

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Industri pariwisata saat ini sudah mengalami peningkatan yang cukup pesat, destinasi wisata terus menerus berupaya untuk menjaga minat pengunjung agar memiliki citra yang baik. Salah satu bidang yang memiliki peran cukup penting dalam mengelola destinasi wisata adalah bidang digital yang sudah cukup mudah untuk digunakan oleh berbagai kalangan, sehingga penyebaran informasi dan pemasaran bisa dilakukan dimana saja. Kegiatan berwisata telah menjadi bagian dari kehidupan individu dan kegiatan pada waktu lebih yang dimiliki mereka dari aktivitas sehari-hari juga membutuhkan hiburan atau relaksasi (Prayoga & Norhabiba, 2022). Calon pengunjung wisatawan biasanya akan mencari tau lebih dalam tentang daerah tujuan wisatanya, hal ini akan memudahkan calon pengunjung untuk mempersiapkan diri sebelum mengunjungi destinasi tujuan, dan hal ini juga dapat memberikan gambaran dari kegiatan wisata yang ada pada destinasi sehingga calon pengunjung bisa menyesuaikan kemampuan dirinya dalam melakukan kegiatan wisata.

Kemenpar no. 13 Tahun 2020, pariwisata melibatkan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan dan kunjungan ke tempat-tempat wisata. Ini mencakup aspek-aspek seperti transportasi, akomodasi, restoran, objek wisata, kegiatan rekreasi, dan layanan lainnya yang diperlukan untuk memberikan pengalaman positif bagi para wisatawan. Pariwisata adalah area bisnis yang memainkan peran penting dalam memperluas pembayaran keuangan negara. Pariwisata menjadi salah satu kegiatan yang sering dilakukan oleh banyak orang.

Destinasi wisata buatan tidak kalah menarik dengan destinasi wisata alam, Indonesia memiliki banyak adat istiadat dan sejarah dengan nilai budaya yang sangat tinggi, kesenian yang melekat pada Indonesia perlu dilestarikan dan dijaga agar tidak hilang dan pudar karna inovasi pada masa kini terus bermunculan, masyarakat harus mampu menjaga budaya yang

sudah ada dan tetap memanfaatkan teknologi yang terus berkembang pada masa kini. Destinasi wisata tidak hanya mengenai tempat yang berisi atraksi untuk kegiatan hiburan, namun tempat yang memberikan edukasi dan pengalaman baru bagi pengunjung juga bisa dijadikan sebagai destinasi wisata salah satunya seperti museum. Tempat yang dijadikan sebagai pemeliharaan benda bersejarah dan warisan budaya di Indonesia salah satunya adalah Museum Nasional Indonesia yang berada ditengah Kota Jakarta di Jl. Medan Merdeka Barat No.12, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat telah menjadi destinasi pilihan bagi masyarakat domestik ataupun luar negeri untuk melihat budaya dan sejarah dari negara Indonesia. Museum Nasional Indonesia ini memiliki banyak sekali peninggalan prasejarah yang dijaga dan dibudidayakan dengan disimpan secara baik dan benar, benda benda tersebut disimpan dalam keadaan yang dapat dilihat oleh pengunjung, bahkan terdapat benda benda yang dapat disentuh secara langsung oleh pengunjung.

Museum Nasional Indonesia menceritakan proses awal mula terbentuknya kehidupan sosial manusia pada masa prasejarah, terdapat juga gambar dan tayangan yang memperlihatkan proses perjuangan Indonesia pada masa penjajahan dan juga benda benda budaya yang digunakan pada kegiatan adat pada berbagai suku diberagam daerah Indonesia. Destinasi wisata ini sangat sering dikunjungi oleh wisatawan asing, destinasi ini juga memberikan pelayanan *tour guide* yang merupakan bentuk komunikasi untuk menjelaskan benda benda yang ada didalam museum dengan menggunakan bahasa international seperti bahasa Inggris. Wisatawan lokal juga sering mengunjungi destinasi ini, tempatnya yang luas, rapih, bersih dan nyaman memberikan kesan mendalam saat melihat benda benda bersejarah.

Kegiatan yang terdapat di Museum Nasional ini tidak hanya sebagai museum untuk melihat benda benda peninggalan sejarah, namun tempat ini juga cukup sering digunakan untuk kegiatan pameran seni masa kini baik secara digital ataupun non digital. Menanggapi cara agar dapat menjaga nilai dan citra baik dari suatu destinasi wisata tentu diperlukan upaya dan aksi

nyata agar citra destinasi wisata bisa terus terjaga oleh pandangan publik. Sudah cukup banyak wisatawan yang datang karna melihat adanya bentuk promosi secara digital yang disebarluaskan melalui internet. Akun sosial media yang dimiliki oleh Museum Nasional Indonesia atau yang sering disebut dengan Museum Gajah.

Penyebaran informasi melalui media digital ini dirancang dengan desain yang menarik, serta informasi yang disampaikan juga penuh dengan narasi yang membuat para pembacanya ingin mengenal lebih banyak tentang Museum Nasional Indonesia. Terdapat penelitian yang sudah dilakukan mengenai pemasaran digital oleh (Rizky, 2023), menyatakan bahwa pemasaran dengan strategi yang tepat maka membuat pihak pengelola dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan menjaga kestabilan jumlah wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk promosi yang dilakukan secara inovatif oleh *public relation* dapat membantu pemasaran digital.

Mengelola destinasi wisata tidak hanya mengalami kemajuan terus menerus, terdapat juga kendala yang akan dialami oleh suatu destinasi wisata, salah satunya seperti yang terjadi pada Museum Nasional Indonesia pada 16 september 2023 lalu telah terjadi kerusakan pada sebagian museum akibat adanya kebakaran. Kendala yang dialami oleh Museum Nasional ini tentu perlu diberikan penanganan secara serius baik oleh pihak pengelola dan juga pihak pemerintah setempat, kerusakan yang menimpa museum ini membuat diberlakukannya penutupan sementara untuk memperbaiki dan merevitalisasi benda benda yang terdampak kebakaran. Kendala yang dialami oleh destinasi wisata tentu akan membuat banyak calon pengunjung ataupun wisatawan memiliki pandangan yang mempengaruhi citra destinasi wisata, maka perlu diterapkan berbagai strategi untuk menjaga *brand image* atau citra destinasi wisata kepada calon wisatawan. Dalam menjaga citra destinasi wisata seluruh pihak pengelola memiliki tanggung jawab yang sama, peran yang paling penting dalam langkah ini adalah pada bidang seperti pemasaran, publikasi, dan penyebarluasan informasi yang dapat disimpulkan terlibat dalam kegiatan *public relation* sehingga mampu menciptakan interaksi positif kepada masyarakat luas.

Berdasarkan urgensinya, penulis memiliki kesimpulan bahwa terdapat strategi dalam menangani kendala atau berita negatif yang dimiliki oleh suatu destinasi wisata, salah satu cara untuk menangani hal tersebut melalui kegiatan *public relation* yang dilakukan oleh pihak pengelola destinasi wisata secara maksimal. Penulis merasa perlu adanya pengamatan atau analisis untuk mengetahui strategi dalam menangani isu yang sedang terjadi. Dengan demikian, penulis melakukan penelitian dan mengangkat tema dengan judul *STRATEGI PUBLIC RELATION DALAM UPAYA MENJAGA CITRA DESTINASI WISATA DI MUSEUM NASIONAL Indonesia* dengan tujuan mampu menjawab persoalan yang ada pada rumusan masalah penelitian.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, permasalahan yang mendasari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran dari aktivitas *public relation* dalam upaya menjaga citra destinasi wisata di Museum Nasional Indonesia, dengan rumusan masalah bagaimana strategi *public relation* dalam menjaga citra destinasi wisata di Museum Nasional Indonesia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penulisan dari penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat menjawab rumusan masalah yang telah melatarbelakangi penelitian ini, tujuan tersebut diantaranya adalah :

### **1. Tujuan Umum**

Untuk mengetahui strategi *public relation* yang dimiliki oleh pihak pengelola wisata Museum Nasional Indonesia dalam menjaga citra destinasi wisata pada pandangan masyarakat umum.

### **2. Tujuan Khusus**

Melakukan penelitian serta melakukan analisis SWOT untuk mengetahui faktor apa saja terlibat dalam strategi yang dimiliki Museum Nasional Indonesia dalam upaya menjaga citra destinasi melalui peran *public relation*.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan mengenai konsep pemasaran melalui peran humas atau *public relation* yang dilakukan oleh pihak pengelola destinasi wisata, serta mampu menjadi salah satu referensi pada penelitian selanjutnya. Penulis berharap hasil penelitian ini bisa digunakan untuk mengembangkan tentang bagaimana upaya dalam meningkatkan serta menjaga citra destinasi wisata dari pandangan masyarakat umum yang memanfaatkan peran dari aktivitas *public relation* pada suatu destinasi wisata.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi banyak pihak sebagai bentuk informasi diantaranya sebagai berikut :

#### **a. Bagi Peneliti**

Dalam penelitian ini penulis memiliki manfaat berupa pengalaman dan pengetahuan baru terkait teori mengenai humas dan *public relation* dalam pengelolaan destinasi wisata sebagai upaya menjaga citra destinasi. Peneliti juga dapat mengetahui teknik *digital marketing* yang dilakukan oleh Museum Nasional Indonesia

#### **b. Bagi Program Studi**

Melalui penelitian ini program studi dapat meningkatkan kualitas akademisi dari para mahasiswa yang melakukan penelitian skripsi dan juga meningkatkan reputasi program studi. Penelitian ini juga dapat dijadikan salah satu cara untuk mengembangkan potensi mahasiswa dalam memperoleh ilmu dan pengetahuan.

#### **c. Bagi Museum Nasional Indonesia**

Hasil penelitian ini dapat menggambarkan analisis dari strategi yang dimiliki oleh pihak pengelola, dapat membantu untuk memberikan gambaran sejauh mana nilai citra positif destinasi wisata di pandangan masyarakat melalui strategi yang telah ditetapkan oleh pihak pengelola museum.

## **E. Struktur Organisasi Skripsi**

Penulisan dari skripsi ini disusun secara sistematis dan terbagi menjadi 5 bab, yaitu diantaranya :

### **BAB I PENDAHULUAN :**

Terdapat latar belakang dari penelitian untuk memberikan gambaran dari permasalahan penelitian, lalu rumusan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA :**

Berisi mengenai teori – teori yang mendukung penelitian ini, di antaranya teori dari industri pariwisata, daya tarik wisata, *public relation*, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

### **BAB III METODE PENELITIAN :**

Berisi tentang penguraian desain penelitian yang akan digunakan, tempat penelitian, partisipan yang dibutuhkan dari penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

### **BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN :**

Berisi tentang penelitian dari analisis aktivitas *public relation* dalam upaya meningkatkan daya tarik wisata, pengolahan data, analisis data, dan hasil penelitian.

### **BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI :**

Membahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran bagi para pembaca maupun pengguna dari hasil penelitian yang telah disusun.