

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang

Negara Indonesia memiliki beraneka ragam wisata dan budaya yang berbenteng dari sabang sampai merauke, mulai dari tempat wisata dan objek wisata yang kaya akan keindahan wisata alam, taman wisata, taman budaya, dan wisata kulinernya banyak orang menyebutkan Indonesia adalah surga dunia yang memiliki banyak orang menyebutkan Indonesia adalah surga dunia yang memiliki banyak keanekaragaman wisata yang begitu indah dan memiliki khas di mana tiap provinsi daerah dan pulau-pulau memiliki kebudayaan yang berbeda-beda yang melambangkan ciri khas dari daerah tersebut dan banyak turis baik turis domestik maupun mancanegara Indonesia. Objek wisata yang menjual eksotisme benteng alam dan manusia masyarakat tradisional banyak diminati wisatawan baik lokal maupun mancanegara di masa sekarang mengalami perubahan pada pola konsumsi, dengan kecenderungan pariwisata semacam itu, kehidupan masyarakat, kreasi, seni dan budaya, serta peninggalan sejarah yang terangkum dalam paket wisata lebih diminati para wisatawan.

Pariwisata adalah suatu kegiatan yang secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat, sehingga membawa berbagai manfaat terhadap masyarakat setempat dan sekitarnya. Bahkan pariwisata dikatakan mempunyai energi dobrak yang luar biasa, yang mampu membuat masyarakat setempat mengalami metamorphose dalam berbagai aspek. Kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha, di era globalisasi saat ini,

sektor pariwisata akan menjadi pendorong utama perekonomian dunia dan menjadi industri yang mengglobal. Pariwisata akan memberikan banyak pemasukan bagi daerah yang sadar akan potensinya sektor pariwisata. Dan Pariwisata juga mempunyai banyak manfaat bagi masyarakat bahkan bagi negara sekalipun, manfaat pariwisata dapat dilihat dari berbagai aspek/aspek yaitu manfaat pariwisata dari segi ekonomi, soaial budaya, lingkungan hidup, nilai pergaulan dan ilmu pengetahuan, serta peluang dan kesempatan kerja.

Pariwisata ini merupakan suatu kebutuhan sekunder yang akan dipenuhi oleh manusia ketika kebutuhan primer telah tercapai. Pariwisata sendiri pada dasarnya adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan juga ekonomi. Perkembangan pariwisata ini dilihat sebagai suatu cara yang tepat dan efisien dalam penggerak ekonomi rakyat karena sektor ini dianggap paling siap dari segi fasilitas, sarana prasaraana dibandingkan sektor lainnya. Dengan harapan pariwisata ini dapat di kembangkan dalam suatu persepsi pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan pariwisata berbaris kerakyataan atau community-based tourism development.

Pariwisata perlu ditingkatkan dan diperluas untuk meningkatkan penerimaan devisa, memperluas lapangan pekerjaan dan memperkenalkan kebudayaan. Pembinaan serta pengembangan pariwisata dilakukan dengan tetap memperhatikan terpeliharanya kebudayaan dan kepribadian lokal. Untuk itu perlu diambil langkah-langkah dan pengaturan-pengaturan yang lebih terarah berdasarkan kebijaksanaan yang terpadu, antara lain bidang promosi, penyediaan fasilitas serta mutu dan kelancaran pelayanan.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi wisata adalah provinsi Jawa Timur. Dimana provinsi ini menyimpan potensi wisata yang cukup banyak dan bervariasi, mulai dari wisata budaya, wisata alam, wisata religi, wisata kuliner dan wisata industri. Salah satu tempat wisata yang berada di tengah kota Malang ialah kampung warna-warni jodipan yang merupakan tempat wisata baru yaitu perombakan dari kampung kumuh yang hampir digusur oleh pemerintah Kota Malang dan juga banyak pengangguran yang ada di daerah tersebut. Namun hal tersebut tidak terlaksana karena kampung yang mulanya kumuh tersebut dirubah menjadi kampung yang dikunjungi banyak orang. Dengan adanya tempat wisata tersebut secara langsung maupun tidak langsung telah membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat kampung Jodipan tersebut, baik dari berdagang entah makanan, kerajinan dan yang lainnya.

Kota Malang yang terkenal dengan kota wisata untuk kesekian kali membangun tempat wisata baru lagi yaitu kampung warna warni jodipan yang mulanya hanyalah kampung kumuh yang ada di bawah jembatan Brantas di Kota Malang, kampung kumuh ini sebenarnya terletak di pinggiran aliran sungai kali Brantas tepatnya Kelurahan Jodipan, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur yang padat dan sempit dihuni oleh ratusan rumah. Kampung Wisata Jodipan ini sendiri terletak di RT 06, 07, dan 08, RW 02, Kelurahan Jodipan Kota Malang.

