

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia kaya akan warisan sejarah dan budaya yang tersebar di seluruh nusantara. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Seluruh kekayaan ini menjadi modal penting dalam pengembangan sektor pariwisata yang menjadi kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Berkembangnya pariwisata menghasilkan devisa bagi negara. Sektor pariwisata di Indonesia menempati posisi sebagai penyumbang devisa negara terbesar ketiga setelah komoditas ekspor kelapa sawit dan pekerja migran. Sektor kelapa sawit tercatat sebagai kontributor terbesar dengan nilai sebesar USD 27,76 miliar¹. Di urutan berikutnya, sektor pekerja migran menyumbang sebesar USD 14,28 miliar atau sekitar 241 Triliun². Selanjutnya, sektor pariwisata berada pada posisi ke tiga dengan devisa mencapai USD 12,63 miliar³.

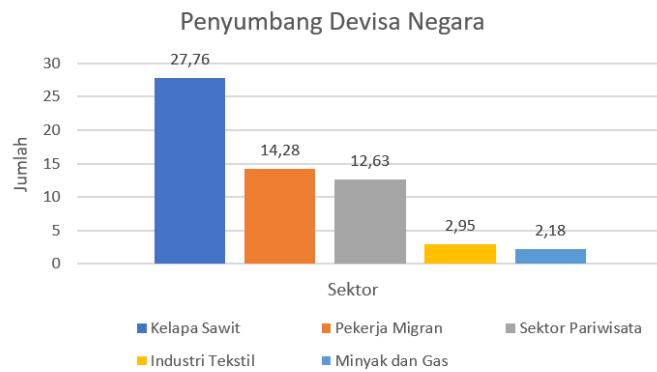
¹ Arsad Ddin, “B40 Dongkrak Konsumsi CPO, Tapi Ekspor 2025 Diperkirakan Menurun,” HAISAWITINDONESIA, 2025, <https://haisawit.co.id/news/detail/b40-dongkrak-konsumsi-cpo-tapi-ekspor-2025-diperkirakan-menurun>.

² Anggara Sudiongo, “2024 Sumbangan Devisa PMI Tembus Rp 241 Triliun, Target Rp 300 Triliun Di 2025,” JatimTimes.com, 2025, (<https://jatimtimes.com/baca/329314/20250112/042000/2024-sumbangan-devisa-pmi-tembus-rp-241-triliun-target-rp-300-triliun-di-2025>.)

³ Kemenparekraf/Baparekraf RI, “Siaran Pers: Menpar Optimistis Capaian Kinerja Pariwisata 2024 Lampau Realisasi Tahun Sebelumnya,” Kemenparekraf.go.id, 2024, <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menpar-optimistis-capaian-kinerja-pariwisata-2024-lampau-realisasi-tahun-sebelumnya>.

Sektor pariwisata tersebut lebih unggul di atas industri tekstil dan ekspor migas. Untuk menggambarkan kontribusi tersebut, berikut diagram sektor-sektor penyumbang devisa terbesar Indonesia tahun 2024:

Gambar 1. 1 Diagram Devisa Negara 2024



Sumber: Diolah dari (haisawit.co.id), (Jatimtimes.com), dan
(Kemenparekraf.go.id)

Diagram di atas menunjukkan bahwa sektor pariwisata memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut. Hal ini disebabkan oleh daya saing yang kuat yang dimiliki sektor pariwisata dibandingkan dengan sektor-sektor ekonomi lainnya di Indonesia. Besarnya pendapatan dari sektor ini diduga karena tingginya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia yakni mencapai 12.658.048 pada periode Januari hingga November 2024⁴.

⁴ Administrator, "Geliat Sektor Pariwisata Pacu Pertumbuhan Ekonomi," [Indonesia.go.id](https://indonesia.go.id/kategori/editorial/9026/geliat-sektor-pariwisata-pacu-pertumbuhan-ekonomi?lang=1), 2025, <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/9026/geliat-sektor-pariwisata-pacu-pertumbuhan-ekonomi?lang=1>.

Pariwisata di Indonesia mempunyai berbagai karakteristik yang sangat beragam, di antaranya terdapat wisata alam, bahari, religi, kuliner, hingga wisata sejarah dan budaya. Keberagaman ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Dapat diketahui bahwa Indonesia dikenal memiliki ribuan destinasi wisata yang tersebar di wilayah nusantara dengan keunikan tiap daerahnya. Sebagaimana, pada pemanfaatan peninggalan sejarah dan budaya yang dijadikan objek wisata, seperti candi, keraton, upacara adat, situs-situs peninggalan masa lampau yang masih terjaga keasliannya dan sebagainya. Dalam upaya pemanfaatan ini dapat meningkatkan perekonomian serta melestarikan identitas dan kearifan lokal yang menjadi ciri khas bangsa Indonesia.

Salah satu kota di Indonesia yang masih menjaga serta memanfaatkan peninggalan sejarah dan budaya sebagai daya tarik wisata adalah Kota Blitar. Kota yang dikenal sebagai "Kota Proklamator" ini menyimpan berbagai nilai historis dan kebudayaan yang penting bagi bangsa Indonesia. Kota Blitar merupakan tempat dimakamkannya Proklamator Kemerdekaan Indonesia, yakni Ir. Soekarno, yang sekaligus menjadi ikon wisata sejarah nasional. Selain itu, terdapat pula rumah masa remaja Bung Karno yang dikenal dengan nama Istana Gebang, di mana berbagai peninggalan Bung Karno dan keluarganya masih terjaga dengan baik hingga saat ini. Kota ini juga menjadi saksi sejarah pemberontakan tentara Pembela Tanah Air (PETA) Blitar melawan penjajahan Jepang yang

