

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pariwisata dibangun oleh sebuah fenomena hubungan timbal balik interaksi antara wisatawan dengan usahawan bisnis, tujuan wisata, pemerintah serta masyarakat daerah setempat (Anggarini 2021). Selain itu, pariwisata yang telah menjadi industri saat ini semakin berkembang dan mendunia. Pendit (2020) mengemukakan bahwa perkembangan pesat industri pariwisata dapat dilihat dari banyaknya bangunan akomodasi perhotelan dengan sumber daya manusia terampil di dalamnya. Banyak usahawan yang melakukan bisnis pariwisata, pengembangan instansi pendidikan dibidang pariwisata dan sekelompok orang yang meluangkan waktu guna melakukan perjalanan wisata. Selain itu, terdapatnya rancangan pengembangan pariwisata yang diatur oleh peraturan pemerintah guna mendorong pariwisata menjadi sebuah formatur industri bermanfaat dan kontinuitas.

Dasar Hukum suatu pengembangan pariwisata sesuai dengan prinsip pengembangan adalah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yaitu:

Pada pasal 6 disebutkan bahwa “Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata”. Sedangkan pengertian pariwisata

adalah “berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah” (Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009, Pasal 1 Ayat 3).

Pulau Bali atau yang dikenal dengan Pulau Seribu Pura merupakan bagian dari ikon pariwisata Indonesia, telah menjadi destinasi wisata dengan keistimewaan pesona alam, adat-istiadat, budaya dan kesenian yang lestari hingga keramah-tamahan masyarakat Bali menyambut wisatawan yang datang berkunjung ke Bali. Keistimewaan tersebut dapat berpotensi sebagai modal pengembangan destinasi wisata serta memberi daya pikat calon wisatawan mendatangi Pulau Bali.

Salah satu Kabupaten di Bali dengan keindahan pesona kekayaan alam, situs kebudayaan dan kesenian serta situs peninggalan bersejarah adalah Kabupaten Buleleng. Kabupaten Buleleng adalah bagian dari kabupaten yang ada di Provinsi Bali bagian utara yaitu Kabupaten Buleleng. Letak Kabupaten Buleleng secara geografis berada pada posisi 8°, 03'40" - 8° 23' 00" Lintang Selatan dan 114°, 25'55" - 114°, 27'28" Bujur Timur, serta secara administrasi Kabupaten Buleleng memiliki 9 Kecamatan, 129 Desa, 19 Kelurahan hingga 169 Desa Adat (Pendit 2020). Asriani (2021) mengemukakan bahwa upaya pelestarian seni kebudayaan yang ada di Buleleng yaitu pesta kesenian Buleleng, serta pegelaran seni kecamatan yang dilaksanakan rutin sebelum adanya pandemi *Covid-19* bertujuan untuk melestarikan segala bentuk seni dan kebudayaan yang ada di Buleleng. Selain untuk menjaga kelestarian seni dan budaya juga menjadi alternatif menunjukkan potensi kekayaan alam, kebudayaan dan kesenian yang secara garis besar mengandung nilai *history* dan kekhasan sehingga dapat menarik minat kunjungan wisatawan datang ke Buleleng. Pengunjung yang datang ke Buleleng melalui Pelabuhan Gilimanuk akan disajikan dengan pesona pantai pasir putih di desa-desa Buleleng bagian barat.

Sedangkan calon wisatawan melalui akses Bandara Ngurah Rai disajikan dengan pesona alam perbukitan kawasan Bedugul dan menjumpai destinasi wisata desa-desa tua atau dikenal dengan kawasan Desa Bali Aga yang memiliki daya pikat pesona alam asri dan adat istiadat yang sangat kental dan berbeda dari masyarakat Bali pada umumnya sehingga ditetapkan sebagai desa wisata kategori berkembang dan maju.

Desa Bali Aga adalah sebuah istilah beberapa desa-desa di pegunungan Bali yang khas dengan tradisi serta kebudayaan khas berbeda dengan masyarakat Bali pada umumnya atau yang disebut Bali Kuno. Bali Mula atau yang diistilahkan dengan Bali Aga adalah sebutan masyarakat Bali yang lebih terdahulu mendatangi Bali sebelum leluhur orang Bali Kuno yang umumnya berasal dari Jawa datang ke Bali (Sanjaya, 2021). Secara eksplisit perbedaan terlihat pada upacara *Ngaben*, peti jenazah tidak terdapat dekorasi yang umumnya terbuat dari kertas hias melainkan dengan bahan sederhana bersifat kedaerahan seperti bambu, *padang-padang* dan lain sebagainya. Sanjaya (2021) mengemukakan bahwa upacara kematian dengan *medem sawa* atau *beya tanem* oleh orang Bali Aga atau Bali Mula adalah dengan menanam jenazah atau tidak dikremasi seperti pada umumnya, hal tersebut diyakini guna mencegah kesucian atau kahyangan di gunung tidak tercemar oleh abu *sawa* atau jenazah yang sampai saat ini masih dilaksanakan. Selain tradisi *ngaben* tersebut juga terdapat kesenian tradisional yang masih terjaga di desa-desa kawasan Bali Aga yaitu kesenian musik, tari, dan lainnya. Desa Bali Aga di wilayah Kabupaten Buleleng mencakup Desa Sidetapa, Desa Tigawasa, Desa Cempaga, Desa Banyuseri serta Desa Pedawa. Lokasi desa-desa tersebut berada dataran tinggi Kecamatan Banjar yang merupakan salah satu kecamatan di Buleleng bagian barat

yang terdiri dari desa salah satunya terdapat cangkupan Desa Bali Aga dengan ikon sejarah, kebudayaan, adat tradisi yang terjaga secara turun temurun (Dispar-Buleleng 2021). Tidak salah, Desa Baliaga kawasan Buleleng sudah ditetapkan sebagai desa wisata karena dapat mempertahankan budaya dan tradisinya dari invasi pengaruh zaman modern saat ini. Hal tersebut dibuktikan oleh Andiani (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa SK Bupati Kabupaten Buleleng Nomor 430/405/HK/2017 adalah bentuk penetapan Desa Kawasan Bali Aga yang terdiri dari kelima desa di atas sebagai desa wisata di Kabupaten Buleleng.

Terdapatnya sebuah desa wisata pada kawasan Desa Bali Aga di Kabupaten Buleleng dengan budaya, adat tradisi, *force* keunikan ritual keagamaan yang kental penuh nilai *history* yaitu Desa Pedawa. Desa Pedawa berada pada dataran tinggi dan berdampingan dengan keempat Desa Bali Aga lainnya yaitu Desa Sidetapa, Desa Tigawasa, Desa Cempaga dan Desa Banyuseri (Febriani and Suwena 2020). Desa Pedawa yang sudah ditetapkan sebagai bagian dari desa wisata kawasan Bali Aga tersebut memiliki pesona pemandangan alam perbukitan yang asri, budaya dan tradisi sakral mengandung *history* serta ragam kesenian tradisional seperti pencak silat, permainan tradisional *gangsing*, *gembeng*, juga masyarakat yang humoris guna menyambut masyarakat yang datang berkunjung sehingga menjadi modal utama dalam memikat wisatawan datang ke Desa Pedawa. Desa Pedawa telah melakukan upaya guna pengembangan obyek wisata hingga berada pada kategori desa wisata berkembang dan maju. Hal ini ditunjukkan dari hasil wawancara dengan ketua pokdarwis Desa Pedawa, bapak Arya Wirawan yang menjelaskan bidang pariwisata Desa Pedawa sebelum terdampak pandemi *covid-19* telah memasuki kategori berkembang dan maju sebagai desa wisata meskipun terbatas

dilaksanakan oleh tokoh-tokoh lama dalam pengelolaan pariwisata yang dibuktikan dengan sudah mulai dikenalnya dan dikunjungi oleh wisatawan dari luar daerah, seperti peliputan berbagai potensi di Desa Pedawa pada *channel youtube Official NET News* berjudul “Desa Pedawa Jadi Salah Satu Penghasil Kopi Terbaik NET12” 4 tahun silam, 2020. Kemudian, terpilihnya Desa Pedawa sebagai tempat dilakukan *shooting* Video Promosi Destinasi Pariwisata Jegeg Bagus Buleleng tahun 2015, dan dari *channel youtube* I Putu Armaya dengan berbagai konten terkait Desa Pedawa, salah satunya yang berjudul “Tari Baris *Dapdap* Desa Pedawa” sebagai bentuk upaya pengembangan dan pengenalan potensi wisata oleh tokoh masyarakat Desa Pedawa. Namun, akibat dampak wabah global *covid-19* pada tahun 2020 menyebabkan terjadinya penurunan kunjungan wisatawan secara drastis dan keterbatasan dalam menjangkau upaya pengembangan wisata di Desa Pedawa sehingga kembali pada tahap rintisan desa wisata. Kembali pada desa wisata kategori rintisan merupakan tahap awal untuk pembangunan komitmen bersama kembali guna mengembangkan desa wisata yaitu lembaga pokdarwis atau kelompok sadar wisata setempat dengan rancangan kerjanya, memetakan potensi wisata kembali, melakukan konsultasi dan peningkatan pengetahuan SDM kembali, penataan wajah desa dengan membangun fasilitas umum hingga menentukan keunikan dan *branding* yang akan dilaksanakan di desa wisata Pedawa kembali (Andy, 2020). Penurunan kategori berkembang dan maju Desa Wisata Pedawa menjadi kategori desa wisata rintisan tersebut ditunjukkan dengan pemberhentian sementara operasional obyek-obyek wisata di Desa Pedawa, seperti Rumah Hobbit sebagai salah satu obyek wisata di Desa Pedawa, kegiatan pembuatan obat-obatan herbal, kawasan wisata usaha pelestarian Rumah Adat Bandung Rangki dan lainnya

karena terjadi penurunan kunjungan wisatawan ke Desa Pedawa. Hal lain juga disebutkan oleh Bapak Ketut Arya, selaku ketua pokdarwis Desa Pedawa bahwa prioritas pengalokasian dana yang ditunjukkan untuk pengembangan desa wisata harus dialihkan pada penanganan pandemi *covid-19*. Sehingga pemetaan dan *branding* potensi wisata serta pelaksanaan komitmen terhadap rancangan kerja oleh kelompok sadar wisata setempat bisa terealisasi kembali setelah terlewatnya siklus pandemi wabah global *covid-19*.

Pandemi *covid-19* tersebut memberikan dampak nyata pada degradasi kondisi kunjungan wisatawan di Kabupaten Buleleng secara drastis, hal tersebut dibuktikan data Badan Statistik Dinas Pariwisata terkait penurunan jumlah wisatawan sebesar 84% pada Tahun 2020. Dan jumlah wisatawan dibandingkan dengan tahun 2019, berjumlah 1.084.168 menurun hingga menjadi 177.098 di Tahun 2020. Fenomena tersebut dibuktikan kembali dengan data Badan Statistik Pariwisata pada Tingkat Penghunian Kamar (TPK) pada hotel dengan skala berbintang di Buleleng. Tingkat Penghunian Kamar hotel berbintang Buleleng mengalami penurunan dari 39,56% menjadi 20,41% di bulan Februari 2020 hingga terhenti di bulan April. Tidak salah, penurunan kunjungan wisatawan di Kabupaten Buleleng juga berdampak pada tingkat kunjungan wisatawan di Desa wisata Pedawa yang menjadi bagian kawasan wisata Bali Aga di Kabupaten Buleleng. Dengan adanya konsep pengembangan pariwisata sesuai dengan pemanfaatan potensi - potensi destinasi wisata Desa Pedawa dapat menjadi peluang pengembangan pariwisata Desa Pedawa di era *new normal* yang belum pernah ada sebelumnya. Konsep pengembangan pariwisata tersebut yaitu pembuatan narasi guna memperkenalkan potensi sejarah, budaya, tradisi, kesenian tradisional, pemandangan alam, obyek-obyek wisata serta lainnya

yang ada di Desa Pedawa, dikemas dalam bentuk konten kreatif berupa foto maupun video selaras dengan perkembangan zaman saat ini sehingga berpeluang memberikan daya pikat wisatawan datang ke destinasi Desa Wisata Pedawa.

Konsep pengembangan destinasi wisata Desa Pedawa dengan pembuatan narasi yang tertata dan menarik dengan menggunakan kekuatan budaya setempat sebagai esensi destinasi serta dikemas dalam sebuah media atau konten kreatif berupa foto maupun video diistilahkan dengan konsep pengembangan pariwisata berbasis *storynomics in tourism*. Konsep pengembangan pariwisata berbasis *storynomics* diambil dari buku *Robets McKee dan Thomas Gerace* dengan judul *Storynomics: Story-Driven Marketing in the Post-Advertising World (2018)*. Pada buku ini, *McKee dan Gerace* memberikan penegasan bahwasannya “*to title the story-centric business practice that drive fiscal result...*” (McKee 2018). Dapat diartikan bahwa konsep *Storynomics in tourism* digunakan memberi identitas proses pemasaran (pariwisata) menggunakan cerita yang tersusun guna mewujudkan tujuannya. Selain itu, persiapan narasi atau cerita tersusun dan menarik, akan menciptakan kegiatan pemasaran berbeda dari lainnya karena wisatawan menyaksikan destinasi wisata dengan cerita menarik dalam bentuk konten yang menarik serta memberi sentuhan kreatifitas guna dapat menarik minat wisatawan berkunjung. McKee (2018) juga mengemukakan terkait *storynomics* merupakan konsep penyusunan suatu *story/* cerita diperlukan sebuah langkah-langkah tersusun juga terencana agar dapat mempesona penonton atau wisatawan yang menyaksikan langsung media *storynomics* yakni berupa foto maupun video.

Rancangan media konsep pengembangan pariwisata berbasis *storynomics in tourism* destinasi wisata Desa Pedawa yaitu berupa video. Video adalah istilah lain

kumpulan gambar bergerak atau audio visual gerak yang melibatkan indera pengelihatan dan pendengaran secara bersamaan dalam sebuah proses memperoleh informasi (Munadi 2008). Tidak salah, video menjadi media yang tengah dipergunakan dalam bidang pariwisata saat ini karena dapat memberikan informasi dimana dan kapan saja calon wisatawan ingin melihat teknologi gambar bergerak atau video secara lebih menarik dan informatif sehingga berpeluang memberikan daya tarik wisatawan berkunjung ke suatu destinasi wisata secara lebih efektif dan efisien. Konsep pengembangan pariwisata berbasis *storynomics in tourism* menghasilkan *output* berupa video. Dalam penelitian ini video diisi oleh narasi atau cerita terkait berbagai potensi wisata dengan kekuatan *culture* di Desa Pedawa dan informasi penunjang seperti letak geografis, keadaan masyarakat dan lainnya yang dikaji melalui 4 aspek pengembangan pariwisata atau 4A. Cooper (2015) mengemukakan bahwa dalam memperkenalkan sebuah destinasi wisata harus memperhatikan aspek-aspek berkaitan dengan sebelum, selama dan sesudah perjalanan wisatawan, aspek yang diperhatikan yakni *Attractions/ atraksi, Amenity/ fasilitas, Accessibility/ Akseibilitas* dan *Ancilliary service/ lembaga pariwisata (4A)*. Maka, dalam konsep pengembangan *storynomics in tourism* di Desa Pedawa akan menampilkan video memuat hasil kajian 4A's untuk pariwisata Desa Pedawa serta diiringi oleh narasi atau cerita sehingga dapat bermanfaat guna pengembangan destinasi wisata di Desa Pedawa.

Konsep pengembangan pariwisata di Desa Pedawa berbasis *Storynomics in tourism* didukung dari hasil penelitian (Sari 2022). Jurnal Master Pariwisata Vol: 8 No: 2 yang berjudul *Storynomics Bali Aga: Pemanfaatan Cerita Rakyat Untuk Promosi Desa Wisata Sidetapa, Kabupaten Buleleng*. Berdasarkan hasil penelitian

disimpulkan bahwa dengan pengembangan *storynomics*, dapat menggali sebuah sejarah setempat dan dipergunakan untuk memperkenalkan destinasi wisata tersebut kepada calon wisatawan. Kedua, Penelitian yang telah dilaksanakan (Kartika & Riana, 2020), dalam *Tourism and Sustainable Development Review Journal (TSDR)* Vol: 1 No: 1 dengan judul “*Storynomics Tourism as an Effective Marketing Strategy on Tourism Destination (Case Study on Tangkuban Parahu, West Java Indonesia)*” menjelaskan efektifitas pemasaran dalam bidang pariwisata terhadap penggunaan pengembangan wisata *storynomics*. Ketiga, hasil penelitian dari (Rismayanti,dkk 2020) dalam Jurnal *Bosaparis, Pendidikan Kesejahteraan Keluarga* Volume 11, Nomor 2, Juli 2020 dengan judul “Identifikasi Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Dalam Pengembangan Objek Wisata di Desa Sambangan Kecamatan Sukasada Kabupaten Buleleng” menjelaskan terkait partisipasi seluruh warga Desa Sambangan guna membangun objek wisata (buatan maupun alam) serta ragam potensi yang terdapat di Desa Sambangan. Keempat, Penelitian yang telah dilaksanakan oleh (Manalu 2021) dalam Jurnal *Pendidikan Geografi Undiksha*, Vol: 8, No : 3, yang berjudul “Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Air Terjun di Desa Sambangan” menegaskan perlunya strategi dalam pengembangan potensi wisata air terjun Desa Sambangan. Dari keempat hasil kajian penelitian di atas yaitu memiliki persamaan keterkaitan dengan pengembangan wisata yang akan dilakukan dalam penelitian ini. Dengan adanya pengembangan wisata, berpeluang meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal berkunjung ke destinasi wisata dan prospek pembukaan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar destinasi wisata.

Berdasarkan dengan latar belakang di atas maka solusi yang tepat guna mengembangkan serta mempopulerkan destinasi wisata Desa Pedawa sebagai Desa Wisata kawasan Bali Aga di era *new normal* dengan mempergunakan konsep pengembangan pariwisata berbasis *storynomics in tourism* sesuai dengan potensi pesona alam, wisata sejarah, kesenian tradisional dan adat budaya tradisi yang masih terjaga secara turun temurun yang dimiliki Desa Pedawa. Maka penulis tertarik untuk mengkaji “Pengembangan Video Promosi Destinasi Wisata Berbasis *Storynomics In Tourism* di Desa Wisata Pedawa Kabupaten Buleleng” yang diharapkan *output* berupa video dapat membantu dalam mengembangkan Desa Pedawa sebagai desa wisata kawasan Bali Aga sebagai media untuk menarik minat kunjungan wisatawan yang menurun pada tahun 2020 yang diakibatkan pandemi *covid-19* guna datang ke Buleleng khususnya di Desa Wisata, Desa Pedawa.



1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah-masalah yang teridentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Menurunnya jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi wisata yang ada di Kabupaten Buleleng akibat dampak pandemi *covid-19*.
2. Menurunnya kategori desa wisata berkembang Desa Pedawa sebagai bagian dari desa wisata kawasan Bali Aga menjadi kategori desa wisata rintisan dampak pandemi *covid-19*.
3. Belum terdapat pengembangan video promosi berbasis konsep *storynomics in tourism* di Desa Pedawa guna membangkitkan kembali destinasi wisata di Desa Pedawa sebagai desa wisata dengan *force* kebudayaan di kawasan Bali Aga Buleleng.
4. Perlunya media video untuk mempromosikan destinasi desa wisata berbasis *storynomics in tourism* di kawasan Desa Wisata Bali Aga, Desa Pedawa.
5. Adanya identifikasi unsur 4A's (*Attraction, Amenity, Anciliary* dan *Accesbility*) guna mendukung pembuatan media video promosi berbasis *storynomics in tourism* di kawasan Desa Wisata Bali Aga, Desa Pedawa.
6. Pengembangan media video promosi berbasis *storynomics in tourism* kawasan Desa Wisata Bali Aga, Desa Pedawa.
7. Adanya pengujian kelayakan produk atau *output* pengembangan berupa video.

1.3 PEMBATASAN MASALAH

Peneliti memberikan batasan yang akan dikaji pada penelitian ini guna lebih mengarahkan serta memfokuskan pada tujuan penelitian. Oleh karena itu, Peneliti berfokus pada pengembangan video promosi destinasi wisata berbasis *storynomics in tourism* di Desa wisata Pedawa, Kabupaten Buleleng.

1.4 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan untuk permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana langkah-langkah pengembangan video promosi destinasi wisata berbasis *storynomics in tourism* di Desa Pedawa ?

1.5 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan data terkait potensi guna mengembangkan destinasi wisata berbasis *storynomics in tourism* di Desa wisata Pedawa, Kabupaten Buleleng.
2. Untuk mengembangkan Desa wisata Pedawa sebagai destinasi wisata dengan konsep pengembangan pariwisata berbasis *storynomics in tourism* sebagai desa wisata di kawasan Bali Aga Buleleng.
3. Untuk mengetahui kelayakan *output* (video promosi) pengembangan *storynomics in tourism* Destinasi Desa Wisata Bali Aga, Desa Pedawa.

1.6. MANFAAT PENELITIAN

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan dalam bahan kajian pengembangan ilmu pariwisata serta dapat dijadikan sumber referensi dalam proses pembelajaran yang berkaitan dengan destinasi wisata.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai sumber acuan untuk bahan penelitian selanjutnya terkait dengan pengembangan pariwisata.
- c. Hasil penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan dari penulis terkait dengan pengembangan destinasi wisata yang ada di Bali khususnya Desa Pedawa, Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat Desa Pedawa

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung pengembangan destinasi wisata di Desa Pedawa sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat Desa Pedawa serta pulihnya operasional objek-objek wisata yang terhenti akibat dampak pandemi *covid-19* Desa Pedawa, Kabupaten Buleleng.

b. Bagi Pemerintah Desa Pedawa

Penggunaan konsep pengembangan pariwisata berbasis *storynomics in tourism* di Desa Pedawa dengan media video dapat membantu mengembangkan destinasi wisata sehingga meningkatkan kunjungan

wisatawan baik domestik maupun internasional untuk mengunjungi destinasi wisata Desa Pedawa, Kabupaten Buleleng.

c. Bagi Pemerintah Kabupaten Buleleng

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi motivasi dalam mengembangkan potensi destinasi wisata yang ada di Desa Pedawa, Kabupaten Buleleng maupun yang berada di daerah lain.



