BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatkan potensi objek wisata yang beragam, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, pada forum Kompas.com tahun 2024 menyebutkan bahwa Indonesia berhasil naik ke peringkat 22 dari 119 negara dalam *Travel and Tourism Development Index* (TTDI) pada tahun 2024. Sebelumnya, Indonesia berada di peringkat 32 dalam indeks pariwisata global yang dirilis oleh *World Economic Forum* (WEF). Prestasi ini merupakan hasil kerja keras pemerintah, termasuk kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kemenko Bidang Kemaritiman dan Investasi, Bank Indonesia, dan Bappenas. Salah satu inisiatif penting diambil adalah menyelenggarakan *International Quality Tourism Conference* (IQTC) untuk pertama kalinya, sebagai bagian dari upaya meningkatkan kualitas pariwisata Indonesia untuk bisa menembus 15 besar dunia. Melalui forum IQTC ini tentu salah satu langkah strategis yang dilaksanakan adalah menyelenggarakan *Travel and Tourism Readiness Dialogue*. (Dessy Ruhati, 2024)

Pertama kali diperkenalkan pada tahun 2022, *Travel & Tourism Development Index* (TTDI) membuat tolak ukur dan mengukur serangkaian faktor dan kebijakan yang memungkinkan pengembangan sektor Travel & Tourism (T&T) yang berkelanjutan dan tangguh, yang pada gilirannya berkontribusi pada pembangunan suatu negara. Indeks ini merupakan evolusi langsung dari *Travel & Tourism Competitiveness Index* (TTCI), yang telah diterbitkan di tahun 2007. (weforum.org, 21 Mei 2024).

South Lake terletak di area Mutiara Gading City, adalah destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi tujuan rekreasi keluarga dan hiburan yang berkelanjutan (Hesti Haryanih, 2024). Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan dari hasil observasi langsung ke South Lake dan

Komunikasi Pariwisata.., Steven Thomas, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

mendapatkan informasi terkait destinasi ini. South Lake memiliki konsep. Wisatawan merasakan pengalaman yang menggabungkan alam, budaya lokal, dan hiburan modern. ISPI Group telah mengupayakan pembangunan wilayah ini dengan tetap menjaga kelestarian ekosistem, seperti mempertahankan area hutan dan penghijauan, mendapatkan penghargaan dari Kementerian Lingkungan Hidup pada tahun 2009.



Gambar 1.1 Lokasi SouthLake

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pengembangan destinasi wisata, SDM memainkan peran krusial sebagai penggerak pelayanan, pemeliharaan fasilitas, serta pengelola pengalaman wisata bagi pengunjung. Seperti yang disampaikan Bapak Izul dalam wawancara (30 Oktober, 2024). Destinasi wisata South Lake Kabupaten Bekasi saat ini menghadapi kekurangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang bergerak pada pengelolaan operasional dan pengalaman wisata. Menurut Sri Pajriah (2018) pada jurnalnya yang menyebutkan, kekurangan tenaga kerja di sektor pariwisata berpotensi mengurangi daya saing destinasi, terutama dalam aspek kepuasan wisatawan dan ketersediaan fasilitas yang memadai. Hal ini sejalan dengan temuan dari berbagai sumber yang menunjukan bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas sangat penting untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan pengelolaan destinasi.

Dilansir dari artikel Kontan.co.id menyatakan ISPI Group mengembangkan lima *Cluster* di kawasan Mutiara Gading City dan pengembangan fasilitas bermain berbentuk South Lake Adventure Park seluas 7 hektare (*ha*) dengan danau seluas 4 hektare. (Dina Mirayanti Hutauruk, 2018). Tujuan dari pengembangan pariwisata untuk memfokuskan, merencanakan, dan menerapkan kebijakan yang mendorong pengembangan sumber daya alam untuk memberi manfaat bagi masyarakat adat dan pemangku kepentingan lainnya yang terdiri didalamnya yaitu pemerintah, industri, masyarakat dan pengunjung itu sendiri.

Oleh karena itu, komunikasi menjadi sangat penting untuk keberhasilan pengembangan sebuah destinasi wisata. Kebijakan komunikasi pengembangan destinasi wisata membutuhkan partisipasi aktif masyarakat. (Yasir et al., 2019)

Mencapai tujuan pengembangan destinasi yang dilakukan, pengelola menggunakan konsep komunikasi pariwisata, yang dapat disebut sebagai pertukaran pesan dan makna yang dilakukan oleh kelembagaan dengan pengelola, pemilik modal dan kelompok sadar wisata dalam melakukan pemasaran destinasi kepada wisatawan. Peranan komunikasi begitu penting dalam bidang-bidang pariwisata, baik pada aspek, komponen, maupun elemen-elemen pariwisata. Dunia pariwisata sebagai komplek produk, memerlukan komunikasi untuk mengkomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan aksesibilitas, mengkomunikasikan destinasi, dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh *stakeholders* pariwisata termasuk membentuk kelembagaan pariwisata. Dalam perspektif modern, komponen pemasaran, destinasi, aksesibilitas, Sumber Daya Manusia (SDM) dan kelembagaan pariwisata, serta elemen-elemen yang ada menjadi kesatuan produk pariwisata di sebuah destinasi yang dikemas dalam suatu *brand* destinasi. (Bungin, 2015).

