

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Pariwisata merupakan sebuah destinasi yang bisa dikunjungi oleh wisatawan yang didasari oleh tiga elemen dasar yaitu sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*), sesuatu yang dapat dilakukan (*something do*), dan sesuatu yang bisa dibeli (*something to buy*). Indonesia memiliki destinasi alam dan non alam yang luar biasa terdapat pula pesona alam yang beraneka ragam, sehingga pariwisata adalah salah satu aset terbesar yang dimiliki oleh Negara Indonesia.

Bali merupakan salah satu Provinsi yang ada di Indonesia yang didalamnya terdapat pesona alam yang indah tidak salah jika pulau ini menjadi kunjungan favorit bagi wisatawan. Pesona alam merupakan segala potensi wisata yang terbentuk secara alamiah lalu diberdayakan oleh masyarakat setempat dengan kelompok sadar wisata sebagai pengelola melalui penataan sehingga tempat tersebut memiliki potensi daya tarik wisata yang disebut dengan wisata alam. Bali memiliki salah satu kabupaten yang memiliki potensi pesona alam luar biasa yang dikembangkan oleh masyarakat setempat, salah satunya adalah Desa Lemukih. Desa tua yang terletak di Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng ini memiliki pesona alam yang luar biasa dikarenakan tempatnya yang berada di pegunungan sehingga pesona alam adalah destinasi wisata utama yang terdapat di desa ini dengan kesejukan dan keasriannya.

Dengan pesona alam indah yang terdapat di Desa Lemukih penulis tertantang untuk menggali informasi lebih mendetail mengenai apa saja pesona alam yang terdapat di desa dengan melakukan penelitian mengenai strategi promosi pesona alam di Desa Lemukih dengan mengajak perangkat desa untuk membantu memberikan data dan informasi yang penulis butuhkan, dari sumber informasi dan data tersebut diharapkan penulis mampu menyelesaikan penelitian ini, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai pesona alam Desa Lemukih karena memiliki pesona alam yang wajib dipromosikan namun kendala terbesar dalam pemasarannya terletak pada sistem promosinya yang masih relatif menggunakan

cara sederhana seperti sebatas *word of mouth* diantara pengelola dan supir atau tamu yang berkunjung dan belum sepenuhnya menggunakan media digitalisasi seperti membuat media sosial khusus untuk pesona alam Desa Lemukih seperti Instagram, Facebook, serta media sosial lainnya. kemudian masih minim aktivitas wisata yang disebarluaskan melalui media sosial ataupun pada *website* resmi Desa Lemukih. Penulis berfokus pada strategi promosi objek wisata alam karena saat ini desa lemukih mengutamakan wisata alam untuk dikembangkan, mengenai potensi wisata non-alam masih dalam proses perancangan. Penulis akan menjabarkannya melalui rumusan masalah dan mengupas tuntas apa yang menjadi bahan penelitian pada bagian pembahasan dengan harapan bisa digunakan sebagai sumber informasi untuk peneliti selanjutnya mengenai strategi promosi pesona alam berbasis media digitalisasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis jabarkan, maka rumusan masalah dari penelitian yang berjudul strategi promosi pesona alam Desa Lemukih berbasis media digitalisasi adalah sebagai berikut:

1. Pesona alam apa saja yang terdapat di Desa Lemukih sebagai daya Tarik wisata?
2. Apa kendala promosi pesona alam sebagai daya tarik wisata yang terdapat di Desa Lemukih?
3. Bagaimana strategi promosi pesona alam Desa Lemukih berbasis media digitalisasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi potensi wisata pesona alam Desa Lemukih sebagai daya tarik wisata alam.
2. Untuk mengetahui kendala dalam promosi pesona alam Desa Lemukih.
3. Untuk mengetahui strategi promosi pesona alam Desa Lemukih berbasis media digitalisasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang penulis lakukan dibagi dalam 2 bagian yaitu:

1.4.1 Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi terkait dengan strategi promosi pesona alam untuk peneliti selanjutnya sehingga semakin banyak penelitian yang dilakukan maka akan semakin membantu untuk menyempurnakan hasil penelitian tentang strategi promosi pesona alam berbasis media digitalisasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat membantu sebagai sumber data untuk penyusunan Tugas Akhir.

Penelitian ini dapat memberikan contoh mengenai strategi promosi pesona alam berbasis media digitalisasi.

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai perbandingan untuk disempurnakan pada penelitian sejenis di kemudian hari.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan Tugas Akhirnya melalui sebuah karya.

Penelitian ini bisa digunakan sebagai sumber informasi di Universitas Pendidikan Ganesha untuk mahasiswa yang akan menyusun selanjutnya.

Penelitian ini bermanfaat sebagai media referensi yang disediakan oleh kampus.

3. Bagi Objek Penelitian

Penelitian ini bisa menjadi tolak ukur dan gambaran dalam penelitian selanjutnya.

Penelitian ini bisa memberikan informasi mengenai apa yang perlu dikembangkan dan disempurnakan di kemudian hari seiring dengan perjalanan waktu dan perkembangan pesona alam.

Penelitian ini bisa menjadi sumber informasi bagi masyarakat luas mengenai pesona alam dan strategi promosinya.