

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2000, yang mengatur pembentukan Provinsi Banten. Tanggal pendiriannya adalah 17 Oktober 2000, undang-undang tersebut untuk mendefinisikan otonomi daerah Banten sebagai daerah yang terpisah dari Provinsi Jawa Barat. Dalam undang-undang tersebut, mengatur mengenai batas wilayah ibu kota Banten yakni Serang, serta kewenangan daerah. Dalam pembentukan ini bertujuan untuk meningkatkan pemerintahan Provinsi Banten dan guna untuk mempercepat kesejahteraan masyarakat pelayanan publik.<sup>1</sup>

Pemerintah daerah memiliki kapasitas untuk mengembangkan, menilai, dan meningkatkan potensi masing-masing daerah yang merupakan salah satu ciri otonomi daerah. Dari adat istiadat kuno hingga pengaruh Islam yang signifikan, Banten memiliki sejarah budaya yang kaya. Kesultanan Banten menjadi pusat keilmuan dan perdagangan Islam di seluruh nusantara pada abad ke-16. Seiring dengan asimilasi budaya asli dan asing, berbagai seni pertunjukan, termasuk Debus dan Tari Topeng, berkembang pesat. Sajian kuliner Banten yang beragam, termasuk sate bandeng, juga menunjukkan dampak dari perdagangan rempah-rempah. Banten juga terkenal dengan adat istiadat tahunannya, termasuk Seren Taun, yang memadukan aspek-aspek budaya religius dan agraris untuk merayakan panen.<sup>2</sup>

Budaya di Banten sangat kaya dan beragam, mencerminkan sejarah panjang serta pengaruh berbagai etnis dan tradisi. Kesenian tradisional seperti Debus, yang menampilkan atraksi kekebalan tubuh, dan Wayang Golek, teater boneka yang mengisahkan cerita dari Mahabharata dan Ramayana, menjadi bagian

---

<sup>1</sup> “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2000 Tentang Pembentukan Propinsi Banten,” Jaringan Dokumentasi Dan Informasi Hukum, 2000.

<sup>2</sup> Hasani Ahmad Said, “Islam Dan Budaya Di Banten: Menelusik Tradisi Debus Dan Maulid,” *Kalam* 10, No. 1 (June 30, 2016): 115.

integral dari budaya lokal. Selain itu, Dzikir Saman dan Rampak Bedug sering dipentaskan dalam acara keagamaan. Pakaian adat Banten, yang terdiri dari baju koko dan kebaya dengan kain batik, juga mencerminkan identitas masyarakatnya. Upacara adat seperti Seren Taun sebagai ungkapan syukur atas hasil panen dan Ngalaksa yang diadakan setelahnya menunjukkan kedalaman tradisi masyarakat.

Salah satu industri yang masih terus diupayakan oleh pemerintah untuk berkembang dalam rangka meningkatkan perekonomian Indonesia adalah pariwisata. Pemerintah mengatur kebijakan terkait pertumbuhan pariwisata di bawah UU No. 10/2009 tentang Kepariwisataaan. Selain kebijakan pemerintah, kemajuan teknologi informasi (TI) juga turut membantu pertumbuhan industri pariwisata Indonesia. Kemajuan perkembangan TI tidak dapat dipisahkan dari semakin mudahnya akses informasi mengenai destinasi wisata, tiket perjalanan, dan pilihan penginapan di tempat-tempat wisata. Dalam upaya untuk menarik wisatawan, para pengusaha industri pariwisata menyediakan berbagai macam produk tujuan wisata, termasuk wisata alam, wisata budaya, wisata edukasi, wisata kuliner, wisata religi, dan berbagai macam lainnya.<sup>3</sup>

Di Indonesia, industri pariwisata telah muncul sebagai bidang utama untuk pertumbuhan ekonomi. Melalui pembangunan infrastruktur, pendapatan devisa, dan penciptaan lapangan kerja serta peluang bisnis, pariwisata diantisipasi menjadi mesin utama pertumbuhan ekonomi Indonesia. Selama lima tahun terakhir, Indonesia telah mengalami peningkatan jumlah pengunjung internasional, yang masih terus meningkat dilansir dari website resmi badan pusat statistika bahwa kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) pada Mei 2025 mencapai 1,31 juta kunjungan.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Saeful Fachri Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Banten, "Objek Wisata Religi: Potensi Dan Dampak Sosial-Ekonomi Bagi Masyarakat Lokal (Studi Kasus Pada Makam Syekh Mansyur Cikadueun, Pandeglang)," *Syi`Ar Iqtishadi : Journal Of Islamic Economics, Finance And Banking* 2, No. 1 (May 31, 2018): 26.