Pengembangan destinasi wisata di Soutlake Park Bekasi, Tarumajaya bisa menjadi langkah strategis untuk mendukung peningkatan daya tarik pariwisata daerah dan perekonomian lokal. Memanfaatkan keindahan alam, wisata air, serta ruang publik yang mempromosikan edukasi lingkungan. Fasilitas utama yang menjadi Leading Sektor dari taman rekreasi ini adalah danau yang berada di pusat

taman. Taman ini memang dibangun untuk mengelilingi danau sebagai bentuk daya tariknya. Oleh karena itu, terdapat beberapa fasilitas lainnya yang bisa dinikmati. (Qonita Dian, 2024)

Menurut Gramedia.com (2022), *Stakeholder* dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan posisi dan kekuatannya, yaitu *Stakeholder* utama, *Stakeholder* pendukung, dan *Stakeholder* penting. *Stakeholder* utama atau primer adalah mereka yang memiliki hubungan erat dengan penyusunan kebijakan, proyek, atau program, seperti masyarakat, tokoh masyarakat, dan manajer publik. Sementara itu, *Stakeholder* pendukung atau sekunder adalah pihak yang tidak terlibat langsung dalam pelaksanaan program atau kebijakan, contohnya lembaga pemerintah, LSM, perguruan tinggi, dan pengusaha. (Rosyida, 2022)

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang diambil dari tema yang serupa seperti penelitian yang dilakukan oleh Putri Yolanda (2023). penelitian ini berfokus kepada pengembangan destinasi yang dilakukan masyarakat, dan stakeholder untuk pengimplementasian terkait destinasi yang dibangun. Yuliati (2021). memfokuskan Promosi pengelola menggunakan media *Advertising, Personal Selling, dan Public Relation.* Dalam upaya menemukan faktor penghambat dan faktor pendukung yang muncul dalam promosi pengelolaan tersebut. Elok Perwiranti, dkk (2022). Memfokuskan terkait pengembangan kepariwisataan di desa sekaligus menumbuhkan partisipasi masyarakat dalam membangun dan memajukan desa dengan memanfaatkan sumber daya alam yang dimiliki. Penelitian Zevy Theta Hareen (2016). Fokus penelitian ini menghadap kepada analisis geografis pengembangan potensi wisata yang akan dikembangkan di Kabupaten Bojonegoro. Penelitian oleh Arief Mariski, dkk (2022) fokus penelitian terkait komunikasi pariwisata dengan jaringan (*Networks*), norma-norma (*Norms*), dan kepercayaan sosial (*Social Trust*) yang tujuannya tidak hanya untuk Pendapatan Asli Daerah (PAD) tetapi juga meningkatkan perekonomian warga lokal di kabupaten Samosir.

Penambahan relevan terkait penelitian seperti penelitian yang dilakukan oleh Niken Sari, dkk (2019). Fokus penelitian ini kapasitas pemanfaatan teknologi komunikasi digital. Penelitian yang dilakukan oleh Yasir (2021) penelitian ini

memberikan pemahaman terkait desa wisata, membina kelompok sadar wisata (Pokdarwis), dan mengembangkan partisipasi masyarakat pada daerah destinasi wisata yang melibatkan *Stakeholder* pemerintah dan akademisi melalui pengabdian masyarakat. Muhammad Insan Ramadhan, dkk (2023). Penelitian ini memberikan pemahaman dalam pengembangan destinasi wisata kampung adat segunung berbasis pemberdayaan masyarakat. Literatur yang digunakan dari penelitian ini adalah proses komunikasi pariwisata dan *Community Based Tourism* (CBT). Penelitian yang dilakukan oleh Adika Heri Sandi (2022). Penelitian ini memberikan wawasan terkait pengelola kawasan Mancanegara Tangkahan untuk lebih meningkatkan pelayanan dengan tetap memperhatikan keberlanjutan kawasan. Penelitian yang dilakukan oleh Evi Novianti, Shandra Rama Panji Wulung (2020). Penelitian ini menjelaskan upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam mewujudkan Jawa Barat sebagai destinasi pariwisata cerdas melalui Komunikasi Daring dan aplikasi seluler *Smiling West Java*.

Penelitian mengambil tema ini bertujuan untuk memberikan wawasan terkait destinasi pengembangan, menggunakan komponen komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh destinasi wisata yang dituju dan memberikan pemahaman yang dibuat oleh *stakeholder* dari pengembangan destinasi ini. Penelitian ini mengambil tema pengembangan destinasi wisata dengan tujuan memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana komunikasi pariwisata berperan dalam proses pengembangan destinasi tersebut. Melalui kajian ini, peneliti berupaya mengeksplorasi bagaimana destinasi wisata yang dituju memanfaatkan berbagai komponen komunikasi pariwisata seperti pemasaran, aksesibilitas, dan hubungan antara *stakeholder* untuk membangun citra destinasi dan menarik minat wisatawan.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa fokus penelitian ini mengarah pada “Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Destinasi Wisata”

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan judul penelitian maka pertanyaanya “Bagaimana Komunikasi Pariwisata dibangun dalam Pengembangan Destinasi Wisata Southlake Bekasi?”

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata Southlake Kabupaten Bekasi

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Secara umum, penelitian ini berguna pada bidang Ilmu Komunikasi tentang komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan juga sebagai refrensi penulisan dengan topik penelitian yang serupa.

1.5.2. Manfaat Praktis

Secara khusus, penelitian ini bermanfaat bagi pihak terkait, termasuk pengelola wisata South Lake contohnya bermanfaat sebagai pengembangan destinasi, peningkatan kesadaran masyarakat, pengelola sumber daya masyarakat, peningkatan daya tarik wisata. Manfaat praktis terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Sivitas Akademik

Penelitian ini akan memberikan kontribusi penting dalam kajian akademik terkait komunikasi pariwisata dan pengembangan destinasi wisata.

2. Pengelola Destinasi Wisata South Lake

Penelitian ini memberikan wawasan praktis yang dapat dimanfaatkan oleh pengelola destinasi wisata seperti South Lake untuk memperbaiki dan mengembangkan manajemen destinasi, terutama dalam hal komunikasi.