

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata memiliki peran yang penting dalam membangun ekonomi dalam berbagai negara. Ada banyak negara yang menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor yang unggul dalam memperoleh lapangan kerja dan devisa negara. Pariwisata disebut sebagai aktivitas, tetapi jika dilihat dari berbagai sudut pandang ekonomi, bahwa aktivitas tersebut menciptakan permintaan yang membutuhkan pemasaran baik jasa maupun produk. Indonesia memiliki potensi pariwisata yang beragam. Keberagaman kekayaan yang dapat menjadi asset pariwisata seperti keberagaman budaya, etnis, adat kebiasaan, suku dan potensi-potensi wisata yang berupa buatan yang memiliki peluang luar biasa untuk dapat dikembangkan. Banyaknya potensi yang ada di Indonesia harus diimbangi dengan promosi yang baik sehingga diharapkan akan menjadikan daya tarik wisata unggulan bahkan destinasi wisata yang berkelanjutan. Indonesia memiliki berbagai tempat wisata yang ada di segala penjuru salah satunya adalah di Provinsi Sumatera Utara.

Provinsi Sumatera Utara memiliki sejumlah museum dan objek wisata yang unik yaitu wisata alam, budaya maupun sejarah sehingga memiliki potensi pariwisata yang cukup besar. Perkembangan pariwisata berdampak baik terutama Kota Medan, Sumatera Utara. Kota Medan merupakan kota yang terbesar yang ada di Pulau Sumatera. Akses jalan menuju pusat Kota Medan dari Pelabuhan di Kota Medan dan bandara Kuala Namu dapat dilalui melalui jalan tol dan kereta api. Kota Medan mempunyai banyak destinasi wisata yang terletak pada jarak yang tidak terlalu berjauhan sehingga memudahkan calon wisatawan berwisata dengan tidak memakan waktu yang cukup lama.

Indonesia sedang dilanda wabah pandemi Covid-19. Tahun 2020 merupakan tahun yang menguji hampir semua sektor kehidupan, termasuk sektor pariwisata yang menjadi tumpuan banyak orang. Adanya

pandemi Covid-19 yang menyerang seluruh dunia dunia membuat sektor pariwisata terhenti untuk beberapa waktu.

Di mana dalam proses pembukaan tempat wisata membutuhkan prosedur protokol kesehatan yang cukup ketat. Bukan hanya memberikan kenyamanan dan keamanan dalam berwisata, pihak destinasi wisata pun harus tetap dapat melakukan promosi ketika tempat yang sudah lama tutup dikarenakan pandemi kemudian di buka kembali dalam masa adaptasi baru.

Oleh sebab itu, museum dapat menjadi bahan studi oleh kalangan akademis, pemikiran imajinatif pada masa depan, dan dokumentasi kekhasan masyarakat tertentu. Pertama kali museum adalah sebagai tempat untuk menyimpan koleksi milik pribadi, keluarga atau intuisi karya. Berbagai benda yang disimpan adalah karya seni milik sendiri dan berbagai benda yang langka, kumpulan benda alam dan arkeologi.

Pengembangan pariwisata di Kota Medan mengalami kemajuan yang pesat dari tahun ke tahun. Kota Medan memiliki objek wisata dalam bentuk galeri yang dapat dikembangkan dan dilestarikan yang memusatkan diri pada alam dan lingkungannya seperti Rahmat *International Wildlife Musuem & Gallery*. Museum yang terletak di jalan Letjen S.parman No.309 Medan. Rahmat *International Wildlife Musuem & Gallery* merupakan destinasi yang harus dikunjungi oleh wisatawan karena Museum ini merupakan tempat yang unik yang memberikan wisata edukasi kepada pengunjung. Museum ini mempunyai fungsi sebagai tempat melihat koleksi hewan-hewan yang telah di awetkan. Rahmat *International Wildlife Museum & Gallery* yang dibangun oleh Dr. Rahmat Shah. Rahmat *International Wildlife Musuem & Gallery* juga merupakan satu-satunya museum dan galeri terbesar yang ada di Asia. Sarana Pendidikan khususnya pengenalan beragam hewan atau satwa di dunia yang merupakan hasil berburu konservasi International dan sebagai salah satu Museum berkelas Asia yang berada di Kota Medan, sehingga museum tersebut menjadikan objek wisata buatan manusia yang

dapat menarik wisatawan lokal maupun international untuk berkunjung ke Rahmat *International Wildlife Musuem & Gallery*.

Rahmat *International Wildlife Musuem & Gallery* memiliki bangunan yang megah, museum yang tertata dengan baik, berbagai koleksi yang beragam, memiliki fasilitas yang lengkap seperti Café, Mushola, AC, Souvenir, Lift, CCTV, Photobooth, Toilet, Ballroom, dan lahan parkir. Kualitas pelayanan yang sangat baik karena petugas museum yang sangat ramah seperti satpam, guide dan penjaga gate. Lokasi tempat yang strategis dan mudah diakses dari berbagai jenis kendaraan. Museum yang bertaraf International karena masuk *World Record Book* serta banyak menerima penghargaan Lingkungan Hidup nasional dan International lainnya.

