

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri pariwisata merupakan suatu fenomena yang menarik, meskipun pariwisata juga merupakan sektor yang sangat sensitive terhadap perubahan yang terjadi baik secara internal maupun eksternal yang sangat berpengaruh terhadap jumlah dan minat wisatawan untuk mengunjungi suatu Negara, Provinsi maupun Daerah. Industri pariwisata secara langsung akan memberikan dampak terhadap ekonomi, social, dan budaya.¹ Indonesia mempunyai potensi pariwisata yang besar dan diharapkan mampu menjadi salah satu kekuatan pembangunan yang dapat diandalkan.

Pariwisata juga merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah daerah. Dalam pengembangan kepariwisataan yang dibahas dalam Undang-Undang No 10 tahun 2009 tentang pariwisata : (1) Destinasi, yaitu mewujudkan destinasi wisata nasional/internasional yang berkelanjutan; (2) Pemasaran, yaitu untuk meningkatkan posisi Indonesia di pasar nasional maupun Intenasional sehingga jumlah kunjungan akan meningkat; (3) Industri, yaitu memberikan kesempatan bagi industri kepariwisataan sebagai penompang aktivitas wisata untuk berkembang menjadi industri yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pengusaha/pemilik usaha; (4) Kelembagaan dan SDM, yaitu untuk menumbuh kembangkan suatu sistem kelembagaan yang ditopang oleh sumber daya manusia yang kompeten.

Dalam pariwisata terdapat berbagai faktor yang perlu dibenahi dalam rangka menarik wisatawan adalah mengemas destinasi wisata secara professional, membangun infrastruktur, dan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga terbentuk citra

¹ I Putu Gelgel, *Industri Pariwisata Indonesia Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa*. (Bandung: PT. Refika Aditama, 2006),23.

destinasi wisata yang baik dalam menarik wisatawan.² Konsep kegiatan pariwisata dapat di definisikan dengan tiga faktor yaitu, *something to see* berkaitan dengan atraksi yang ada di destinasi wisata tersebut dan *something to do* berkaitan dengan kegiatan wisatawan di destinasi wisata serta *something to buy* terkait dengan souvenir khas destinasi wisata tersebut.

Belum banyak diketahui bahwa di Kabupaten Jepara mempunyai satu wilayah kepulauan, yaitu kepulauan Karimunjawa dan memiliki 27 pulau. Taman Nasional Karimunjawa merupakan sebuah kawasan kepulauan yang terletak di Laut Jawa, berjarak 77.2 km dari Kota Jepara. Secara administratif Karimunjawa termasuk dalam Kabupaten Jepara, Provinsi Jawa Tengah. Taman Nasional Karimunjawa mempunyai kekayaan alam dengan potensi bahari seluas ± 110.000 hektare dan potensi daratan seluas ± 1.500 hektare. Karimunjawa terdiri 141 atas 27 pulau, hanya 5 pulau saja yang berpenghuni: Karimunjawa, Kemojan, Nyamuk, Parang, dan Genting . Karimunjawa juga merupakan salah satu dari tujuh taman nasional laut yang ada di Indonesia.³

Sektor pariwisata mempunyai kedudukan yang cukup strategis dalam dinamika pembangunan di Pulau Karimun Jawa. Pengembangan sektor pariwisata Pulau Karimun Jawa menjadi tekad Dinas Pariwisata Kabupaten Jepara karena pergerakan wisatawan di Daerah ini mampu menggerakkan roda perekonomian masyarakat khususnya usaha kecil dan menengah.

Perlu diketahui bahwa aktivitas pariwisata adalah bagian dari bentuk prinsip pengelolaan Taman Nasional yang dikenal dengan 3P, yaitu perlindungan, pengawetan, dan pemanfaatan lestari. Pariwisata yang merupakan penerapan dari pemanfaatan lestari sangat diharapkan dapat mendukung upaya-upaya perlindungan dan konservasi. Pariwisata dan konservasi di Taman Nasional merupakan dua hal yang berbeda, namun merupakan suatu kesatuan, dimana praktek-prakteknya harus paralel dan seimbang.

² Bektu Istiyanto, "Upaya Membangun Citra Positif Pariwisata, Kasus Komunikasi Pemasaran Wisata Pantai Widrapayung Cilacap" *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 15, no 2 (2012),3.

³ *Statistik Balai Taman Nasional Karimunjawa 2022*(Semarang : Balai Taman Nasional Karimunjawa, 2022), 11.

Sektor pariwisata saat ini menjadi sektor unggulan dalam penunjang ekonomi masyarakat Karimunjawa. Pariwisata di Karimunjawa masih mengandalkan kekayaan alam kepulauannya: ekosistem bawah air, bentang alam, serta produk-produk masyarakat lokal yang juga mengandalkan kekayaan alam Karimunjawa. Wisata bahari di Karimunjawa telah berkembang pesat selama satu dekade terakhir. Pengembangan wisata bahari memiliki arti strategis dalam pengembangan budaya bahari, sebagai usaha multi sektor, ekonomi daerah dan penguatan peran serta masyarakat.

Berdasarkan penelitian Akhsanul Ni'am Laksono pada tahun 2014 tentang dampak aktivitas ekowisata di pulau Karimunjawa berdasarkan persepsi masyarakat menghasilkan bahwa di dapatkan rekomendasi kepada pemerintah agar memperhatikan kegiatan pariwisata untuk dijadikan pariwisata yang berkelanjutan.⁴

Selanjutnya, berdasarkan penelitian Siswanto Rawali dan Muhammad Muthahhari tentang analisis strategi komunikasi dalam meningkatkan citra *ecotourism* Riam Kanan di Kalimantan Selatan menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Banjar dalam meningkatkan citra *ecotourism* sudah mengikuti prosedur sebagaimana dalam teori-teori komunikasi⁵

Melihat dari penelitian sebelumnya terkait pengembangan pariwisata yang sangat memungkinkan untuk kawasan ini adalah dengan menjadikannya sebagai kawasan *ecotourism*, dimana kegiatan pariwisatanya menaruh perhatian yang besar terhadap kelestarian sumber daya pariwisata.⁶ Kemudian penelitian terkait dampak perkembangan pariwisata terhadap Taman Nasional Karimunjawa yang menunjukkan bahwa kehadiran pariwisata tidak hanya memberikan dampak

⁴ Akhsanul Ni'am Laksono, "Dampak Aktivitas Ekowisata di Pulau karimunjawa Berdasarkan Persepsi Masyarakat". *Jurnal Teknik PWK*. Vol. 3, No.2 (2014):262.

⁵ Siswanto Rawali dan Muhammad Muthahhari Ramadhan, "Analisis Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Citra *Ecotourism* Riam Kanan di Kalimantan Selatan", *Jurnal Komunikasi*. Vol. 6, No 1 (2021):41.

⁶ Umardiono Andy, "Pengembangan Obyek Wisata Taman Nasional Laut Kepulauan Karimunjawa", *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*. Vol. 24, No. 3 (2011): 192-201.

positif secara ekonomi, namun juga dampak negatif terhadap kerusakan ekosistem terumbu karang akibat aktivitas wisata yang salah, minimnya pengetahuan wisatawan, dan intensitas kunjungan yang tinggi.⁷

Untuk lebih mengembangkan penelitian terdahulu, maka dibutuhkan perencanaan yang matang sebagai langkah strategis dalam upaya pengembangan potensi wisata di kawasan Taman Nasional Karimunjawa. Balai Taman Nasional Karimunjawa merupakan salah satu unit pelaksana teknis Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan yang bertugas sebagai pengelola kawasan Taman Nasional Karimunjawa.

Pariwisata berkelanjutan juga memiliki sasaran untuk memperoleh keseimbangan antara pertumbuhan potensial pariwisata dan kebutuhan konservasi lingkungan. Mengembangkan *ecotourism* akan mampu menyeimbangkan potensi pariwisata dengan kelestarian lingkungan beserta flora dan faunanya. Strategi komunikasi pemasaran *ecotourism* menuju berkelanjutan pada lokasi destinasi wisata di Pulau Karimunjawa memberi kontribusi terhadap fluktuasi jumlah kedatangan wisatawan ke Taman Nasional Karimunjawa khususnya dan Indonesia secara umum.

Berbagai potensi wisata yang dimiliki oleh Taman Nasional Karimunjawa baik pulau penduduk maupun pulau resort adalah modal dasar pengembangan kepariwisataan. Namun, mengandalkan kekayaan alam dan budaya saja belum cukup untuk mendongkrak angka wisatawan. Diperlukan langkah strategis untuk memasarkan, dan merancang perencanaan strategi komunikasi yang sesuai dengan karakter wilayah sehingga citra Taman Nasional Karimunjawa dapat terbangun dengan baik.

Salah satu strategi yang penting dalam membangun *ecotourism* adalah melalui strategi komunikasi Humass. Strategi tersebut antara lain, mengidentifikasi dan menggali potensi objek daya tarik wisata. Langkah ini harus dilakukan dengan cermat agar dapat mengetahui secara keseluruhan mengenai kekuatan, potensi dan daya tarik wisata yang dimiliki.

