

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki wilayah kepulauan yang sangat besar, Menurut data (BPS, n.d.) Indonesia memiliki pulau yang berjumlah 17.504. Selain itu Indonesia memiliki ribuan budaya yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia (Rahma, 2020). Tentunya 2 aspek ( Alam dan Budaya) tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara wisata yang di jadikan tujuan pelancong. Maka dari itu adanya Kementerian Pariwisata adalah sebagai badan yang langsung mengurus sektor pariwisata di Indonesia serta memiliki beban untuk memajukan pariwisata di Indonesia. Kementerian Pariwisata sendiri memiliki pembantu dalam sektor pariwisata di daerah, yaitu Dinas Pariwisata yang terdapat di setiap daerah.

Dinas pariwisata adalah sebuah Lembaga atau OPD (Organisasi Perangkat Daerah ) yang memiliki tugas salah satunya adalah melestarikan dan mengembangkan Objek wisata dan Kebudayaan suatu daerah. Selain itu Dinas Pariwisata dalam rangka melestarikan budaya daerah yang mereka miliki salah satu cara nya adalah mengkonsepsikan strategi kegiatan apa saja yang akan dilaksanakan untuk memaksimalkan dan melestarikan wisata serta budaya daerah sehingga bisa dikenal oleh masyarakat luar daerah dan negara agar dapat menarik perhatian wisata. Dinas Pariwisata juga bertugas untk merumuskan kebijakan di bidang pariwisata, perfilman dan kebudayaan. Serta melakukan pembinaan dan

membimbing para pelaku pariwisata dan budaya di wilayah kerjanya.

Jika dilihat lebih dalam, Wisata alam dan budaya juga menjadi salah satu cara dari suatu daerah untuk memajukan ekonomi di daerah tersebut. Semakin dikenal suatu daerah tersebut dapat membawa wisatawan lokal dan mancanegara untuk melancong ke daerah daerah tersebut. Selain itu dampak lainnya jika daerah tersebut memiliki nilai wisata dan budaya yang bisa dikenal maka tidak menutup kemungkinan akan mendatangkan investor luar dan dalam negeri. Sehingga jika 2 aspek tersebut sudah maju maka dampak turunannya akan menghadirkan lapangan pekerjaan yang banyak dan menekan angka pengangguran di daerah tersebut. Contohnya adalah, jika ada suatu daerah memiliki pariwisata dan budaya yang sudah dikenal lalu investor datang untuk membuka hotel, rumah makan, Wahana dan lain sebagainya, sehingga bisa memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat.

Agar dapat dikenal oleh para wisatawan dan investor, dinas pariwisata daerah harus melakukan promosi yang menarik. Dalam hal ini pemerintah daerah di tuntut agar dapat melahirkan inovasi yang menarik dalam mempromosikan potensi budaya dan pariwisata yang ada di daerahnya. Pemerintah dapat melakukan beberapa cara yaitu membuat program dan acara kebudayaan yang meriah hingga menjadi magnet bagi masyarakat luar agar tertarik berkunjung di daerah nya. Selain itu, pemerintah dapat menjalin kerjasama luar negeri agar mendapat feed back dari hasil kerja sama nya.

Salah satu daerah yang mencoba melakukan program untuk memajukan pariwisatanya adalah Kota Lubuklinggau. Kota Lubuklinggau adalah daerah tingkat II yang terletak di Provinsi Sumatera Selatan. Kota ini secara geografis sangat strategis untuk dijadikan persinggahan para pelancong yang pergi ke pulau sumatera. Daerah ini menjadi jalur lintas darat

yang sering dipilih untuk ke daerah- daerah seperti Palembang, Jambi, Bengkulu, Padang, Lampung dan lain lain. Lubuklinggau adalah kota yang dimana adalah daerah terbesar kedua di Sumatera selatan setelah Kota Palembang. Kota Lubuklinggau sendiri memiliki beberapa fasilitas pendukung sebagai Kota pariwisata yaitu bandara, kereta api dan juga hotel . Kota Lubuklinggau sendiri memiliki Objek wisata dan kebudayaan yang potensial, jika wisatawan ingin berkunjung kesini.

Melalui Dinas Pariwisata nya, Kota ini resmi mengusung program unggulan pariwisata dengan nama yaitu “ Ayo Ngelong ke Lubuklinggau 22.2.22”. Sama halnya dengan Kementerian Pariwisata yang mencoba *branding* pariwisata nasional dengan Campaign Pesona Indonesia dan *Wonderful Indonesia* , Program ini merupakan satu bentuk *branding* pariwisata Lubuklinggau sendiri. Harapannya dibawah Program Unggulan ini upaya perbaikan pariwisata akan terus digencarkan, sehingga dapat mendatangkan wisatawan yang lebih banyak. Program ini seiring sejalan dengan Misi pemerintah daerah Lubuklinggau di bawah kepemimpinan bupati H.SN.Prana Putra Sohe yang dimana mengusung “ mewujudkan Kota Lubuklinggau sebagai Kota Metropolitan Madani” yang dimana ingin mewujudkan daya saing ekonomi dan kesejahteraan sosial. Program “Ayo Ngelong Ke Lubuklinggau” adalah suatu program yang mempromosikan budaya serta pariwisata daerah Kota Lubuklinggau.

