

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Diawali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang-orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20, kini telah menjadi bagian dari hak azasi manusia. Hal ini terjadi tidak hanya di Negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang. Indonesia sebagai Negara yang sedang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang. Melalui industri ini diharapkan pemasukan devisa dapat bertambah .

Badan Pusat Statistik (BPS) baru saja mengeluarkan data mengenai perkembangan sektor pariwisata Indonesia. Lebih spesifiknya, lembaga pemerintahan nonkementerian itu menjelaskan kemajuan pariwisata khususnya bulan April 2019, Dari data yang diterima, BPS menyebutkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) mulai Januari hingga Desember 2019 mencapai 16,11 juta kunjungan. Adapun jumlah ini naik sebesar 1,88 persen bila dibandingkan dengan kunjungan wisman pada periode yang sama di tahun 2018 yakni 15,81 juta kunjungan. Sementara untuk jumlah kunjungan wisman ke Indonesia pada Desember 2019 mengalami Penurunan sebesar 2,03 persen dibanding jumlah kunjungan pada Desember 2018, yakni sebanyak 1,41 juta wisman yang didominasi dari wilayah ASEAN dan jumlahnya naik 39,5 persen bila dibanding Desember 2018. (Sumber : data.bps.go.id)

Gambar 1.1

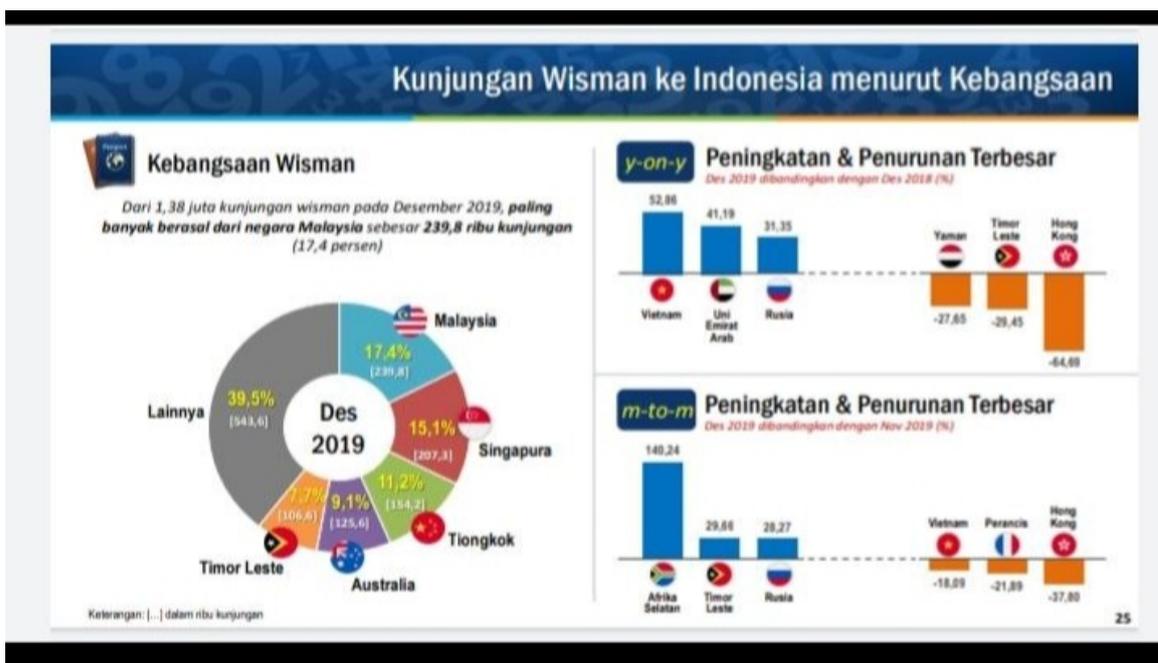
Grafik Kunjungan Wisman



Sumber BPS.go.id (12 Agustus 2022)

Gambar 1.2

Data Mayoritas Pengunjung dari Berbagai Negara



Sumber BPS.go.id (12 Agustus 2022)

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa selama tiga (3) tahun kebelakang kunjungan wisatawan semakin meningkat, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Kerjasama dalam menjalankan hubungan dengan media, sejatinya dilakukan oleh bagian Humas. Namun, Humas yang ada di Unit Pengelola Kawasan adalah Humas Protokol, yang berada dinaungan Walikota, Wakil Walikota dan juga Sekretaris Daerah. Humas di Unit Pengelola Kawasan tetap bertanggung jawab dalam menjalin hubungan dengan media, hanya saja terfokus pada kegiatan yang berkaitan dengan Walikota, Wakil Walikota dan Sekretaris Daerah. Untuk kegiatan lainnya, dalam menjalin hubungan dengan media di serahkan pada Perkampungan Budaya Betawi. Oleh karena itu, pada hubungan media yang dilakukan terkait dengan pengembangan wisata.

Pengelolaan kegiatan pariwisata sangat diperlukan dalam rangka menarik wisatawan baik dalam negeri maupun mancanegara untuk datang ke Setu Babakan, maka dari itu di butuhnya strategi *media relations* yang menunjang segala aktifitas setu babakan agar lebih mudah dikenal oleh publik lebih luas yang ditunjukan untuk mempromosikan setu babakan tersebut.

Media yang di kelola oleh Unit Pengelola Kawasan Perkampungan Budaya Betawi adalah media online, media digital dan media cetak. Maka dari itulah penulis tertarik untuk mengetahui secara mendalam mengenai **Strategi MEDIA RELATIONS Unit Pengelola Kawasan Perkampungan Budaya Betawi dalam Pengembangan wisata Setu Babakan.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Pengelolaan media relations yang belum optimal
2. Peningkatan jumlah pengunjung

3. Strategi *Media Relations* Unit Pengelola Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Dalam Pengembangan Wisata Setu Babakan

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas pembatasan masalah yang diteliti dibatasi pada “Media Relations (Unit Pengelola Kebudayaan Perkampungan Budaya Betawi) dalam pengembangan wisata Setu Babakan”

1.4 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini rumusan masalahnya adalah bagaimana “Strategi Media Relations (Unit Pengelola Kebudayaan Perkampungan Budaya Betawi) dalam pengembangan wisata Setu Babakan ?”

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Strategi Media Relations* teori Yosol Iriantara berikut :

1. Mengelola Relasi
2. Mengembangkan Strategi
3. Mengembangkan Jaringan

1.6 Manfaat Penelitian

Setelah hasil penelitian ini di peroleh, hasil penelitian tersebut diharapkan dapat memenuhi tujuan penelitian yang dirumuskan sebelumnya, maka hasil penelitian tersebut akan memiliki signifikansi sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Secara akademis, signifikansi penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi, terutama berkaitan dengan Public Relations (PR) atau Hubungan Masyarakat (HUMAS) khususnya dalam instansi pemerintahan

dan teori tentang Media Relations “Unit Pengelola Kawasan Perkampungan Budaya Betawi” dalam pengembangan pariwisata Setu Babakan”.

2. Manfaat Praktis

Secara Praktis, penelitian ini diharapkan menjadi bahan rekomendasi bagi *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat Unit Pengelola Kawasan Perkampungan Budaya Betawi dan Benz Radio dalam tahap atau pengembangan kawasan setu babakan. Dan penelitian ini diharapkan bisa menjadi ilmu tambahan serta menjadi ide yang bermanfaat dalam pengembangan pariwisata setu babakan dengan menggunakan metode teori Media Relations dengan bijaksana.