⁷ Ferncius Limbong, Sugiono Soetomo, "Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Lingkungan Taman Nasional Karimunjawa", *Jurnal Ruang*. Vol.2, No.1 (2014): 351.

Berdasarkan permasalahan tersebut. Perlu adanya strategi komunikasi *humas* pada objek wisata alam berbasis ekologi (*Ecotourism*) yaitu Taman Nasional Karimunjawa. Strategi komunikasi *humas* yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan *value* objek wisata berkesinambungan yang efektif oleh pihak yang bertanggung jawab dalam hal mengembangkan potensi-potensi pariwisata di Pulau Karimun Jawa.

Berdasarkan surat keputusan menteri lingkungan hidup dan kehutanan Republik Indonesia bahwa bagian tata usaha terdapat subbagian data, evaluasi, pelaporan dan kehumasan. *Ecotourism* Taman Nasional Karimunjawa merupakan bagian pengelolaan dibawah naungan Balai Taman Nasional Karimunjawa yang sudah di tetapkan dalam surat keputusan menteri kehutanan Republik Indonesia pada tahun 1999.⁸

Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul “***Strategi Komunikasi Humas Balai Taman Nasional Karimunjawa dalam meningkatkan citra Ecotourism Pada Taman Nasional Karimunjawa***”.

B. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini akan mengkaji dari segi aspek strategi komunikasi *humas* dalam membentuk citra *ecotourism* pada Taman Nasional Karimunjawa. Berdasarkan surat keputusan menteri lingkungan hidup dan kehutanan Republik Indonesia bahwa bagian tata usaha terdapat subbagian data, evaluasi, pelaporan dan kehumasan. *Ecotourism* Taman Nasional Karimunjawa merupakan bagian pengelolaan dibawah naungan Balai Taman Nasional Karimunjawa yang sudah di tetapkan dalam surat keputusan menteri kehutanan Republik Indonesia pada tahun 1999.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi *humas* dalam membangun citra *ecotourism* di Taman Nasional Karimunjawa?

⁸https://ksdae.menlhk.go.id/assets/news/peraturan/P.7_ORGANISASI_DAN_TATA_KERJA_UPT_TN_.pdf. Diakses pada 21 Desember 2023.

2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam membangun citra *ecotourism* di Taman Nasional Karimunjawa?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi *humas* dalam membangun citra *ecotourism* di Taman Nasional Karimunjawa.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung dalam membentuk citra *ecotourism* di Taman Nasional Karimunjawa.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoretis
 - a. Sebagai bahan tambahan rujukan terhadap semua kalangan tentang
 - b. Mendapat suatu data yang benar terkait strategi komunikasi *humas* dalam membentuk citra *ecotourism* di Taman Nasional Karimunjawa.
2. Secara praktis
 - a. Sebagai sumbangan hasil penelitian yang dapat menjadi tambahan wawasan masyarakat terkait strategi komunikasi *humas* dalam meningkatkan citra *ecotourism* Taman Nasional Karimunjawa dan kendala maupun pendukung dalam membangun citra *ecotourism* Taman Nasional Karimunjawa.
 - b. Sebagai acuan atau referensi untuk peneliti selanjutnya.

F. Sistematika Penulisan

Pembahasan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab yang masing-masing terstruktur dan saling terkait. Agar lebih mudah untuk memahami sistematika pembahasan yang akan menjadi pokok bahasan, sehingga dapat mempermudah dalam memahami permasalahan yang akan dibahas yaitu :

Bagian Awal. Bagian awal berisi halaman judul, pengesahan majelis penguji ujian munaqosyah, persyaratan keaslian skripsi, abstrak, moto, persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar/grafik.

Bab I adalah pendahuluan. Bab pertama berisi gambaran umum tentang isi skripsi, pada bagian ini dijelaskan latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II merupakan tinjauan pustaka. Bagian bab ini menegaskan teori yang berkaitan dengan judul, penelitian sebelumnya, dan kerangka berpikir.

Bab III menyajikan metode penelitian. Metode penelitian ini meliputi penelitian dan langkah-langkah metode dalam penelitian dan analisis data. Terdiri dari jenis dan pendekatan, subjek penelitian, sumber data, dan teknik analisis data.

Bab IV merupakan hasil penelitian dan penutup. Bagian bab ini berisi gambaran obyek penelitian, deskripsi data penelitian, dan analisis data penelitian.

Bab V Penutup. Pada bagian penutup berisi simpulan dan saran-saran.

Bagian Akhir berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran. Lampiran-lampiran berisi transkrip wawancara dan catatan observasi beserta foto.