<sup>4</sup> "Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Wisman) Pada Mei 2025 Mencapai 1,31 Juta Kunjungan, Naik 14,01 Persen (Y-On-Y). - Badan Pusat Statistik Indonesia," <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/07/01/2442/kunjungan-wisatawan-mancanegara--wisman--pada-mei-2025-mencapai-1-31-juta-kunjungan--naik-14-01-persen--y-on-y---.html> diakses pada 9 Juli 2025.

Memahami bahwa pariwisata memiliki potensi untuk mengurangi kemiskinan secara signifikan, memberikan dampak ekonomi yang besar, menghasilkan banyak lapangan pekerjaan, dan meningkatkan pendapatan daerah. Hal ini didukung oleh fakta bahwa terdapat ratusan destinasi dan atraksi wisata, serta lingkungan, keindahan alam, dan keanekaragaman budaya masyarakat sekitar.<sup>5</sup>

Dinas Pariwisata Provinsi Banten bertugas mengelola urusan pemerintahan daerah di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, berdasarkan asas otonomi daerah dan tugas pembantuan. Dinas ini berkontribusi dalam pengembangan kebijakan teknis, manajemen dan pelayanan publik, pengarahannya, dan pelaksanaan proyek-proyek yang terkait dengan pariwisata dan ekonomi kreatif Provinsi Banten.

Saat terdapat wisatawan dan tujuan wisata, mereka membentuk sebuah sistem yang mengarah pada aktivitas pariwisata. Sisi penawaran (pasokan) dan sisi permintaan (pasar) membentuk operasi sistem pariwisata yang utama. Masyarakat (orang) yang ingin melakukan perjalanan adalah sisi permintaan orang-orang ini dikenal sebagai wisatawan. Informasi/promosi, layanan, atraksi wisata, dan komponen transportasi semuanya termasuk dalam sisi penawaran. Tempat-tempat wisata adalah sumber dari sisi penawaran tersebut.

Pengembangan pariwisata adalah upaya bersama untuk menarik pengunjung dan menyediakan semua fasilitas serta infrastruktur yang diperlukan untuk melayani mereka, termasuk barang dan jasa, yang secara kolektif disebut sebagai pengembangan pariwisata. hotel, makanan dan minuman, cinderamata, tempat wisata, dan transportasi, layanan, dan aspek lain dari kehidupan masyarakat, semuanya termasuk dalam pengembangan dan kegiatan pariwisata. Tujuan dari upaya ini adalah untuk mempromosikan dan meningkatkan perjalanan domestik dan luar negeri, yang akan membantu pertumbuhan ekonomi dalam negeri.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Amalliah And Katry Anggraini, "Strategi Komunikasi Pemasaran Penyelenggaraan Event Dan Festival Pariwisata Di Kabupaten Banyuwangi," *Jurnal Netnografi Komunikasi* 2, No. 1 (July 31, 2023): 27–35.

<sup>6</sup> Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, 7th Ed. (Bandung: Angkasa, 2017): 53.

Salah satu potensi pariwisata di Provinsi Banten hampir tidak terbatas. Wisata alam, pantai, sejarah, ziarah, industri, pertanian, dan belanja adalah kategori wisata yang pertama. Oleh karena itu, tidak terlalu dramatis untuk mengatakan bahwa Provinsi Banten direncanakan dan didirikan untuk menjadi tujuan wisata bagi wisatawan mancanegara (Wisman) dan domestik sejak tahun 2007. Dengan demikian, sesuai dengan visi Dinas Pariwisata Provinsi Banten menetapkan Banten sebagai tujuan wisata budaya, Profesional, dan Berdaya Saing, wilayah yang kaya akan nilai-nilai religius dan norma-norma budaya ini harus tetap menjadi destinasi wisata yang kaya akan budaya.

Delapan (8) kabupaten/kota yang membentuk struktur administratif Provinsi Banten adalah Kabupaten Tangerang, Kabupaten Serang, Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Lebak, Kota Tangerang, Kota Cilegon, Kota Serang, dan Kota Tangerang Selatan. Ada banyak potensi wisata alam dan budaya yang menjanjikan di Provinsi Banten, terutama di Kabupaten Serang, Pandeglang, dan Lebak.