Rahmat *International Wildlife Musuem & Gallery* sangat berperan penting dalam dunia pariwisata, sebagai sumber Pendidikan, media hiburan dan pusat dokumentasi bagi wisatawan yang berkunjung. Museum yang memiliki warisan nilai-nilai budaya dan sejarah bagi generasi yang akan datang. Museum yang dapat dikunjungi oleh berbagai kalangan bawah, menengah hingga teratas dan dapat dikunjungi dari berbagai usia.

Promosi juga dilakukan untuk menambah minat pengunjung untuk tetap mengunjungi Museum tersebut dengan melakukan dan menaati standart protokol kesehatan sesuai dengan yang dianjurkan oleh pemerintah. Promosi merupakan salah satu variable dalam menentukan keberhasilan suatu program pemasaran. Istilah promosi juga digunakan se cara sinonim dengan istilah yang disebut penjualan meskipun yang dimaksud adalah promosi. Pada dasarnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran.

Oleh karena itu, penulis melakukan promosi terhadap museum pada masa pandemi ini dengan menggunakan alat-alat promosi seperti media social yang dapat dilakukan hanya menggunakan gadget. Strategi promosi yang dilakukan untuk menarik kunjungan

wisatawan di *Rahmat International Wildlife Museum & Gallery* memiliki peranan penting demi melancarkan minat kunjungan wisatawan dengan adanya promosi yang lebih luas dapat memenuhi tingkat kunjungan wisatawan sehingga tercapainya target jumlah kunjungan wisatawan di museum tersebut. Dengan strategi promosi pada era adaptasi baru yang akan penulis lakukan pada *Rahmat International Wildlife Museum & Gallery*, maka penulis tertarik untuk menelaah dan melakukan promosi lebih jauh dalam suatu Artikel Ilmiah **“Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di *Rahmat International Wildlife Museum & Gallery* Pada Era Adaptasi Baru Di Kota Medan”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, terdapat beberapa hal yang perlu di kaji dalam rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan oleh *Rahmat International Wildlife Museum & Gallery* dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pada era adaptasi baru di Kota Medan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa saja strategi yang dilakukan pengelola dalam melakukan promosi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di *Rahmat Intenational Wildlife Museum & Gallery* pada era adaptasi baru.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis berharap memberikan manfaat bagi semua pihak serta manfaat bagi pihak pengelola museum. Berikut manfaat yang dapat diperoleh berdasarkan penelitian ini

1. Bagi Penulis

Dalam penulisan artikel ilmiah ini diharapkan dapat memberikan pemecahan masalah yang terjadi dalam pengembangan Museum Rahmat guna meningkatkan jumlah wisatawan.

2. Bagi Pembaca

Sebagai wacana tambahan dalam pengetahuan pariwisata dan mengetahui sistem promosi maupun berbagai macam informasi *Rahmat Intenational Wildlife Museum & Gallery* di Kota Medan.

3. Bagi Pengelola

Penelitian ini bermanfaat sebagai salah satu saran untuk pihak pengelola dalam meningkatkan promosi di *Rahmat Intenational Wildlife Museum & Gallery* pada era adaptasi normal.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Analisis dari masalah-masalah yang sudah teridentifikasi dan keterbatasan penelitian dari segi kemampuan dan waktu maka penelitian ini dibatasi hanya mencakup *Rahmat Intenational Wildlife Museum & Gallery* dan promosi di *Rahmat Intenational Wildlife Museum & Gallery*.

F. Linieritas Penelitian

Penelitian yang dibahas linier dengan *Domestic Case Study* (DCS) dan *Foreign Case Study* (FCS) yang memiliki tema destinasi. Jurnal *Domestic Case Study* penulis menggunakan judul “Pengelolaan Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada Objek Wisata Bukit Lawang Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara”, sedangkan jurnal *Foreign Case Study* dengan judul “*Virtual Tour* Wat Photivihan Tumpat di Malaysia dan Kinkakuji Temple di Jepang Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya di *Era New Normal*” sehingga penelitian ini Penulis memfokuskan pada destinasi *Rahmat International Wildlife Museum & Gallery* di Kota Medan.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab yang membahas tentang latar belakang masalah atau alasan yang melatar belakangi penulis melakukan penelitian, rumusan majalah, tujuan dan manfaat dari penelitian, ruang lingkup penelitian, linieritas penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR DAN KAJIAN TEORI

Bab yang membahas tentang kajian literatur terdahulu dan kajian teori yang berkaitan dengan tema Artikel Ilmiah.

BAB III METODE DAN DATA

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan oleh peneliti, jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan dan pengolahan data dan analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DARI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang hasil rangkuman serta pembahasan semua penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan pihak pengelola dan wisatawan objek penelitian.

BAB V PENUTUP, KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi