**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Konteks Penelitian**

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi nonverbal.

Komunikasi merupakan dasar bagi tindakan dan kerja sama untuk sebuah pencapaian. Komunikasi bagi manusia tidak dapat di pungkiri ,begitu saja halnya bagi suatu organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuannya tidak terlepas dari bagaimana perusahaan tersebut memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada para pelanggan. Perusahaan di tuntut untuk selalu melakukan perbaikan dan penyesuaian terhadap mutu pelayanan dari jasa yang di tawarkan sehingga apa yang menjadi harapan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam faktor pelayanan, ketepatan waktu dan keamanan. Hal-hal tersebut merupakan beberapa faktor penentu keberhasilan. Persaingan antar perusahaan yang begitu ketat menyebabkan perusahaan harus mempertahankan kualitas produk dan jasanya guna memenangkan persaingan tersebut. Untuk menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas prima dan dijadikan sebagai prioritas utama pelanggan tidak lepas dari peran penting kinerja sumber daya manusianya yang di tuntut untuk melakukan strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Perusahaan atau organisasi saat ini sangat membutuhkan media untuk mengkomunikasikan informasi perusahaannya kepada para *public* internal, eksternal dan *stake holders*. Salah satu caranya yaitu dengan menggunakan sebuah peran yang biasa disebut dan dikenal dengan *public relation. Public relation* adalah salah satu cabang dari ilmu komunikasi yang biasanya berada pada perusahaan swasta atau dikenal dengan humas pada sebuah perusahaan pemerintahan.

*Public relation* adalah proses yang berkelanjutan dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *good will* (kemauan baik) dan pengertian dari pelanggan,pegawai dan *public* yang lebih luas. *Public relation* adalah suatu lembaga atau perorangan yang bertugas melakukan hubungan baik ke dalam dan ke luar perusahaan untuk memperoleh pengertian, kepercayaan dan *good will* masyarakat atau pelanggan dengan menggunakan strategi yang dimiliki. *Public relation* berfungsi menambuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya baik intern maupun ekstern dalam pencapaian pengertian, menumbuhkan motivasi publiknya. Adapun *public relation* secara mendasar menjadi tanggung jawab dari pimpinan puncak (*top management)public relation* di harapkan bisa menjadi mata,telinga, dan tangan kanan pimpinan puncak perusahaan.

*Public relation* memiliki peran yang sangat penting yaitu membina hubungan baik dengan masyarakat atau pelanggan, dilakukan agar dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan perusahaan itu sendiri. Dalam hal ini perusahaan atau organisasinya baik itu perusahaan profit atau non profit pasti membutuhkan suatu peran *public relation* atau humas, tergantung dari tujuan apa yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan atau organisasi tersebut yang menjadi tolak ukur dalam memilih strategi apa saja yang akan di gunakan pada perusahaanya sehingga dapat memuaskan pelanggan yang otomatis dapat membangun image perusahaan itu sendiri. Dalam hal ini, Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur memakai jasa *Public Relations*, karena dengan adanya humas dalam organisasi tersebut maka dalam menjalankan pekerjaan menjadi lebih mudah karena tugas dari humas sangat dibutuhkan salah satunya dalam menjalankan program promosi untuk menigkatkan para wisatawan yang datang ke Kabupaten Cianjur. Maka dari itu, humas sangat dibutuhan dalam menyusun, melaksanakan, memantau, serta mengevaluasi kegiatan dalam strategri promosi.

Promosi merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur. Promosi merupakan kegiatan yang tidak asing lagi. Dalam hal ini, promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu programuntuk meningkatkan produk jual barang atau jasa, dan merupakan salah satu komponen yang dilaksanakan dengan tujuan untuk mengadakan komunikasi degan konsumen dalam rangka memasarkan tempat wisata serta fasilitas yang disediakan oleh pemerintah Kabupaten Cianjur dimana promosi tersebut dapat diperoleh wisatawan serta informasi yang diberikan *Public Relations* Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur bersifat memperkenalkan, memberitahu, membujuk konsumen dengan harapan akhir konsumen tersebut akan tertarik dengan promosi yang telah ditawarkan kepada para wisatawan baik wisatwan lokal maupun mancanegara, sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung dengan tawaran yang telah ditawarkan baik melalui media maupun mendengar dari orang lain.

Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur merupakan unsur pelaksana Pemerintah Daerah di bidang pariwisata memiliki tugas menyelenggarakan urusan rumah tangga Pemerintah Daerah di bidang kepariwisataan. Pelaksanaan tugas Dinas Kepemudaan dan Olahraga adalah berusaha meningkatkan daya tarik wisata yang diharapkan akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatwan, sehingga Dinas Kepemudaan dan Olahraga dapat menyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) sesuai target yang dibebankan oleh Pemerintah Kabupaten Cianjur. Karena itu diperlukan suatu langkah nyata dalam menjalin saling pengertian dan kepercayaan dengan berbagai pihak dalam mengenalkan potensi wisata dan menarik wisatawan agar berkunjung. Berbagai cara dilakukan oleh *Public Relations* salah satunya yaitu dengan menggunakan strategi promosi baik melalui media maupun dengan cara mulut ke mulut.

Strategi yang dilakukan oleh *Public Relations* Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur dilakukan dengan berbagai cara, yaitu bekerjasama dengan berbagai instansi seperti bekerjasama baik dari bidang perhotelan, transfortasi, masyarakat, pemerintah pusat/kota, perserikatan travel, hingga perserikatan pariwisata. Dalam hal ini menunjukkan bahwa pembentukan sebuah daerah tujuan pariwisata didukung dari berbagai pihak. Antara lain dari adanya destinasi sumber daya alam, sumber daya budaya, fasilitas reksreasi, event, aktifitas spesifik dan keikutsertaan masyarakat. Dalam hal ini, strategi bukan hanya di lakukan oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur namun juga dilakukan oleh masyarakatnya yang berada di Kabupaten Cianjur. Karena dalam hal ini, masyarakat sadar akan pentingnya menigkatkan mempromosikan tempat parwisata yang ada. Dari bantuan masyarakat inilah yang dapat membantu dalam strategi *Public Relations*.

Pariwisata merupakan kekayaan yang dimiliki oleh setiap daerah yang dapat membantu perekonomian daerah itu sendiri. Tidak sedikit daerah yang bergantung banyak dari sektor pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan dengan mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata. Aktivitas ini menawarkan barang dan jasa bagi pemenuhuan kebutuhan wisatawan. Potensi kreatif masyarakat dalam menjaga kebudayaan aslinya digencarkan sebagai ikon bagi wisatawan. Pembangunan keparawisataan diarahkan sebagai sektor andalan yang diharapkan menjadi salah satu sektor penghasil devisa negara, mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan pendapatan daerah, memberdayakan perekonomian masyarakat, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha yang produktif, serta meningkatkan kesejahteraan rakyat serta kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup.

Kabupaten Cianjur adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Barat yang memiliki luas wilayah sekitar 3.432,96 km2 dan juga termasuk dalam tataran sunda. Secara geografis Kabupaten Cianjur berbatasan dengan Kabupaten Bogor, dan Kabupaten Purwakarta di Utara, Kabupaten Bandung Barat dan Kabupaten Garut di Timur, Samudera Hndia di Selatan, serta Kabupaten Sukabumi di Barat. Sebagian besar wilayah Kabupaten Cianjur berupa pegunungan,, maka dari itu Kabupaten Cianjur ini memiliki pemandangan yang indah dan juga cuaca yang masih sejuk. Dalam hal ini Kabupaten Cianjur memiliki potensi dalam bidang pariwisata dengan segala keindahan alam yang ditawarkan. Kabupaten Cianjur memiliki berbagai macam tempat wisata baik buatan maupun wisata yang terbentuk secara alami, wisatawan akan merasa sengan Karena terdapat fasilitas hotel yang dekat dengan tempat wisata dan juga kuliner yang di jajakkan. Tempat wisata yang sangat terkenal di Kabupaten Cianjur baik dari warga lokal maupun mancanegara yaitu Kebun Raya Cibodas, Taman Nasional Gunung Gede Pangrago, Taman Bunga Nusantara, dan Gunung Padang. Selain itu masih terdapat tempat wisata yang lebih indah dan juga menarik namun masih belum terawat dan belum terekspos karena sarana dan infrastruktur yang masih terbatas.