Program “Ayo Ngelong Ke Lubuklinggau “ sebelumnya sudah di launching pada tanggal 20 bulan februari 2020 di Bukit Sulap Kabupaten Lubuklinggau (SumselUpdate, n.d.) dan puncaknya adalah pada tanggal 22 februari tahun 2022. Akan tetapi akibat covid-19 yang belum usai , program “Ayo Ngelong Ke Lubuklinggau 22.2.22 “ berpeluang besar akan di undur ke tahun berikutnya

yaitutahun 2023 menyesuaikan kondisi Covid 19. Akan tetapi hal itu menurut Walikota Lubuklinggau bukan menjadi masalah besar. Karena esensi dari Program ini adalah bagaimana caranya Pemerintah daerah dan masyarakat Lubuklinggau dapat mensukseskan program ini. Sehingga para investor bisa berinvestasi di sektor pariwisata di Lubuklinggau. Selain itu program ini bertujuan untuk mendatangkan wisatawan sebanyak mungkin ke Lubuklinggau.

Pada penulisan laporan akhir ini, penulis ingin mencoba mengulik dan menyajikan data mengenai upaya Pemerintah Lubuklinggau melalui Dinas Pariwisata Kota Lubuklinggau dalam mensukseskan Program andalan ini , yaitu “ ayo ngelong ke Lubuklinggau 22.2.22”. Momentum dari puncak program ini setidaknya memberikan kesan baik bagi seluruh pihak yang berkesempatan melihatnya. Sehingga kegiatan yang sudah di rancang dari jauh hari ini memberikan *impact* positif bagi pariwisata Lubuklinggau kedepannya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat dirumuskan bahwa perumusan masalah yang akan diselesaikan pada penelitian ini ialah :

- 1) Bagaimana Upaya Dinas Pariwisata Lubuklinggau dalam mensukseskan program “Ayo ngelong ke Lubuklinggau 22.2.22 ” ?

## **1.3 Kerangka Teori**

Kerangka pemikiran dalam hal ini tersusun dari bagaimana Pemerintah Kota Lubuklinggau menghadirkan Program “Ayo ngelong ke Lubuklinggau 22.2.22” adalah upaya *branding* Pariwisata. Tentunya Program atau *campaign*

“Ayo ngelong ke Lubuklinggau 22.2.22” ini ada parameter proses yang harus di gunakan. Dalam hal ini Penulis mempetakan 3 bagian Upaya dari menyukkseskan Program ini. Yang pertama yakni Promosi/ Diplomas, yang kedua adalah pengembangan Objek wisata, yang ketiga adalah pembangunan infrastruktur pendukung pariwisata ( Akses dan Akomodasi) . maka dari itu ada 3 teori yang digunakan yakni teori *branding*, Diplomas, dan Infrastruktur. Akan tetapi Secara sederhana studi kasus yang telah diambil oleh sang peneliti diatas adalah satu kajian dengan perspektif Hubungan Internasional yang menekankan pada konsep diplomas kebudayaan dan diplomas publik. Selain itu juga ada skema branding yang digunakan pada tahapan teoritis dan pembahasan tulisan ini.

#### **1.4 Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan memfokuskan analisis penelitian dari data-data yang diperoleh dari dinas pariwisata kota Lubuklinggau tentang program pemerintah yang bernama “ayo ngelong ke Lubuklinggau 22.2.22”. Penulis juga akan menggunakan data yang dikumpulkan dari hasil wawancara dari beberapa pegawai dari dinas pariwisata kota Lubuklinggau, kepala dinas, dan beberapa pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut yang menjadi pelaku dan terlibat dalam mensukkseskan program “Ayo Nelong ke Lubuklinggau” tersebut.

Dari penelitian ini, aspek Hubungan Internasional yang dapat dilihat ialah bagaimana cara dinas pariwisata Lubuklinggau dalam mendukung serta mempromosikan program Ayo Nelong ke Lubuklinggau agar dapat dilirik oleh wisatawan mancanegara sehingga dapat menarik minat investor lokal maupun asing agar dapat berinvestasi dan

menarik para wisatawan agar datang ke Kota Lubuklinggau. Sehingga dapat memajukan perputaran roda ekonomi dikota tersebut. Program ini dapat dikategorikan sebagai sebuah Isu Hubungan Internasional karena terdapat tujuan yang akan melibatkan aktor internasional, contohnya ialah dengan kerjasama dengan organisasi internasional yang akan ikut mendukung program pariwisata serta kebudayaan yang ada di kota Lubuklinggau.

### **1.5 Jangkauan Penelitian**

Dalam menulis laporan Akhir ini, penulis menggunakan studi kasus program ayo ngelong ke Lubuklinggau 22.2.22 yang dimana seluruh rangkaian program dijalankan pada periode RPJMD 2018-2023. Dengan lokasi penelitian di Dinas pariwisata lubuk linggau sumatera selatan.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

**BAB I**, pada bab ini berisi pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka pemikiran, jangkauan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II**, pada bab ini membahas mengenai profil mitra yang mana berisikan tentang sejarah, struktur, serta visi misi dari Dinas Pariwisata Lubuklinggau

**BAB III**, pada bab ini berisi pembahasan mengenai Upaya dari dinas pariwisata Lubuk linggau dalam mensukseskan program dari “Ayo ngelong ke lubuklinggau 22.2.22. “, menjelaskan uoaya pihak non state dalam upaya diplomasi Publik (Budaya), dan Peningkatan daya dukung pariwisata di Lubuklinggau.

**BAB IV**, bab ini merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan yang didapatkan dari analisis data dan pembahasan dari penelitian ini.

**BAB V**, bab ini berisi pembahasan mengenai refleksi diri, yang mana terdiri dari penjabaran manfaat dari kegiatan magang

**BAB VI**, bab ini berisi pembahasan terkait analisa dari perspektif HI terkait dengan kegiatan magang.