

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan industri hiburan yang dibutuhkan oleh setiap manusia. Pekerjaan atau rutinitas sehari-hari yang monoton menyebabkan timbulnya suatu keadaan yang menjenuhkan. Karena itu, manusia memerlukan suatu kegiatan yang sifatnya menghibur untuk menghilangkan kejenuhan. Kegiatan ini membantu seseorang agar memiliki waktu luang yang dapat digunakan untuk sarana pemulihan kejernihan pikiran, agar terhindar dari tekanan sehari-hari yang menjenuhkan bahkan dapat menyebabkan gejala yang disebut stress. Kegiatan yang dapat dilakukan seseorang dalam mengisi waktu luang adalah dengan melakukan kegiatan plesir atau juga disebut kegiatan pariwisata. Berwisata pada dasarnya adalah kegiatan yang dibutuhkan oleh setiap individu untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik secara fisik maupun psikologis, dengan melakukan kegiatan yang menyenangkan dalam waktu senggangnya. Saat ini wisata alam merupakan wisata yang paling diminati oleh para wisatawan (Yoety,1985:237-238).

Pembangunan pada sektor pariwisata di Kabupaten Lamongan mendapatkan perhatian dari Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Lamongan dalam hal ini adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Lamongan yang khususnya melaksanakan tugas sebagai pengatur dan pengelola dalam bidang pariwisata terlihat belum mampu memaksimalkan peran penting dalam upaya pengembangan beberapa obyek wisata di Kabupaten Lamongan. Buruknya pengelolaan wisata di Kabupaten Lamongan dapat dilihat dari kurangnya sarana dan prasarana di beberapa tempat wisata yang masih belum memadai dan tidak ada perawatan salah satunya wisata Indonesia Islamic Art Museum. Hal seperti ini tentu sangat berdampak besar pada citra tempat tujuan pariwisata. Lembaga tersebut juga dinilai belum mampu menciptakan strategi komunikasi pemasaran yang efektif sebagai cara untuk mempengaruhi masyarakat luas guna mengetahui dan peduli akan keberadaan keragaman potensi obyek wisata yang dimiliki Kabupaten Lamongan. Hal tersebut dibuktikan dengan

minimnya pengetahuan masyarakat Lamongan akan keberadaan ragam potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Lamongan. Agar tetap bisa mewujudkan obyek-obyek wisata potensial yang mampu bersaing untuk meningkatkan dan melestarikan pariwisata daerah.

Kabupaten Lamongan sebagai salah satu kota yang berada di Provinsi Jawa Timur memiliki ragam keunikan dan daya tarik potensi sumber daya yang cukup besar baik sumber daya alam maupun sumber daya budaya yang digemari oleh para wisatawan. Yang mana potensi sumber daya tersebut didukung dengan keadaan iklim tropis menjadi nilai *plus* bagi Kabupaten Lamongan dalam mengembangkan sektor pariwisata ataupun kebudayaan sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas. Hal tersebut dapat dijadikan pembangunan pariwisata sebagai salah satu alternatif bagi Pemerintah Kabupaten Lamongan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan mengunjungi Kabupaten Lamongan.

Beberapa wisata alam maupun buatan sudah banyak dikembangkan di Kabupaten Lamongan ini. Seperti Wisata Bahari Lamongan (WBL) dan Maharani Zoo merupakan *icon* utama yang menjadi obyek wisata unggulan di Kabupaten Lamongan. Namun terdapat juga beberapa obyek wisata lain yang tidak kalah menariknya, salah satunya ialah *Indonesian Islamic Art Museum*, napak tilas perjalanan Islam di Lamongan, Lamongan dikenal sebagai kota yang memiliki banyak potensi wisata salah satunya wisata religi, dengan banyaknya petilasan-petilasan peninggalan Wali Songo yang berada di Lamongan, seperti makam Sunan Sendang Duwur, makam Dewi Sekardadu dan Museum Sunan Drajat, sehingga sangat tepat jika di Kabupaten ada museum islam.

