

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Manusia merupakan makhluk sosial, maka komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan yang tidak dapat dipisahkan darinya. Manusia berkomunikasi terus-menerus karena kita melakukannya di rumah, di pasar, dan di lingkungan sosial. Dengan demikian, manusia dapat berhubungan satu sama lain melalui komunikasi. Kita pada dasarnya adalah makhluk sosial, dimaksudkan untuk hidup dalam komunitas dan berkomunikasi dengan orang lain.

Merencanakan strategi komunikasi melibatkan penggunaan berbagai aspek komunikasi, termasuk konten dan saluran, untuk menyampaikan pesan dengan cara yang mudah dipahami dan diserap. Strategi komunikasi menurut Effendy (2011) adalah perancangan dan pelaksanaan komunikasi sedemikian rupa sehingga mudah dipahami oleh komunikan.

Salah satu pendekatan untuk menampilkan sejarah, budaya, atau keindahan pemandangan khas suatu negara atau wilayah adalah melalui pariwisata. Salah satu strategi untuk memajukan perekonomian di negara-negara dimana kelangkaan sumber daya alam menghambat pertumbuhan adalah melalui pengembangan pariwisata. Dalam rangka menyebarkan kesadaran terhadap beberapa atraksi wisata yang tersedia, pengembang

pariwisata berupaya mengembangkannya melalui promosi media cetak, elektronik, dan internet.

Potensi wisata alam maupun kekayaan sumber daya alam yang melimpah ada di Indonesia. Saat ini banyak bermunculan tempat wisata baru yang mempunyai ciri khas tersendiri. Banyak jenis wisata alam yang sering kita jumpai. Dalam atraksi wisata, pengembang pariwisata mempunyai strategi untuk menarik minat konsumen. Dan pengembang pariwisata selalu mempunyai inovasi untuk menciptakan hal yang berbeda untuk menarik pelanggan agar mau menikmati dan datang ke tempat wisata tersebut.

Setiap daerah di Indonesia mempunyai keunikan dan kekayaan potensi pariwisata. Para ahli dan masyarakat umum sudah menyadari peran pariwisata dalam menyediakan ruang berlibur, bersantai, istirahat, dan aktivitas lainnya di setiap daerah. Strategi komunikasi perusahaan sangat penting untuk pengembangannya guna memenuhi tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Karena pertumbuhan bisnis sangat bergantung pada semua ini. Humas (humas) yang mempunyai tujuan dan fungsi memperkenalkan daya tarik wisata, melaksanakan strategi penciptaan daya tarik wisata. Menciptakan strategi komunikasi yang mencakup pengenalan dan promosi destinasi wisata serta pengenalan budaya lokal kepada masyarakat merupakan komponen penting yang dapat menarik wisatawan ke daerah tersebut. Tentu saja, beberapa wisatawan lebih memilih tempat yang tenang

daripada tempat yang bising, dan Mojokerto memiliki banyak hal yang bisa ditawarkan.

Wisata Poetoeok Soeko yang terletak di Desa Sukosari, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto, menjadi salah satu destinasi wisata populer yang masih memukau di kawasan pedesaan. Salah satu tempat yang bisa dikunjungi adalah Wisata Poetoeok Soeko. Ini memiliki berbagai fasilitas, termasuk taman, tempat berfoto, lokasi keluar, kafe, resor, dan banyak lagi. Setiap tahunnya, destinasi wisata ini mengalami pembangunan atau renovasi untuk meningkatkan sumber daya manusia dan fisiknya, sehingga menjadi lebih canggih dari sebelumnya.

Yang paling menarik dari tempat wisata ini adalah terdapat berbagai macam usaha di dalamnya dengan tema yang beragam. Seperti sumber air yang sering diambil oleh masyarakat luar desa bahkan masyarakat perkotaan Mojokerto untuk kebutuhan airnya diambil langsung dari tempat wisata dengan bantuan para pengusaha mobil angkutan air. Tak hanya itu disana juga terdapat SPBU yang lebih diperuntukkan bagi masyarakat di wilayah Desa Sukosari itu sendiri, dan tentunya dikelola langsung oleh Desa melalui Badan Usaha Milik Desa (Bumdes).

Peneliti tertarik dengan judul strategi komunikasi dalam pembangunan Wisata Poetoeok Soeko di desa Sukosari Kecamatan Rawas Kabupaten Mojokerto karena peneliti tertarik dengan potensi yang dimiliki wisata ini seperti lokasi taman dan camping ground, dan menurut peneliti hal ini

merupakan salah satu strategi untuk menarik pelanggan agar mengunjungi salah satu tempat wisata di Mojokerto.

Tidak hanya sebagai tempat wisata, juga bisa menjadi tempat edukasi untuk memberikan pengetahuan tentang menanam dan merawat tanaman bunga di taman . Strategi yang harus diterapkan agar wisata Poetoeck Soeko dapat berkembang adalah dengan melakukan inovasi atau ide baru untuk menciptakan motivasi guna menarik minat pelanggan atau pengunjung. Dan strategi komunikasi harus sebaik mungkin karena juga mempengaruhi pelanggan untuk menikmati wisata.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian: Bagaimana strategi komunikasi dalam pengembangan wisata Poetoeck Soeko di Desa Sukosari Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dalam pengembangan wisata Poetoeck Soeko di Desa Sukosari Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto .

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

a. Secara Teoritis

1. Hasil penelitian yang dilakukan oleh para peneliti saat ini

diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang kajian strategi komunikasi dalam pengembangan pariwisata.

2. Bagi masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pesan positif.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber daya yang bermanfaat bagi masyarakat, memberikan wawasan mengenai strategi komunikasi terkait pertumbuhan pariwisata.