

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan sekumpulan aktivitas yang dilakukan individu dan kelompok di suatu daerah (Hari Karyono A, 1997), kegiatan pariwisata dapat dilakukan dengan sukarela tanpa tekanan, aktivitas singkat untuk menikmati objek dan atraksi wisata di daerahnya. Kegiatan ini sangat diminati oleh seluruh manusia di dunia, dalam kemajuan pariwisata Indonesia telah membuat kegiatan ini dipandang bukan hanya sebagai kebutuhan sekunder tetapi dapat memberikan pengalaman menyenangkan bagi wisatawan dengan dilandasi pendidikan, agama, budaya, dsb. Salah satu daya tarik wisata yang berkembang dengan cepat adalah Desa wisata yang memiliki keunikan, perbedaan, alam, edukasi, dan pemberdayaan masyarakat sebagai suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang ada pada lingkungan setempat. Sehingga aktivitas wisata yang mengutamakan aspek pengalaman ini bersifat aktif dimana wisatawan berinteraksi secara langsung dengan masyarakat lokal, diharapkan juga dapat bersaing dengan tempat wisata lainnya.

Kabupaten Majalengka adalah wilayah Kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Ibu Kotanya Kecamatan Majalengka Kota, Kabupaten yang bergerak di wilayah timur laut dari Kota Bandung berjarak 95 km dan 56 km dari Kota Cirebon, Majalengka Jawa Barat.

Kota Majalengka salah satu tempat wisata yang memiliki banyak potensi dan daya tarik, sumber daya alam hingga sumber daya manusia yang ada di Kota Majalengka ini memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan untuk keperluan sektor pariwisata. Kondisi dataran tinggi Kota Majalengka memiliki bentang alam yang beragam seperti perbukitan, pertanian, pegunungan. Dataran rendah yang memiliki wisata alam, budaya, religi, dan hal strategis lainnya yang mendukung sektor pariwisata Kota Majalengka saat ini dengan hadirnya BIJB (Bandara Internasional Jawa Barat) dapat menjadi potensi yang luar biasa bagi pariwisata Kota Majalengka. (Y Rosalia, 2022)

Desa wisata merupakan salah satu destinasi wisata yang dapat menjadi tujuan alternatif bagi pengunjung yang datang ke Kabupaten Majalengka. Ada sebanyak 33 Desa wisata di Kabupaten Majalengka yang dinilai berpotensi menjadi daerah tujuan wisata. Salah satunya yaitu Desa Girimukti, Desa yang berada di Kecamatan Malausma Kabupaten Majalengka ini. Desa Girimukti ini terdiri dari beberapa dusun, mayoritas Masyarakat Desa Girimukti ini dalam mata pencahariannya sebagai petani.

Desa Girimukti ini memiliki sejarah dan budaya yang unik, pesona menarik dari alam yang di pancarkan, kisahnya yang di percaya oleh masyarakat setempat dulunya pasar rakyat yang luas dan ramai, ada seorang kakek yang berjualan minyak dan minyaknya tumpah, karena ramainya orang berkunjung pada pasar itu. Namun minyak tanah yang dijual itu ternyata bukan di senggol oleh orang yang berkunjung kepasar tersebut, nyatanya oleh seekor kuda yang sedang melintas, setelah minyak itu tumpah berserahkan hal yang mengejutkan

terjadi bahwa minyak itu bukannya menjadi licin, tapi menjadi bentuk gunung tilu yang dipercaya orang lokal di Desa Girimukti.

Gambar 1. 1 Data Statistik Pengunjung Wisata Kota Majalengka



Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jabar

Berdasarkan data statistik di atas pariwisata Kota Majalengka menunjukkan peningkatan *Trend* positif dari tahun 2021, 2022, dan 2023. Pada tahun 2021, Majalengka memiliki jumlah kunjungan wisata jumlah pengunjung wisatawan *Domestic* 472.906 dan belum ada kunjungan dari wisatawan mancanegara. Tahun 2022 Kota Majalengka mendapatkan lonjakan yang sangat besar persentasenya dibandingkan dengan tahun sebelumnya, *Domestic* mencapai angka 818.543 dan mancanegara 4 pengunjung wisatawan. Dan pada tahun 2023 untuk *Domestic* mencapai angka 1.050.505 dan mancanegara mencapai angka 19. Selisih yang didapati dalam pengunjung wisatawan Kota Majalengka dari tahun 2021 ke 2022 memiliki selisih 70 %, dari 2022 ke 2023 mencapai 20% selisih yang didapati, artinya setiap tahunnya memiliki peningkatan pada kunjungan wisatawan.

Perkembangan ekonomi dan budaya di suatu negara sangat dipengaruhi oleh pariwisata. Pemerintah setempat telah menunjuk *Smiling West Java Ambassador* sebagai duta pariwisata untuk mempromosikan keindahan Desa wisata Kota Majalengka. Duta pariwisata ini sangat memahami potensi pariwisata Kota Majalengka dan pandai membuat konten promosi yang menarik wisatawan. Program *Smiling West Java* mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam meningkatkan citra pariwisata Jawa Barat sehingga dapat menciptakan presentase dalam sektor pariwisata (Ridwan Kamil, 2023). Pemerintah pusat menyediakan program ini sebagai wadah untuk anak-anak muda terutama di Jawa Barat, sehingga adanya peran *Smiling West Java Ambassador* ini setiap individu yang telah terpilih untuk mempromosikan keindahan dan potensi Desa wisata yang ada di daerahnya.