Implementasi UU No. 32/2004 tentang Pemerintahan Daerah telah memberikan keleluasaan bagi setiap daerah untuk mengatur dan mengurus wilayahnya sendiri. Peran industri pariwisata menjadi semakin signifikan sebagai dampak dari otonomi daerah karena setiap daerah didorong untuk mencari sumber pendapatan yang berpotensi menjadi sumber pendanaan utama daerah. Sektor pariwisata dianggap sebagai salah satu sektor yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan pendapatan daerah jika ditangani dengan baik. Kegiatan utama yang dapat mendorong pertumbuhan usaha ekonomi lainnya secara *trickle down* atau menyebar dan pengembangan pariwisata.

Saat ini, industri pariwisata merupakan salah satu bidang utama perekonomian nasional yang terus menerus membutuhkan pertumbuhan dan peningkatan. Dari perspektif sosial ekonomi, industri ini dapat meningkatkan kewirausahaan nasional, meningkatkan pendapatan pemerintah, menciptakan

lebih banyak lapangan kerja, meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan keuntungan devisa, dan mendukung pembangunan daerah.<sup>7</sup>

Berdasarkan lokasinya, Kabupaten Lebak berada di wilayah selatan Provinsi Banten. Dari sisi ini, Kabupaten Lebak memiliki letak yang strategis karena berbatasan dengan 5 (lima) kabupaten lain dan memiliki aksesibilitas wilayah yang menghubungkannya dengan kabupaten-kabupaten di sekitarnya, yaitu Kabupaten Serang, Kabupaten Tangerang, Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Sukabumi, dan Kabupaten Bogor di Provinsi Jawa Barat.

Melihat jumlah wisatawan domestik dan mancanegara, terlihat jelas bahwa pariwisata, khususnya wisata alam, belum berkembang secara signifikan di Kabupaten Lebak. Tempat wisata budaya Masyarakat Baduy di Kecamatan Leuwidamar merupakan salah satu tempat wisata yang paling terkenal di Kabupaten Lebak.

Secara umum, pengembangan pariwisata merupakan komponen dari upaya untuk memaksimalkan daya tarik dan objek wisata, seperti kekayaan alam, keanekaragaman flora dan fauna, keanekaragaman seni budaya dan tradisi, serta aset dan peninggalan purbakala. Hal-hal tersebut juga dapat dilihat dan tersebar di berbagai kecamatan di Kabupaten Lebak.

Seba Baduy, sebuah perayaan tahunan yang diselenggarakan oleh masyarakat Baduy di Desa Baduy Kanekes, Lebak Banten, merupakan salah satu acara budaya. Setelah musim panen, lebih dari seribu orang ikut serta dalam prosesi Seba Baduy, yang dilakukan dari Desa Kanekes di Lebak ke Kota Serang, ibu kota Provinsi Banten. Tujuan dari prosesi ini adalah untuk bertemu dengan Bapak Gede, Gubernur Banten dan Bupati Lebak, sebagai ajang silaturahmi. Masyarakat Urang Kanekes (Suku Baduy Banten) menyerahkan hasil bumi dan menyampaikan pesan-pesan adat kepada Pemerintah Provinsi Banten, Hal ini

---

<sup>7</sup> Wahyu Utama, Syahrul Abidin, And Muhammad Faisal, "Strategi Komunikasi Promosi Pariwisata Pulau Pandang Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Batu Bara," *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 2, No. 4 (March 30, 2023): 1319.

dilakukan dengan menggunakan kendaraan bermotor dan berjalan tanpa alas kaki.

Promosi wisata Seba Baduy menggabungkan penggunaan media konvensional dan digital secara terpadu untuk meningkatkan *awareness* dan kunjungan wisatawan. Promosi dilakukan melalui *brand activation* dengan booth interaktif yang memberikan pengalaman langsung kepada pengunjung, didukung oleh media cetak seperti poster, banner, dan ambient media yang menampilkan identitas visual khas Baduy.

Selain itu, platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan situs web resmi secara aktif digunakan untuk menarik audiens yang lebih luas, terutama generasi muda dan pengunjung dari luar daerah. Peran duta pariwisata juga sangat penting sebagai agen komunikasi yang membangun interaksi dua arah dengan masyarakat dan wisatawan. Event pendukung seperti bazar UMKM turut memperkaya pengalaman wisatawan sekaligus memberdayakan ekonomi lokal.

