

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menambah devisa negara. Hampir seluruh negara berlomba-lomba untuk memajukan pariwisatanya. Terlebih bagi negara berkembang seperti Indonesia. Perkembangan pariwisata di Indonesia semakin meluas, ini terlihat dari pertumbuhan industri pariwisata Indonesia mencapai 7,2 persen per tahun. Angka ini bahkan lebih tinggi dari rata-rata pertumbuhan pariwisata dunia yaitu sebesar 4,7 persen (*sumber: kemenpar.go.id*).

Seiring berkembangnya pariwisata di Indonesia, daerah-daerah di Indonesia mengupayakan berbagai cara untuk menunjukkan diferensiasi dibandingkan dengan kota-kota lainnya sesuai dengan Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang otonomi daerah. Undang-undang ini menyebutkan bahwa dengan adanya potensi, keanekaragaman daerah, peluang dan persaingan global maka dari itu diberikanlah wewenang yang seluas-luasnya kepada daerah, serta pemberian hak dan kewajiban menyelenggarakan otonomi daerah. Melalui undang-undang tersebut banyak pemerintah daerah mulai menawarkan potensi daerahnya masing-masing sebagai upaya meningkat Pendapatan Asli Daerah (PAD). Salah satunya adalah Pemerintah Daerah Provinsi Bengkulu.

Provinsi Bengkulu merupakan salah satu provinsi yang memiliki keanekaragaman potensi alam dan budaya. Provinsi Bengkulu terletak di Sumatera bagian selatan, berbatasan dengan Sumatera Barat, Lampung, Sumatera Selatan, Jambi dan Samudera Hindia dengan luas wilayah sebesar 19.788,70 km². Provinsi Bengkulu memiliki 9 kabupaten dan 1 kota dengan jumlah penduduk sebanyak 2.010.172 yang tersebar pada 127 kecamatan dan 1.517 kelurahan/desa (*sumber: Bengkulu.bps.go.id*).

Provinsi Bengkulu kaya akan potensi wisata alam, budaya dan sejarah. Terdapat 189 destinasi wisata di Bengkulu yang terbagi ke dalam golongan destinasi wisata alam sebanyak 169 dan *heritage* (budaya/sejarah) sebanyak 20, yang tersebar di 9 kabupaten dan 1 kota.

Selain banyaknya jumlah daya tarik wisata, Bengkulu yang terdiri dari 9 kabupaten dan 1 kota ini memiliki adat, budaya dan bahasa yang berbeda-beda. Hal ini dapat menambah daya tarik dari segi kebudayaan yang ada di Provinsi Bengkulu.

Salah satu ciri khas yang menjadi keunikan dari Provinsi Bengkulu adalah Bunga Rafflesia Arnoldy, oleh karena itu citra yang kini sedang dibangun Pemerintah Provinsi Bengkulu adalah wisata pegunungan kawasan konservasi bunga rafflesia di hutan lindung Kabupaten Kepahiang. Hal ini dikarenakan bahwa kekhasan Provinsi Bengkulu adalah bunga rafflesia, dibuktikan dengan dijadikannya bunga rafflesia sebagai *positioning* dari Provinsi Bengkulu sesuai dengan *tagline* Provinsi Bengkulu yaitu “*The Land of Rafflesia*” dan Bunga Rafflesia dijadikan sebagai lambang pariwisata *Visit Bengkulu 2020* seperti pada gambar 1.1 di bawah ini:

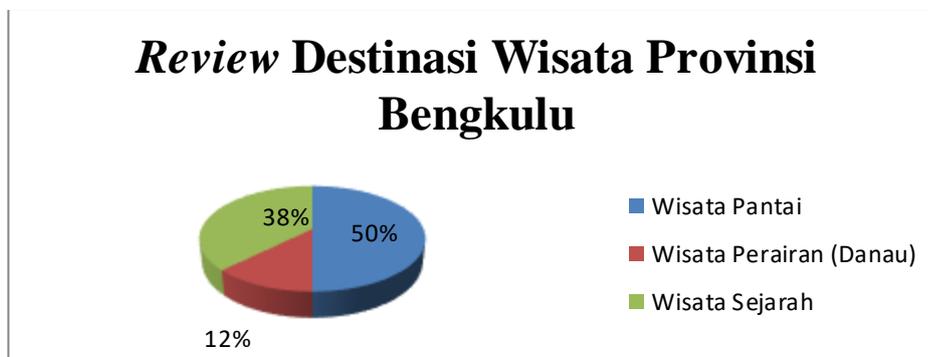


GAMBAR 1.1
LOGO PARIWISATA PROVINSI BENGKULU

Bunga rafflesia merupakan *flora* endemik Provinsi Bengkulu. Habitatnya berada di kawasan hutan lindung 1000m diatas permukaan laut di Kabupaten Kepahiang dengan ekosistem yang masih asri. Oleh sebab itu di dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) pengembangan wisata alam pegunungan kawasan konservasi bunga rafflesia khususnya di kawasan hutan lindung Kabupaten Kepahiang sedang diutamakan untuk dikembangkan dan dipromosikan (sumber: bkpmbengkuluprov.go.id).

Melalui *review* pada *Trip Advisor* menyatakan bahwa sebanyak 50% netizen merekomendasikan destinasi wisata pantai dan tidak ditemukan review

mengenai destinasi wisata alam dataran tinggi yaitu kawasan konservasi bunga rafflesia di hutan lindung Kabupaten Kepahiang seperti yang terlihat pada gambar 1.2:

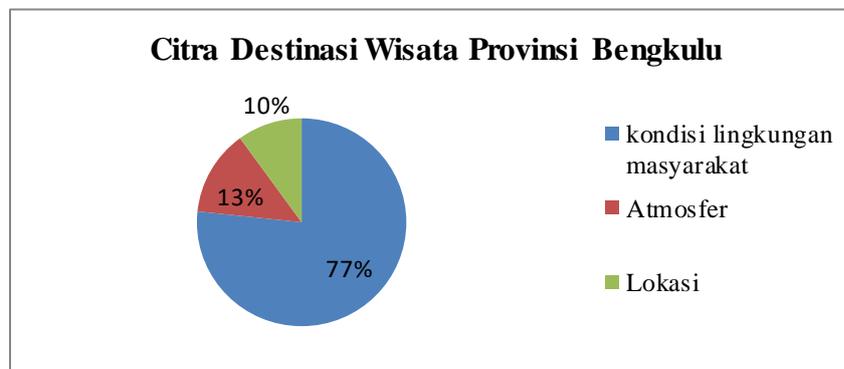


Sumber: www.tripadvisor.co.id

GAMBAR 1.2
REVIEW DESTINASI WISATA PROVINSI BENGKULU

Adapun komentar dari hasil review tersebut sebagian besar netizen mengeluhkan akses jalan yang kurang baik, hal ini didukung dengan pemberitaan di liputan6.com bahwa kurang terawatnya akses jalan di Provinsi Bengkulu sehingga mengurangi rasa keyakinan memilih pada calon wisatawan, selain itu banyak juga *review* yang menyebutkan masyarakat Provinsi Bengkulu masih kurang sadar akan pariwisata sehingga penduduk dinilai kurang ramah kepada wisatawan dan tingkat kriminalitas masih cukup tinggi. Provinsi Bengkulu terus berupaya melakukan perbaikan jalan. Menurut Sirgy dan Su (2013:3) pariwisata memiliki stereotip *image* yang berbeda dari setiap destinasi, *manager* pariwisata mempromosikan destination image dengan cara memaksimalkan perlindungan pada situs destinasi tersebut. Lingkungan destinasi menyediakan segudang isyarat informasi (*cues*) yang dapat digunakan wisatawan untuk membentuk sebuah kesan yang dirasakan wisatawan dari kekhasan destinasi wisata tersebut (*atmospheric cues, service cues, price cues, location cues* dan *promotion cues*). Sedangkan menurut Mackay dan Fesenmaier (2000: 418) destination image meliputi *Culture* (kondisi budaya), *Familiarity* (kondisi lingkungan masyarakat) dan *Demographic* (kondisi demografis). Dilihat dari daftar kasus tersebut, penulis melakukan pra penelitian mengenai Citra Pariwisata Provinsi Bengkulu di benak wisatawan yang mengunjungi Anjungan Bengkulu TMII Jakarta dengan

penyebaran kuesioner sebanyak 30 responden yang dilaksanakan pada tanggal 3 September 2017, yang terdiri dari 50% responden berjenis kelamin laki-laki dan 50% perempuan dengan kualifikasi umur terbanyak pada usia 21-30 tahun sebanyak 43,3% dan sebagian besar berdomisili di Jabodetabek. Terdapat 77% responden menjawab bahwa kondisi lingkungan masyarakat Bengkulu yang kurang sadar wisata (kurang ramah), 13% responden menjawab bahwa keadaan suasana dari destinasi wisata Provinsi Bengkulu yang kurang tercipta sebagai daya tarik wisata dan 10% memilih akses jalan yang kurang baik seperti yang terlihat di dalam gambar 1.3:



Sumber: Pra Penelitian, 2017

GAMBAR 1.3 CITRA DESTINASI WISATA PROVINSI BENGKULU

Tahun 2016 Pemerintah Daerah Provinsi Bengkulu telah membangun 1200km jalan seperti yang dilansir pada mediaindonesia.com. Selain memperbaiki akses jalan, Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu mengadakan pembinaan kelompok sadar wisata kepada 50 perwakilan dari tiap kabupaten/kota demi terwujudnya masyarakat sadar wisata yang mendukung program Visit Bengkulu 2020 (sumber: harianakyatbengkulu.com).

Setelah melakukan perbaikan infrastruktur, Pemerintah Provinsi Bengkulu juga melakukan upaya promosi untuk memperbaiki citra Provinsi Bengkulu. Salah satunya melalui *event-event* pariwisata yang diadakan di Provinsi Bengkulu dan di luar, baik pada taraf nasional maupun internasional. Salah satu *event* internasional yang diikuti di luar Provinsi Bengkulu adalah Malayasian Association of Tour And Travel Agents (MATTA) Fair 2017 yang diadakan pada 17-19 Maret 2017 di

Putra World Trade Center (PWTC) Kuala Lumpur (sumber: harianrakyatbengkulu.com).

Sejalan dengan *event* yang telah diikuti di luar negeri, Provinsi Bengkulu juga sering mengadakan dan turut berpartisipasi dalam event yang terdapat di dalam negeri dan di luar Provinsi Bengkulu, yaitu melalui kantor penghubung di Jakarta pada sub bidang Seksi Promosi dan Informasi Anjungan Bengkulu Taman Mini Indonesia Indah yang merupakan Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bengkulu. Anjungan Bengkulu TMII adalah miniatur dari Provinsi Bengkulu yang merupakan cerminan dari keseluruhan Provinsi Bengkulu. Di dalamnya terdapat replika rumah Bung Karno, Danau Dendam Tak Sudah, dan diorama pakaian adat dari tiap kabupaten/kota, serta juga terdapat toko souvenir dan makanan khas Bengkulu. Sesuai dengan visi dari Seksi Promosi dan Informasi Anjungan Bengkulu yaitu menjadikan anjungan daerah sebagai *show window* daerah yang di dalam misinya terdapat upaya meningkatkan promosi potensi unggulan daerah salah satunya pada bidang pariwisata dan budaya, Seksi Promosi dan Informasi Anjungan Bengkulu melakukan berbagai macam *event* promosi baik di dalam maupun di luar kawasan Anjungan Bengkulu.

Melihat permasalahan yang telah dipaparkan tersebut salah satu cara yang dilakukan oleh banyak kota dalam meningkatkan citra pariwisatanya yaitu melalui *special event*, dimana *special event* dinaungi oleh *Marketing Communication Mix* yang secara khusus terdapat dalam *Publicity and Public Relation*. Shone dan Parry di dalam Noor (2013:9) mengungkapkan bahwa terdapat empat kategori *special event*, yaitu *leisure events*, *personal events*, *culture events* dan *organisational events*. Dikuatkan melalui beberapa penelitian terdahulu yang ditulis oleh Liu (2014:27) melalui *Int. Journal of leisure and tourism marketing*, dalam penelitiannya mengenai *The Impact of Cultural Event on City Image: an Evaluation of The 2008 European Capital of Culture in Liverpool* mengungkapkan bahwa *culture event* memiliki dampak positif dalam citra kota antara penduduk, Bisnis, media, pemirsa budaya, setidaknya sehari setelah *event* berlangsung. Penelitian lainnya yang ditulis oleh Peta (2016:73) berjudul *Special Event as an Innovative Technique for improving of Zimbabwe's Image as a*

Tourist Destination memiliki temuan bahwa *special event* merupakan salah satu teknik yang inovatif dalam meningkatkan citra Zimbabwe sebagai destinasi wisata.

