

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Strategi komunikasi merupakan salah satu penentu dalam mencapai tujuan suatu organisasi, dimana untuk mencapai tujuan tersebut organisasi membutuhkan strategi yang baik sehingga terhindar dari penyimpangan yang telah direncanakan. menurut Effendy dalam Ruliana (2018) strategi komunikasi merupakan metode atau langkah – langkah dalam mencapai suatu keberhasilan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat dan perilaku, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan media. menurut Effendy dalam Ruliana (2018) Strategi komunikasi pada sebuah organisasi sangat dibutuhkan. pada dasarnya suatu perusahaan atau instansi adalah bagian dari organisasi yang memiliki tujuan, fungsi, struktur, dan manajemen yang dikelola oleh anggota ataupun yang sering disebut karyawan ataupun pegawai perusahaan atau instansi.

Komunikasi menduduki peranan sangat penting dan strategis, karena semua bentuk pelayanan publik memerlukan komunikasi, baik pelayanan dalam bentuk barang maupun pelayanan jasa. kemampuan menjalin komunikasi yang baik dalam proses pelayanan publik tentu saja akan dapat meningkatkan kualitas pelayanan publik itu sendiri. Sebaliknya, ketidakmampuan membangun komunikasi yang baik dalam proses pelayanan publik dapat mengakibatkan terjadinya bentuk pelayanan publik yang buruk. (Dr. Hardiyansyah : 2015:16)

Berdasarkan Undang-Undang nomor 25 tahun 2009 pada pasal 1 ayat 1 tentang pelayanan publik didefinisikan sebagai kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan

publik. Pelayanan yang dilakukan oleh pemerintah maupun korporasi memperkuat demokrasi dan hak asasi manusia, mempromosikan kemakmuran ekonomi, kohesi sosial, mengurangi kemiskinan, meningkatkan perlindungan lingkungan, bijak dalam pemanfaatan sumber daya alam, memperdalam kepercayaan pada pemerintahan dan administrasi publik. Oleh karena itu, negara berkewajiban melayani setiap warganya untuk memenuhi hak dan kebutuhan dasarnya dalam kerangka pelayanan publik yang merupakan amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945, membangun kepercayaan masyarakat atas pelayanan publik yang dilakukan penyelenggara pelayanan publik merupakan kegiatan yang harus dilakukan seiring dengan harapan dan tuntutan seluruh warga negara dan penduduk tentang peningkatan pelayanan publik, sebagai upaya untuk mempertegas hak dan kewajiban setiap warga negara dan penduduk serta terwujudnya tanggung jawab negara dan korporasi dalam penyelenggaraan pelayanan publik.

Asas dari pelayanan publik antara lain: adanya kepastian hukum, adanya kesamaan hak, adanya keseimbangan hak dan kewajiban, keprofesionalan, partisipatif, persamaan dalam perlakuan/tidak diskriminatif, keterbukaan, akuntabilitas, fasilitas dan perlakuan khusus bagi kelompok rentan, ketepatan waktu dan kecepatan, kemudahan dan keterjangkauan dan bertujuan agar batasan dan hubungan yang jelas tentang hak, tanggung jawab, kewajiban, dan kewenangan seluruh pihak yang terkait dengan penyelenggaraan pelayanan publik, menjalankan sistem penyelenggaraan pelayanan publik yang layak sesuai dengan asas-asas umum pemerintahan dan korporasi yang baik dalam penyelenggaraan pelayanan publik sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi masyarakat dalam mendapatkan penyelenggaraan pelayanan publik. (menurut UU 25 tahun 2009).

Strategi adalah konsep yang mengacu pada suatu jaringan yang kompleks dari pemikiran, ide-ide, pengertian yang mendalam, pengalaman, sasaran, keahlian, memori, persepsi, dan harapan yang membimbing untuk menyusun suatu kerangka

pikiran umum agar kita dapat memutuskan tindakan-tindakan yang spesifik bagi tercapainya tujuan. (Liliweri 2011:239)

Strategi komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan (Effendi, 1993:301). strategi peningkatan citra merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penilai masyarakat atau publik terhadap sebuah instansi atau perusahaan agar bisa mendapatkan opini publik yang positif, jika penilaian yang positif didapat dari pengunjung maka akan meningkatkan kunjungan wisatawan yang datang inilah perlunya penilaian positif dari para pengunjung. Pada dasarnya opini publik terbentuk dari hasil interaksi antara sikap-sikap individu dengan keyakinannya masing-masing mengenai suatu persoalan. Selain itu opini publik tidak berasal dari satu pendapat perseorangan saja, melainkan dari hasil diskusi suatu kelompok individu. Opini publik yang positif pada dasarnya merupakan opini publik yang mampu membentuk hubungan yang harmonis dan goodwill suatu organisasi/ perusahaan.(Herlina Sisilli: 2015)

Soul Puncak Lawang – The Adventure Hotel and Resort terletak di Kabupaten Agam Propinsi Sumatera Barat, ± 23 Km dari Kota Wisata Bukittinggi atau arah timur perbukitan Danau Maninjau dengan ketinggian ± 1250 mdpl, ditumbuhi oleh Hutan Pinus yang masih sangat alami dan hijau. Dengan itu menjadikan kawasan wisata ini memiliki karakteristik daerah dengan suasana pegunungan yang sejuk dan segar dengan suhu kawasan antara 17 hingga 27 derajat celcius. Selain pemandangan yang indah dan alam sekitarnya, Soul Puncak Lawang juga telah menyediakan berbagai macam wahana adventure serta spot selfie yang akan memanjakan pengunjung. Soul Puncak Lawang menyediakan penginapan dengan pemandangan yang tiada tara berupa gunung, perbukitan serta danau. Tak lupa dengan makanan dan minuman tradisional serta restoran berskala internasional hadir untuk melengkapi kebutuhan dari pengunjung(owner puncak lawang bapak H. Zola Pandu)

