu penulis ingin mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan dalam mempromosikan tempat Wisata Hutan Mangrove Pandansari. Kaitannya dengan teori agar penulis bisa mengukur seorang komunikator yang berperan ditempat Wisata Hutan Mangrove Pandansari dapat mencapai keberhasilan komunikasi dan dengan realisasi majunya objek wisata yang ada di Kabupaten Brebes.

Grafik pengunjung kawasan wisata hutan mangrove dari tahun 2018-2020

Grafik 1.1 Pengunjung objek wisata hutan mangrove tahun 2018



Sumber: Data Internal Mangrove, 2021

Berikut merupakan grafik pengunjung wisata hutan mangrove tahun 2018, dimana bulan Januari dan Juni merupakan grafik tertinggi, terlihat dari data yang didapat bulan Juni mencapai angka 40.000 wisatawan serta bulan Januari mencapai 30.000 wisatawan.

Grafik 1.2 Pengunjung objek wisata hutan mangrove 2019



Sumber: Data Internal Mangrove, 2021

Berikut merupakan grafik pengunjung wisata hutan mangrove tahun 2019, dimana pada bulan Januari mengalami penurunan pengunjung, dan kenaikan pengunjung pada bulan Desember, bulan Juni masih stabil menjadi yang tertinggi dari data wisatawan yang datang, tetapi di bulan Juni mengalami penurunan, dimana yang awalnya mencapai angka 40.000, grafik di atas hanya mencapai angka tertinggi 35.000 wisatawan.

Grafik 1.3 Pengunjung objek wisata hutan mangrove tahun 2020



Sumber: Data Internal Mangrove, 2021

Berikut merupakan grafik pengunjung wisata hutan mangrove pada tahun 2020, terlihat jelas dari data yang didapat tahun 2020 merupakan tahun dimana kondisi tempat wisata terancam karena adanya pandemi, pada bulan April dan Mei merupakan contoh gambar dimana tempat wisata tutup secara serentak atau disebut Lockdown, serta pada bulan Januari Grafik tertinggi hanya mencapai angka 10.000 wisatawan.

Dari pemaparan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan (Studi Kasus Kawasan Wisata Hutan Mangrove Desa Kaliwlingi Kabupaten Brebes Jawa Tengah Pada Tahun 2018-2020)”. Tujuannya agar peneliti mengetahui lebih dalam tentang strategi pemasaran apa yang diterapkan wisata hutan mangrove dalam mengatasi penurunan tingkat pengunjung seperti yang telah di paparkan oleh peneliti melalui grafik data pengunjung di atas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimanakah Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Wisata Mangrove Desa Kaliwlingi Kabupaten Brebes Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan pada tahun 2018 - 2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran terpadu Kawasan Wisata Mangrove Desa Kaliwlingi Kabupaten Brebes Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan pada tahun 2018 - 2020?

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

1. Memberikan pengetahuan tentang strategi komunikasi pemasaran khususnya untuk bidang jasa pariwisata.
2. Penulisan ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan pengetahuan bagi masyarakat luas. Terutama bagi penulis yang ingin meneliti bidang yang sama, yaitu strategi komunikasi pemasaran pariwisata dalam upaya mempromosikan tempat wisata di daerah lain

B. Manfaat Praktik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengelola dan masyarakat Wisata Mangrove Desa Kaliwlingi dalam membangun komunikasi pemasaran yang efektif dan efisien guna meningkatkan kunjungan wisatawan.