

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor strategis dalam pembangunan daerah karena mampu meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD), membuka lapangan kerja, serta memperkuat identitas budaya lokal. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif secara aktif mendorong berbagai daerah untuk mengembangkan potensi wisata lokal, khususnya yang berbasis budaya dan kearifan lokal. Salah satu bentuk pariwisata yang memiliki daya tarik tinggi adalah pariwisata budaya, yaitu jenis wisata yang menampilkan kekayaan seni, tradisi, dan warisan lokal sebagai magnet utama bagi wisatawan. Salah satu unsur penting dalam pengembangan pariwisata adalah kegiatan promosi melalui Komunikasi Pemasaran yang efektif untuk menarik minat wisatawan (Kotler & Keller, 2009).

Komunikasi pemasaran merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan membangun ketertarikan khalayak terhadap suatu produk atau kegiatan. Dalam sektor pariwisata, komunikasi pemasaran digunakan untuk membentuk citra destinasi dan meningkatkan minat kunjungan wisatawan (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat agar informasi promosi dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat.

Kabupaten Banyuwangi, sebagai kabupaten terluas di Provinsi Jawa Timur, berhasil menjadi contoh daerah yang sukses mengembangkan sektor pariwisata budaya. Dalam satu dekade terakhir, Banyuwangi menunjukkan perkembangan signifikan dalam hal jumlah kunjungan wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Hal ini tidak terlepas dari keberhasilan pemerintah daerah dalam mengemas budaya lokal menjadi sebuah atraksi wisata menarik, salah satunya melalui Festival Gandrung Sewu. Gandrung Sewu merupakan festival budaya yang menampilkan ribuan penari Tari Gandrung secara massal. Kata gandrung berarti rasa cinta atau ketertarikan yang mendalam, sedangkan sewu berarti sibu, yang melambangkan banyaknya penari yang terlibat. Festival ini menjadi simbol

identitas budaya Banyuwangi yang mengangkat nilai-nilai tradisi, sejarah, dan kearifan lokal, sekaligus sebagai media promosi pariwisata daerah.

Gandrung Sewu sebuah festival budaya kolosal yang di selenggarakan setia tahun di kabupaten Banyuwangi, dengan menampilkan ribuan penari Gandrung yang menari secara serempak di ruang terbuka di kawasan Pantai Boom. Festival Gandrung Sewu pertama kali digelar pada tahun 2012 sebagai bagian dari upaya pemerintah daerah untuk melestarikan seni budaya lokal sekaligus mengembangkan pariwisata berbasis budaya. Melalui festival ini, nilai-nilai budaya, kebersamaan, kedisiplinan, dan kebanggaan terhadap identitas daerah ditanamkan kepada masyarakat. Oleh karena itu, Gandrung Sewu tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai simbol pelestarian budaya dan identitas Banyuwangi di tingkat nasional maupun internasional dan berfungsi sebagai sarana promosi untuk menarik wisatawan. Melalui festival ini, Dinas Pariwisata Banyuwangi berupaya memperkenalkan kekayaan budaya Banyuwangi secara luas serta meningkatkan daya tarik wisata daerah.

Namun, keberhasilan festival ini dalam meningkatkan kunjungan wisatawan tidak hanya ditentukan oleh atraksi itu sendiri, tetapi juga strategi Komunikasi Pemasaran dari Dinas Pariwisata dalam mempromosikan acara ini, serta kemampuan mereka mengatasi berbagai hambatan yang ada. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji lebih dalam mengenai peran Festival Gandrung Sewu dalam meningkatkan kunjungan dan loyalitas wisatawan ke Kabupaten Banyuwangi. Daya tarik utama Festival Gandrung Sewu terletak pada kekompakan ribuan penari, keindahan visual koreografi, busana adat khas Banyuwangi, serta nilai-nilai historis yang terkandung dalam tari Gandrung itu sendiri. Hal ini menciptakan pengalaman wisata yang unik dan berkesan, yang pada gilirannya dapat membangun loyalitas wisatawan untuk kembali berkunjung atau merekomendasikan Banyuwangi sebagai destinasi wisata budaya.

Dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan melalui Festival Gandrung Sewu, Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi menerapkan berbagai strategi Komunikasi Pemasaran, seperti pemanfaatan media sosial, kerja sama dengan media massa, serta promosi digital. Namun, dalam pelaksanaannya, strategi

tersebut tidak terlepas dari berbagai hambatan, antara lain keterbatasan sumber daya, kurang meratanya penyebaran informasi, serta perbedaan karakteristik audiens yang memengaruhi efektivitas komunikasi.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi melalui Festival Gandrung Sewu dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan, serta untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai efektivitas strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan dan menjadi bahan evaluasi bagi pengembangan promosi pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi dalam penyelenggaraan dan promosi festival gandrung sewu serta mengetahui daya tarik wisata yang ditimbulkan dari festival gandrung sewu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi melalui Festival Gandrung Sewu. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi guna menggali informasi terkait perencanaan strategi, pelaksanaan komunikasi pemasaran, serta hambatan yang dihadapi. Hasil analisis data kualitatif ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara komprehensif mengenai bagaimana strategi komunikasi pemasaran diterapkan dan sejauh mana perannya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Banyuwangi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi Dinas Pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan melalui Festival Gandrung Sewu?
2. Apa saja hambatan-hambatan yang dialami Dinas Pariwisata dalam meningkatkan wisatawan melalui Festival Gandrung Sewu?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Pariwisata Banyuwangi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan melalui Festival Gandrung Sewu.

2. Untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan yang dihadapi Dinas Pariwisata dalam menyelenggarakan Festival Gandrung Sewu.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis:

1. Ilmu Komunikasi, terutama pada teori strategi komunikasi dan promosi dalam sektor pariwisata berbasis budaya.
2. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan acuan dalam studi-studi selanjutnya yang mengkaji topik serupa, baik di konteks lokal Banyuwangi maupun daerah lain dengan potensi wisata budaya.

2. Manfaat Praktis Secara praktis:

1. Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, sebagai masukan dalam menyusun dan mengevaluasi strategi komunikasi dan promosi pariwisata agar lebih efektif, inovatif, dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan.
2. Pihak Penyelenggara Festival Gandrung Sewu, untuk memahami persepsi wisatawan dan memperbaiki kualitas penyelenggaraan festival di masa depan agar lebih menarik dan profesional.
3. Wisatawan, karena hasil penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dalam memahami nilai-nilai budaya yang mereka kunjungi dan meningkatkan pengalaman wisata mereka.