dipimpin oleh Sudanco Supriyadi, yang kini diperingati melalui Monumen PETA sebagai simbol perjuangan rakyat. Potensi inilah yang menjadikan Kota Blitar sebagai contoh nyata dalam pemanfaatan warisan sejarah dan budaya dalam pengembangan sektor pariwisata.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, disebutkan bahwa “*Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah mengatur dan mengelola urusan kepariwisataan sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.*” Dalam hal ini, pemerintah memiliki peran penting dalam memfasilitasi, mendorong penanaman modal, mengembangkan serta mengelola sektor pariwisata, serta mengalokasikan anggaran untuk peningkatan potensi kepariwisataan⁵. Sebagai bagian dari struktur pemerintahan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata turut menjalankan fungsi pengelolaan kepariwisataan di tingkat daerah. Di Kota Blitar, Disbudpar berperan dalam membantu Wali Kota melaksanakan urusan di bidang kebudayaan dan pariwisata yang menjadi kewenangan daerah maupun tugas pembantuan. Hal ini diatur dalam Peraturan Daerah Kota Blitar Nomor 4 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah, serta diperjelas melalui Peraturan Wali Kota Blitar Nomor 21 Tahun 2022 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, dan Fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Disbudpar Kota

⁵ Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia, “Undang-Undang (UU) Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan” (2009), <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38598/uu-no-10-tahun-2009>.

Blitar dipimpin oleh seorang kepala dinas yang bertanggung jawab langsung kepada Wali Kota melalui Sekretaris Daerah⁶.

Meskipun pemerintah daerah melalui Disbudpar Kota Blitar telah menjalankan peran strategis dalam pengembangan pariwisata, namun dalam pelaksanaannya masih dijumpai berbagai tantangan di lapangan. Terdapat fenomena pasang surutnya kunjungan wisatawan pada destinasi wisata sejarah dan budaya di Kota Blitar. Berdasarkan data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Blitar, kunjungan wisatawan ke Makam Bung Karno pada tahun 2022 tercatat sebanyak 228.019 orang, kemudian meningkat menjadi 264.845 orang pada tahun 2023. Sementara itu, Istana Gebang mengalami penurunan, dari 16.449 pengunjung pada tahun 2022 menjadi 16.244 pada tahun 2023. Pada tahun 2024, terjadi peningkatan kembali pada kedua destinasi, di mana kunjungan ke Makam Bung Karno naik menjadi 315.111 orang dan kunjungan ke Istana Gebang mencapai 20.326 orang⁷.

Namun demikian, laporan dari media sosial @radarblitar melalui akun Instagram dan TikTok menginformasikan adanya penurunan kunjungan wisatawan ke Makam Bung Karno mencapai sekitar 5% pada tahun 2025 ini, tepatnya saat momentum libur Lebaran⁸. Penurunan tersebut

⁶ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Blitar “Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKjIP) Tahun 2022 Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Blitar,” 2022. *Tidak diterbitkan*

⁷ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Blitar, “Data Kunjungan ODTW 2024,” 2024. *Tidak diterbitkan*

⁸ @radarblitar “Kunjungan ke Makam Bung Karno Menurun, Juru Kunci: Diduga Gen Z Pilih yang Instagramable Lainnya”, *Instagram*, 8 April 2025, https://www.instagram.com/p/DIL0_jRzEbN/?igsh=eW1kNjVkJXRodmo4

diduga disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah banyaknya destinasi wisata baru seperti spot-spot kekinian, kafe dan resto yang estetis, dan wahana buatan yang lebih *instagramable*. Jenis-jenis destinasi tersebut kini menjadi pilihan alternatif baru bagi wisatawan, khususnya kalangan remaja yang cenderung mencari pengalaman wisata yang bersifat visual dan sesuai tren media sosial. Terjadinya fenomena tersebut merupakan persoalan penting yang perlu dievaluasi secara menyeluruh oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam pengelolaan dan pengembangan wisata sejarah di Kota Blitar. Dalam menghadapi perubahan minat wisatawan, Disbudpar dituntut untuk menyusun strategi yang tepat, khususnya dalam aspek promosi dan inovasi pemasaran. Upaya promosi yang kreatif dapat menjadi solusi agar destinasi wisata sejarah seperti Makam Bung Karno dan Istana Gebang tetap diminati dan mampu bersaing dengan berbagai destinasi wisata modern yang kini semakin menjamur, terutama di kalangan generasi muda.

Menyikapi hal tersebut, Disbudpar Kota Blitar menggunakan strategi promosi yang diterapkan melalui pendekatan model RACE (*Research, Action, Communicaton, Evaluation*) sebagai upaya untuk meningkatkan dan menstabilkan jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi wisata sejarah. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana model RACE diimplementasikan oleh Disbudpar

dalam mempromosikan wisata sejarah di Kota Blitar sebagai bentuk pelestarian nilai-nilai sejarah dan penguatan identitas lokal.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana implementasi RACE (*Research, Action, Communicaton, Evaluation*) oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Blitar dalam mempromosikan destinasi wisata sejarah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan implementasi RACE (*Research, Action, Communicaton, Evaluation*) yang diterapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Blitar dalam mempromosikan destinasi wisata sejarah

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kajian terkait pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada bidang kampanye publik seperti RACE (*Research, Action, Communicaton, Evaluation*) pada promosi suatu destinasi wisata. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang terkait dengan RACE (*Research, Action, Communicaton, Evaluation*).

2. Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi serta masukan bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Blitar dalam mengelola pariwisata yang kaitannya dengan strategi promosi yang lebih kreatif dan efektif. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan rujukan bagi instansi pemerintah daerah lain dalam mempromosikan destinasi wisatanya.