Kabupaten Cianjur dengan segala keindahan yang ditawarkan serta tempat wisata yang banyak ini, dikelola oleh masyarakat juga Dinas Pawisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur. Dalam hal ini, mengelola tempat wisata memiliki berbagai macam kendala baik dalam jarak tempuh, infrastruktur yang masih rusak dan juga masalah dalam transportasi. Anggaran merupceakan faktor utama dalam pengelolaan tempat wisata yang ada di Kabupaten Cianjur. Karena kurang memadainya struktur, infrastruktur, dan kemacetan menyebabkan berkurangnya wisatawan yang datang ke Kabupaten Cianjur. Penyebab berkurangnya wisatwan yang datang adalah adanya jalan yang lebih cepat dan juga efesien yaitu dengan adanya Tol Cipularang sehingga masyarakat tidak banyak berkunjung ke Kabupaten Cianjur dan memilih jalan yang lebih cepat. Dalam inilah *Public Relations* yang harus memiliki strategi sehingga dapat mengatasi kendala-kendala yang menghambat datangnya para wisatawan baik lokal maupun mananegara. Selain *Public Relations* Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur, pemerintah, instansi lain dan juga masyarakat harus ikut andil dalam mempromosikan tempat wisata yang ada di Kabupaten Cianjur guna meningkatkan citra yang baik bagi Kabupaten Cianjur.

Berdasarkan uraian konteks penelitian diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“ Strategi Promosi Tempat- Tempat Wisata Oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur “.**

**1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

**1.2.1 Fokus penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian di atas, mengingat bahwa luasnya cakupan tugas-tugas yang dilaksanakan oleh humas, maka dalam penelitian ini hanya difokuskan pada strategi humas Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur dalam mempromosikan tempat-tempat wisata di Kabupaten Cianjur.

* + 1. **Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang dikemukakan di atas, adapun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kegiatan *advertising* yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur dalam mempromosikan tempat-tempat wisata?
2. Bagaimana kegiatan *sales promotion* yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur dalam mempromosikan tempat wisata?
3. Bagaimana pelaksanaan publikasi oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur dalam mempromosikan tempat wisata?
4. Bagaimana proses komunikasi langsung oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur dalam memperkenalkan tempat-tempat wisata?

**1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

* + 1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini sebagai syarat ujian sidang strata satu (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan Bandung, Konsentrasi Humas dan tujuan ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui kegiatan *advertising* yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur dalam mempromosikan tempat-tempat wisata.
2. Mengetahui kegiatan *sales promotion* yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur dalam mempromosikan tempat wisata.
3. Mengetahui cara pelaksanaan publikasi dari Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur dalam mempromosikan tempat wisata.
4. Mengetahui proses komunikasi langsung dari Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur dalam memperkenalkan tempat-tempat wisata.

**1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan pelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum mampu memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya pada bidang *Public Relations.*

* + - 1. **Kegunaan Teoretis**

1. Sebagai kajian pengembangan ilmu komunikasi terutama yang berhubungan dengan dengan disiplin ilmu Khususnya mengenai bidang kajian Hubungan Masyarakat.
2. Mengembangkan pengetahuan penelitian dalam menganalisa dikemudian hari mengenai strategi promosi yang merupakan bagian dari kajian Hubungan Masyarakat.
3. Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi perpustakaan dalam bidang komunikasi serta dapat menjadi bahan informasi bagi pihak yang berkepetingan dalam masalah yang diteliti.

**1.3.2.2 Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat khususnya pada humas eksternal untuk meningkatkan citra pariwisata.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu penambah wawasan, pengalaman dan dapat menjadikan bahan masukan kepada Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah pedoman pengembangan bagi instansi-instansi untuk meningkatkan citra pariwisata.