Indonesian Islamic Art Museum merupakan destinasi wisata yang memiliki potensi menjadi wisata andalan Kabupaten Lamongan, seperti Wisata Bahari Lamongan dan Maharani Zoo yang menjadi *icon* utama Pariwisata, namun kurangnya promosi yang dilakukan Oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang dianggap masih belum optimal menyebabkan wisata ini kurang diketahui oleh masyarakat umum khususnya warga Lamongan sendiri, apabila Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mampu memaksimalkan dalam strategi komunikasi pemasaran, maka *Indonesian Islamic Art Museum* memiliki potensi menjadi wisata unggulan yang ada di Kabupaten Lamongan. Wisata ini berada di Jl. Paciran, Lamongan,

Jawa Timur. Museum ini sudah mulai di beroperasi pada tanggal 28 Desember 2016 yang lalu. Di dalamnya berisi sejarah perkembangan Islam di seluruh dunia. Ini museum yang cukup viral lantaran memang selama ini belum ada lokasi yang menyajikan perkembangan Islam secara runtut dari awal dan ini menjadi yang pertama di Indonesia, ini juga menjadi salah satu museum Islam terlengkap yang dimiliki Indonesia. Satu hal lagi yang menarik di *Indonesian Islamic Art Museum* yaitu merupakan museum di Indonesia yang sudah berbasis teknologi informasi *modern Augmented Realty*.

Indonesian Islamic Art Museum merupakan salah satu museum di Indonesia yang berbasis teknologi informasi. Meskipun tergolong wisata baru yang ada di Kabupaten Lamongan, namun antusias masyarakat terhadap wisata wisata ini sangat baik, dalam kurun waktu satu tahun *Indonesian Islamic Art Museum* telah dikunjungi 105.598 wisatawan, apabila dibandingkan dengan Wisata Bahari Lamongan yang dalam kurun waktu satu tahun dikunjungi oleh 579.073 wisatawan, tentunya tidak relevan jika dibandingkan dengan wisata *Indonesian Islamic Art Museum* karena wisata ini masih tergolong baru.. Hal ini menarik untuk diteliti terkait dengan strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan dalam mengembangkan potensi wisata *Indonesian Islamic Art Museum*.

Dalam kaitanya dengan penelitian terdahulu mengenai Strategi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi Untuk Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran, yang ditulis Muhammad Fadhlulloh. H yang menghasilkan kesimpulan bahwa Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi merupakan suatu langkah yang digunakan dalam menyampaikan pesan tentang pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang meliputi objek dan daya tarik pariwisata, wisata budaya, wisata alam, wisata religi, wisata olahraga, dan lain sebagainya. Sepanjang tahun melakukan berbagai *event* budaya dan kesenian sebagai cara untuk menarik wisatawan baik domestic maupun asing agar berkunjung ke tempat-tempat wisata di Kabupaten Banyuwangi.

Peneliti akan mengkaji permasalahan strategi komunikasi pemasaran Disparbud Kabupaten Lamongan sehubungan dengan promosi/penyebaran informasi dalam mengembangkan potensi wisata *Indonesian Islamic Art Museum*

terhadap wisatawan. Dari uraian latar belakang, peneliti tertarik untuk meneliti Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan dalam mengembangkan pariwisata *Indonesian Islamic Art Museum* ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan dalam mengembangkan pariwisata *Indonesian Islamic Art Museum* ?
3. Bagaimana tanggapan pengunjung terhadap wisata *Indonesian Islamic Art Museum*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan dalam mengembangkan pariwisata *Indonesian Islamic Art Museum*.
2. Mengetahui faktor-faktor kendala yang dihadapi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan dalam mengembangkan pariwisata *Indonesian Islamic Art Museum*.
3. Mengetahui bagaimana tanggapan pengunjung terhadap wisata *Indonesian Islamic Art Museum*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara teoristis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan teori khususnya teori strategi komunikasi pemasaran dan menjadi referensi penelitian yang akan datang.

2. Secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberi wawasan mengenai strategi komunikasi pemasaran bagi masyarakat dan bisa memberi sumbangsih terhadap peranan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.