Dengan, peran *Smiling West Java Ambassador* ini dapat membantu sektor wisata yang ada di Kota Majalengka, dengan setiap perannya dapat menghasilkan konten promosi yang menarik dan dapat memperkenalkan Desa wisata di Kota Majalengka dalam konteks yang lebih luas. Produksi konten promosi Desa wisata sangat penting untuk mencapai tujuan promosi dan mencapainya dengan sukses. Proses ini melibatkan serangkaian langkah yang sistematis, mulai dari ide, perencanaan, pengumpulan materi, hingga pengeditan dan distribusi konten, semua dengan tujuan menghasilkan konten yang informatif, menarik, dan dapat menarik perhatian wisatawan.

Di era internet saat ini, penggunaan media sosial telah menjadi komponen penting dalam mempromosikan destinasi pariwisata, selain proses produksi

konten. *Smiling West Java Ambassador* dapat menggunakan media sosial sebagai alat untuk mencapai audiens yang lebih besar karena *Platform* yang luas dan dapat diakses oleh banyak orang. Melalui *Platform* seperti Instagram, Tiktok, dan YouTube, mereka dapat mengunggah konten promosi yang menarik, berbagi informasi tentang Desa wisata, dan berinteraksi secara langsung dengan wisatawan.

Maka dengan memahami penelitian ini untuk menilai seberapa efektif upaya peran *Smiling West Java Ambassador* yang saat ini dilakukan dengan memahami tahapan produksi konten promosi dalam penggunaan media sosial sebagai media promosi Desa wisata.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian memuat rincian terkait pertanyaan penelitian tentang topik yang akan diungkap dan digali dalam penelitian. Fokus penelitian ini sebagai garis besar dari penelitian, agar dalam proses pengolahan data dapat lebih terarah, maka yang jadi fokus penelitian dalam penelitian ini “Peran *Smiling West Java Ambassador* Mella Yustica Pada Produksi Konten Promosi Desa Wisata Kota Majalengka”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan, pertanyaan penelitian yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana *Situation Analysis Smiling West Java Ambassador* Mella Yustica pada potensi Desa Wisata Kota Majalengka?

2. Bagaimana *Objectives* Mella Yustica sebagai *Smiling West Java Ambassador* dalam memproduksi konten promosi Desa Wisata Kota Majalengka?
3. Bagaimana *Strategy Smiling West Java Ambassador* Mella Yustica dalam mengembangkan konten promosi Desa Wisata Kota Majalengka?
4. Bagaimana *Tactics* peran *Smiling West Java Ambassador* Mella Yustica memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan Desa Wisata?
5. Bagaimana *Action Smiling West Java Ambassador* Mella Yustica dalam melaksanakan tahapan produksi konten promosi Desa Wisata?
6. Bagaimana *Control* pada *Smiling West Java Ambassador* Mella Yustica dalam mengevaluasi efektivitas produksi konten promosi Desa Wisata?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pertanyaan penelitian yang telah dibuat, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bagaimana *Situation Analysis Smiling West Java Ambassador* Mella Yustica pada potensi Desa Wisata Kota Majalengka.
2. Untuk menganalisis bagaimana *Objectives* Mella Yustica sebagai *Smiling West Java Ambassador* dalam memproduksi konten promosi Desa Wisata Kota Majalengka.
3. Untuk menganalisis bagaimana *Strategy Smiling West Java Ambassador* Mella Yustica dalam mengembangkan konten promosi Desa Wisata Kota Majalengka.

4. Untuk menganalisis bagaimana *Tactics* peran *Smiling West Java Ambassador* Mella Yustica memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan Desa Wisata.
5. Untuk menganalisis bagaimana *Action Smiling West Java Ambassador* Mella Yustica dalam melaksanakan tahapan produksi konten promosi Desa Wisata.
6. Untuk menganalisis bagaimana *Control* pada *Smiling West Java Ambassador* Mella Yustica dalam mengevaluasi efektivitas produksi konten promosi Desa Wisata.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun beberapa kegunaan dari penelitian ini, yaitu:

1. Secara Teoritis

Dapat memberikan dan memperkaya pengetahuan tentang Program *Smiling West Java Ambassador* dalam peran sebagai duta pariwisata pada produksi konten promosi yang efektif untuk mempromosikan Desa wisata, dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi Desa wisata Kota Majalengka dalam konteks teori peran dan konsep SOSTAC. Serta menambah referensi bagi para pembaca dalam memahami peran duta pariwisata pada produksi konten promosi dengan memanfaatkan media sosial.

2. Secara Praktis

a. Bagi *Smiling West Java Ambassador*

Peran Mella Yustica dalam produksi konten promosi dapat mengungkap situasi tujuan strategi, taktik, aksi dan kontrol dalam pendekatan yang efektif untuk meningkatkan promosi Desa wisata.

b. Bagi Pemerintah dan masyarakat

Diharapkan pemerintah dapat membangun kinerja yang baik untuk perkembangan dalam sektor pariwisata, Desa wisata dan membangun kerjasama yang baik dengan duta pariwisata, dan juga kesadaran masyarakat dalam menjaga, melestariakan Desa wisata agar terus bergerak untuk memperkuat dalam upaya promosi bagi perkembangan Desa wisata Kota Majalengka.

c. Bagi Penulis

Mendapatkan ilmu dan pengalaman mengenai analisis peran duta pariwisata pada Program *Smiling West Java Ambassador* ini dengan menganalisis proses dari produksi konten promosi dengan memanfaatkan media sosial.