Dari hal – hal daya tarik yang ditawarkan oleh tempat wisata soul puncak di balik itu semua, dalam perjalanannya terdapat beberapa kendala atau permasalahan yang sering terjadi salah satunya adalah komplain dari pengunjung mengenai tukang parkirnya yang tidak ramah dalam hal berkomunikasi dengan pengunjung atau wisatawan yang datang, hal ini bisa menjadi faktor terkendalanya dalam membentuk penilaian positif terhadap pelayanan yang di berikan oleh pengunjung terhadap Soul Puncak Lawang dan membuat penilaian negatif dari pengunjung yang datang. ini akan menghambat terwujudnya misi dari wisata soul puncak lawang itu sendiri. tidak hanya itu saja ada juga

Hal tersebut di atas terjadi dikarenakan terjadinya miskomunikasi antara juru parkir dan pengunjung, terkadang pengunjung tidak mau meletakkan kendaraannya ditempat yang sudah di sediakan dan memakirkannya di sembarang tempat dan tidak mau mengikuti intruksi yang sudah di arahkan oleh juru parkir sehingga terjadi cekcok dengan juru parkir sehingga membuat kesan negatif dari wisawatawan yang datang. tidak hanya itu saja, hal yang sering di komplain dari pengunjung ialah mengenai harga tiket masuk (HTM) yang naik dari tahun – tahun sebelumnya, untuk hari senin sampai sabtu harga tiket ialah Rp. 20.000 sedangkan hari minggu/libur Rp. 25.000. Kenaikan ini memicu berbagai respon dari beberapa pihak, terutama dari wisatawan yang merasa tidak puas. Ketidakpuasan masyarakat ditunjukkan dengan adanya keluhan dari pengunjung. yang terlalu mahal inilah yang juga akan meberikan kesan negatif pada wisata Soul Puncak Lawang. ini juga yang harus dipertimbangan dari pengelola agar pengunjung tidak komplain lagi mengenai harga tiket masuk (HTM).

Berdasarkan observasi awal penulis di lokasi pada saat pandemi sekarang ini soul puncak lawang memberikan pelayanan terkait dengan covid 19 seperti menjalankan prokes (protokol kesehatan) dan menyediakan APD (alat pelindung diri) bagi para pengunjung. soul puncak lawang akan membagikan masker bagi pengunjung yang tidak menjalankan peraturan bahwa setiap pengunjung harus

memakai masker selama berada di soul puncak lawang dan mencuci tangan di tempat yang telah di sediakan. dan selama pandemi ini soul puncak lawang membentuk tim yang akan bertugas memantau wisatawan yang berkunjung untuk selalu mematuhi prokes selama berada di soul puncak lawang. ini dilakukan oleh soul puncak lawang untuk mematuhi peraturan yang diberikan oleh pemerintah melalui himbauan dari dinas pariwisata. tidak hanya itu dalam 1 minggu dinas pariwisata akan memantau pengunjung yang datang sebanyak 2 kali dan memberikan himbauan untuk membatasi pengunjung yang datang. (ketua lapangan Samsul)

Dalam pandemi saat sekarang ini dinas pariwisata agam akan selalu menghimbau untuk taat kepada adaptasi kebiasaan baru baik kepada tempat wisata Soul Puncak Lawang ataupun wisata yang ada di kabupaten agam .(Subhan sekretaris dinas pariwisata) Soul Puncak Lawang dengan dinas pariwisata melakukan pembinaan dan mitra. dimana dinas pariwisata menghimbau untuk penyelenggaraan wisata halal terkait perda 1 tahun 2020. (Subhan : sekretaris dinas pariwisata)

Dalam kondisi saat ini baik secara pelayanan dan pemasukan di soul puncak lawang sangat berimpas pada penurunan pengunjung yang datang, sehingga berdampak pada profit yang di dapatkan dan berimpas pada pembangunan yang dilakukan(samsul : ketua lapangan soul puncak lawang)

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Soul Puncak Lawang dengan judul **“Strategi Komunikasi Pelayanan oleh Soul Puncak Lawang dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Puncak Lawang”**. Untuk melihat strategi apa yang dilakukan oleh Soul Puncak Lawang terkait komunikasi pelayanan yang dilakukan dalam meningkatkan kunjungan terhadap para wisatawan yang datang di puncak lawang.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi komunikasi pelayanan oleh soul puncak lawang dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di puncak lawang?
2. Apa saja hambatan komunikasi pelayanan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke soul puncak lawang?

1.3. Tujuan

Dari rumusan masalah tersebut penelitian ini bertujuan :

1. untuk mengetahui Bagaimana strategi komunikasi pelayanan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Soul Puncak Lawang?
2. untuk mengetahui Apa saja hambatan komunikasi pelayanan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Soul Puncak Lawang

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi pada penelitian yang akan datang. Penelitian ini juga diharapkan bisa menambah ilmu pengetahuan khususnya pada bidang ilmu komunikasi pariwisata dan komunikasi pelayanan publik.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif untuk membangun strategi komunikasi pelayanan yang baik, dan sebagai sumbangan ilmu pengetahuan data ilmiah untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan masukan kepada Wisata Soul Puncak Lawang dalam meningkatkan komunikasi pelayanan