

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Saat ini trend pariwisata mengalami perubahan, hal ini disebabkan karena wisatawan merasa jenuh jika mengunjungi kawasan wisata buatan, sehingga menimbulkan minat terhadap wisata dan menjadi sebuah konsep wisata baru disebut dengan kampung wisata. Kampung wisata merupakan suatu wilayah yang penduduknya mempunyai kegiatan di bidang sosial dan ekonomi dalam bentuk pengembangan usaha pariwisata yang berbasis pada potensi daya tarik alam termasuk bangunan cagar budaya maupun tatanan sosial kehidupan masyarakat setempat, nilai budaya, dan seni tradisi serta kerajinan dan kuliner tradisional dan sarana prasarana akomodasi (Andrianti and Lailam, 2019).

kampung wisata memberikan keleluasaan kepada masyarakat setempat untuk mengelola kampung wisata sesuai potensi yang dimilikinya. Program kampung wisata ini merupakan program yang ditetapkan oleh pemerintah dengan melibatkan langsung masyarakat setempat. Perkembangan pesat tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya kampung wisata setiap tahunnya. Berdasarkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF), disebutkan bahwa pada tahun 2021 terdapat 1.838 kampung wisata, tahun 2022 bertambah menjadi 3.613, dan pada tahun 2023 sebanyak 4.714 kampung wisata (Polonia and Ravi, 2021).

Kelurahan purbayan merupakan salah satu kampung wisata yang berada dikawasan cagar budaya Kotagede yang memiliki nilai kebudayaan dan sejarah kerajaan mataram islam dan juga kerajinan perak yang sangat luar biasa. Adapun keistimewaan tempat wisata ini adalah mempunyai kerajinan yang hanya ada satu-satunya di dunia, yaitu kerajinan tanduk serta sentra perajin batik dimana wisatawan dapat merasakan langsung dan mencoba membuat batik dengan bantuan professional (Suwartini et al. 2021).

Pada event kegiatan pendampingan kampung wisata menuju anugerah desa wisata indonesia (ADWI) tahun 2022, Kampung Wisata Purbayan berhasil meraih juara sebagai kampung wisata berkembang terbaik kedua dalam anugerah desa wisata indonesia (ADWI) tahun 2022. Kemudian pada event anugerah desa wisata indonesia (ADWI) 2023, kampung wisata purbayan masuk dalam peringkat ke-75 oleh (KEMENPAREKRAF), sehingga pengelola kampung wisata semakin gencar dalam melakukan promosi guna

memperkenalkan dan mengembangkan tempat-tempat wisata yang masih belum diketahui di purbayan serta menjadikan kampung wisata purbayan sebagai kampung pusaka dan penjaga tradisi dengan memanfaatkan teknologi internet serta mengikuti perkembangan mengikuti pasar (Robi et al. 2022).

Namun permasalahan di kamwis purbayan adalah pelatihan dan pengelolaan sumber daya manusianya yang masih kurang memadai. Oleh karena itu, diperlukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) untuk meningkatkan kedudukan dan peran masyarakat dalam pengembangan pariwisata serta menciptakan sinergi dengan pemangku kepentingan untuk meningkatkan kualitas pengembangan pariwisata di daerah (Tohir et al. 2023).

Meski memiliki potensi wisata yang sangat besar, namun kampung wisata purbayan masih belum dikelola secara maksimal. Fenomena kampung wisata purbayan yang kurang terekspos secara nasional maupun internasional serta belum dimanfaatkannya kampung wisata purbayan secara maksimal untuk memuaskan para pengunjung baik dari segi sarana, prasarana, sumber daya manusia (SDM), dan pengelolaannya sendiri. Oleh sebab itu, diperlukan strategi komunikasi pemasaran yang baik dari pihak pengelola (pokdarwis) untuk merancang strategi komunikasi pemasaran agar potensi wisata yang adadapat berjalan sesuai yang diharapkan (Polonia and Ravi, 2021).

Berdasarkan data yang telah dipaparkan penulis diatas, maka penulis mengangkat judul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KEPARIWISATAAN KAMPUNG WISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN (STUDI KASUS KAMPUNG WISATA PURBAYAN)

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan kampung wisata purbayan untuk menarik minat wisatawan agar menetap lama di Yogyakarta?
2. Media apa saja yang digunakan kampung wisata purbayan dalam menerapkan strategi komunikasinya?
3. Apa saja yang faktor yang mempengaruhi kampung wisata purbayan dalam menerapkan strategi komunikasi pemasarannya?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui bagaimana menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Kampung Wisata Purbayan untuk menarik minat wisatawan.
2. Mengetahui media apa saja yang digunakan Kampung Wisata Purbayan dalam menerapkan strategi komunikasi pemasaran.
3. Mengetahui faktor apasaja yang kampung wisata purbayan dalam menerapkan strategi komunikasi pemasarannya.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Bagi Penulis**

Diharapkan dapat membuat dan membuat rancangan strategi dengan baik.

### **2. Manfaat Bagi Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai kontribusi penelitian dalam bidang ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah kunjungan.

### **3. Manfaat Bagi Organisasi**

Dalam penelitian ini diharapkan organisasi dapat mencari strategi baru untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan organisasi selalu menjagapelayanan dan nyaman yang diberikan kepada pelanggan.