Komunikasi pemasaran merupakan strategi yang penting dan implisit untuk mencapai tujuan institusi. Berdasarkan uraian di atas, penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Komunikasi Pemasaran Wisata Seba Baduy oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari fenomena di atas, peneliti akan memfokuskan masalah penelitian dalam bentuk pertanyaan yang diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk Promosi Seba Baduy yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten?
2. Bagaimana Media Promosi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten?
3. Bagaimana Dampak Promosi Seba Baduy Terhadap Partisipasi Masyarakat?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan daripada penelitian berdasarkan fokus penelitian ini adalah diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk Promosi Seba Baduy yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten.
2. Untuk mendeskripsikan Media Promosi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten.
3. Untuk mendeskripsikan Dampak Promosi Seba Baduy Terhadap Partisipasi Masyarakat.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Temuan-temuan dari penelitian ini diperkirakan akan menghasilkan manfaat ilmiah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi dan memperkaya penelitian bagi semua pihak, khususnya penelitian ilmu komunikasi di bidang komunikasi pemasaran, yang membantu menambah wawasan dan pemahaman tentang teori komunikasi pemasaran yang efektif dalam mempromosikan wisata.

2. Secara Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi dan rekomendasi bagi pariwisata dan masyarakat terkait promosi pariwisata Seba Baduy. Sehingga penelitian ini dapat menjadi acuan bersama untuk memahami konteks penelitian yang dilakukan.

#### **E. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

1. Skripsi “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak dalam Mempromosikan Event Pariwisata Seba Baduy” oleh Muhamad Bobby Desandro, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta (2021). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menemukan bahwa promosi dilakukan dengan

menggunakan media sosial dan komunikasi langsung melalui duta pariwisata (Saija Adinda) untuk membangun interaksi dua arah dan memperkuat brand image "Lebak Unique". Persamaan penelitian ini terletak pada fokus masalah, yaitu menjelaskan Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata. Perbedaan dalam penelitian ini adalah berfokus pada Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak dalam Mempromosikan Event Wisata Seba Baduy.<sup>8</sup>

2. Skripsi "Strategi Komunikasi Pemasaran Pesona Kemilau Toraja di Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja" oleh Farthin Panca Alvita Rante Allo, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin (2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengetahui strategi dan implementasi komunikasi pemasaran program pariwisata Pesona Kemilau Toraja. Kesamaan penelitian ini terletak pada fokus masalah, yaitu Komunikasi Pemasaran Pesona Kemilau Toraja pada Dinas Pariwisata. Penelitian ini berbeda karena berfokus pada Strategi Komunikasi Pemasaran Pesona Kemilau Toraja di Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja.<sup>9</sup>
3. Skripsi "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat" oleh Aditya Wijaya, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2019). Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif, yaitu menjelaskan dan menganalisis data yang terkumpul. Kesamaan penelitian ini

---

<sup>8</sup> Muhammad Bobby Desandro, "Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak Dalam Mempromosikan Event Wisata Seba Baduy," January 21, 2021.

<sup>9</sup> Farthin Panca Alvita Rante Allo, "Strategi Komunikasi Pemasaran Pesona Kemilau Toraja Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja," February 19, 2020.

terletak pada fokus masalah, yaitu Komunikasi Pemasaran dalam Pengembangan Pariwisata oleh Dinas Pariwisata. Penelitian ini tentang Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Pengembangan Pariwisata Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatera Barat, yang membedakan dengan penelitian ini.<sup>10</sup>

## **F. Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini disusun secara sistematis dan terstruktur dengan cara berikut untuk membuat pembahasan mudah dipahami, diantaranya:

**Bab I : Pendahuluan**, mencakup gambaran umum tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika pembahasan.

**Bab II : Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori**, berisi ringkasan teori tentang isu-isu yang relevan dengan tema penelitian yakni berjudul mengenai Komunikasi Pemasaran Wisata Seba Baduy Oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten.

**Bab III : Metodologi Penelitian**, menjelaskan jenis metode penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, dan teknik pengumpulan data, serta tahapan dalam menganalisis data.

**Bab IV : Analisis Data dan Pembahasan**, mencakup ringkasan singkat mengenai lokasi penelitian, temuan penelitian, dan analisis masalah penelitian.

**Bab V : Penutup**, bab ini menawarkan kesimpulan yang mencakup ringkasan temuan analisis studi serta saran-saran.

---

<sup>10</sup> Aditya Wijaya, "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat," November 6, 2019.