Kampung warna yang dimaksud wisata baru di Kota Malang adalah sebuah kampung atau tempat tinggal warga yang di cat dengan warna-warna yang mencolok sehingga menarik perhatian para wisatawan yang ingin berfoto di tempat yang tidak pernah dijumpai di daerah lainnya. Selain hanya karena cat-cat rumah yang mecolok

di sana juga tersedia spot-spot foto yang menarik.

Dalam mengembangkan kampung wisata tersebut serta dijadikan usaha, banyak warga yang berdagang di daerah tersebut baik dari makanan, minuman, barang-barang untuk dijadikan oleh-oleh, warga juga memberikan biaya untuk pengunjung yang akan masuk ke kampung warna tersebut dengan tarif Rp 2000 di hari aktif yaitu hari Senin-Jum'at dan Rp 5000 di hari weekend yaitu Sabtu-Ahad. Dari hasil biaya masuk dari pengunjung tersebut 60% dari hasilnya untuk menggaji penjaga tiket di tempat tersebut dan 40% dialokasikan untuk perbaikan-perbaikan yang ada di tempat wisata tersebut. Selain tarif yang dikenakan dan perdagangan ada pula biaya parkir yang dikenakan kepada pengunjung saat memarkir kendaraannya hal tersebut juga termasuk sektor produktif baru bagi warga daerah tersebut.

Menurut Sulianta (2014) media sosial mampu menyebarkan informasi dengan cepat dan daya jangkau yang luar biasa dibandingkan dengan media manapun. Penggunaan media sosial tersebut belakangan menjadi banyak diminati oleh masyarakat sebagai sarana untuk berkomunikasi. Facebook pengguna dapat berbagi momen – momen indah bersama keluarga dan mengespresikan perasaan hati lewat kolom status yang akan dibroadcast ke semua teman facebook. Dalam Peraturan Menteri Pemberdayaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (Permenpan) Nomor 83 tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi menyatakan bahwa, Penggunaan media sosial telah membentuk dan mendukung cara baru dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan berkolaborasi. Media sosial menawarkan cara yang lebih cepat dan tepat untuk berpartisipasi dalam pertukaran

informasi melalui daring (dalam jaringan/online). Dengan melihat efektivitas media sosial dalam membangun komunikasi dan interaksi dengan masyarakat, harus mampu memanfaatkan media sosial untuk meraih perhatian dan dukungan khalayak luas serta tidak lagi semata-mata bertahan dengan cara-cara komunikasi yang konvensional.

Facebook secara lengkap adalah sebuah situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna dapat saling berinteraksi dengan pengguna lainnya di seluruh dunia. Dan Facebook dinilai lebih efektif dan efisien dalam promosi karena merupakan jejaring sosial yang banyak diminati oleh masyarakat, memiliki berbagai fitur lengkap seperti status update, postingan foto, chatting dan sebagainya.

Meneliti Persepsi masyarakat merupakan pandangan atau pendapat umum individu terhadap sesuatu objek yang menjadi sasaran. Persepsi masyarakat tentang promosi objek wisata kampung warna warni kota malang melalui media social facebook.

Pengguna media sosial pada akhirnya membangun sebuah komunitas sehingga Pada saat ini hampir seluruh lembaga Dinas pariwisata telah menggunakan satu atau lebih media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi Media sosial terbukti mampu melibatkan khalayak secara aktif dan menjaring masukan dari berbagai kalangan sehingga menciptakan kearifan orang banyak atau dikenal dengan istilah wisdom of the crowd (Permenpan 83, 2012:4). Media sosial banyak ragamnya antara lain Facebook, Twitter, Website, Instagram dan lain-lain. Salah satu media sosial yang dapat digunakan dalam aktifitas komunikasi pemasaran adalah facebook. Facebook dinilai lebih efektif dan efisien dalam promosi karena merupakan jejaring sosial yang

banyak diminati oleh masyarakat, memiliki berbagai fitur lengkap seperti status update, postingan foto, chatting dan sebagainya. Promosi melalui jejaring` sosial dinilai lebih efisien karena tidak memerlukan banyak biaya (Kautsar, 2014:99).

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di jelaskan sebelumnya maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana persepsi masyarakat di luar tentang promosi objek wisata kampung warna warni melalui media sosial/facebook?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi tentang promosi objek wisata kampung warna warni melalui media sosial/fecebook

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian sejenis dan pengembangan studi ilmu komunikasi

Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah refrensi perpustakaan sehingga dapat di gunakan sebagai bahan-bahan bagi yang berkepentingan untuk bahan peneltian dari hasil penelitian dasar.