Seksi Promosi dan Informasi Anjungan Bengkulu menerapkan strategi *culture event* untuk meningkatkan citra destinasi wisata Provinsi Bengkulu. Jennie (2015:1) mengungkapkan bahwa *Culture Event* merupakan suatu aktivitas budaya, yang sebelumnya disajikan dalam pola yang teratur, terus menerus, dan akan dikonfigurasi ulang tepat untuk membuat *event* yang baru. Kavaratzis dalam Gelders (2012:111) mengungkapkan bahwa *event* merupakan alat komunikasi yang paling ampuh dalam menularkan citra kota yang baik. Adapun dimensi *culture event* melalui *festival experience*, yaitu *spectacularisation*, *theme*, dan *immersion and participation*. Berikut implementasi dimensi yang diterapkan Seksi Promosi dan Informasi Anjungan Bengkulu dengan penerapan konsep *culture event*.

TABEL 1.1
IMPLEMENTASI CULTURE EVENT YANG DILAKUKAN OLEH
ANJUNGAN BENGKULU TMII

No	Aspek	Implementasi
1	<i>Spectacularisation</i>	<i>Culture event</i> yang diadakan Anjungan Bengkulu merupakan adaptasi dari <i>event-event</i> budaya yang diselenggarakan di Provinsi Bengkulu yang mempertunjukkan <i>event</i> budaya Bengkulu seperti aslinya namun telah dimodifikasi sehingga memiliki keunikan tersendiri. Seperti saat perayaan ulang tahun Provinsi Bengkulu di Bengkulu mengadakan perayaan Tabot 10 hari, Anjungan Bengkulu mengadakan acara 10 hari namun dimodifikasi bentuk acaranya tidak sesakral aslinya.
2	<i>Theme</i>	Tema <i>event</i> yang diselenggarakan Anjungan Bengkulu di tiap pekannya memiliki tema yang berbeda sesuai dengan <i>momentum</i> tertentu. Seperti ketika memperingati hari pahlawan, Anjungan Bengkulu mengadakan pawai prajurit Enggano.
3	<i>Immersion and Participation</i>	Event yang diselenggarakan Anjungan Bengkulu melibatkan pengunjung sehingga memiliki pengalaman yang tidak terlupakan. Seperti diadakannya perlombaan

No	Aspek	Implementasi
		dan mengikutsertakan pengunjung menari bersama.

Sumber: Modifikasi dari berbagai sumber, 2017

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, perlu diadakannya penelitian mengenai “PENGARUH *CULTURE EVENT* DI ANJUNGAN BENGKULU TAMAN MINI INDONESIA INDAH JAKARTA TERHADAP CITRA DESTINASI WISATA PROVINSI BENGKULU ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran pelaksanaan strategi *culture event* di Anjungan Bengkulu TMII.
2. Bagaimana gambaran citra destinasi wisata Provinsi Bengkulu pada pengunjung *culture event* di Anjungan Bengkulu TMII.
3. Bagaimana pengaruh *culture event* di Anjungan Bengkulu TMII terhadap citra destinasi wisata Provinsi Bengkulu.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil temuan berikut:

1. Untuk memperoleh temuan mengenai pelaksanaan *culture event* di Anjungan Bengkulu.
2. Untuk memperoleh temuan mengenai gambaran citra destinasi wisata Provinsi Bengkulu pada pengunjung *culture event* di Anjungan Bengkulu TMII.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *culture event* di Anjungan Bengkulu TMII terhadap citra destinasi wisata Provinsi Bengkulu.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan baik secara teoritis maupun praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pemasaran pariwisata, dengan mengkaji pemahaman mengenai *culture event* di Anjungan Bengkulu TMII terhadap citra destinasi wisata Provinsi Bengkulu.

2. Kegunaan Empirik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pihak pemerintah daerah Provinsi Bengkulu mengenai implementasi *culture event* di Anjungan Bengkulu TMII dalam membentuk citra positif terhadap destinasi wisata Provinsi Bengkulu. Selain itu hasil penelitian ini juga dapat menjadi evaluasi strategi pemasaran bagi pihak pemerintah daerah Provinsi Bengkulu.