

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Ternate merupakan salah satu Kota yang terletak di bagian Timur Indonesia Provinsi Maluku Utara. Secara geografis, luas wilayah Kota Ternate mencapai 5.709,27 km<sup>2</sup> yang terdiri dari daratan 162,17 km<sup>2</sup> dan lautan 5.547,55 km<sup>2</sup> dan berada pada ketinggian rata-rata dari permukaan laut yang beragam (BPS Ternate, 2021), kondisi geografis yang strategis mendukung perkembangan ekonomi masyarakat dan pariwisata.

Perkembangan ekonomi dan pariwisata di Kota Ternate terus mengalami perubahan, perubahan tersebut dapat dilihat dari perkembangan pembangunan infrastruktur seperti fasilitas dan layanan masyarakat serta pemanfaatan bangunan bersejarah sebagai tempat terjadinya interaksi sosial (komunitas dan organisasi), bisnis baik UKM, UMKM, dan jenis usaha lainnya. Seperti pada tabel dibawah ini yang menunjukkan adanya perkembangan ekonomi dan pariwisata di Kota Ternate.

**Tabel 1.1. Jumlah Wisatawan Domestik dan Mancanegara tahun 2015-2021 di Kota Ternate**

Wisatawan	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Domestik	119.377	294.780	278.200	278.230	208.871	153.289	204.276
M mancanegara	1.678	5.226	4.870	2.331	1.501	314	181

Sumber: BPS Ternate

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2016 terjadinya peningkatan drastis jumlah wisatawan sebanyak 48,74% dalam kurun waktu satu tahun, bahkan jumlah wisatawan mancanegara meningkat dibanding tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh peristiwa *solar eclipse* pada bulan maret tahun 2016, dalam peristiwa tersebut Ternate merupakan salah satu titik yang dilewati penuh oleh gerhana matahari cincin atau gerhana matahari total (BPS Ternate, 2021). Pada peristiwa tersebut, menimbulkan dampak positif bagi perekonomian dan pariwisata di Kota Ternate, walau pada tahun berikutnya mengalami penurunan hingga tahun 2020. Dan kembali menunjukkan peningkatan jumlah wisatawan domestik pada tahun 2021 dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 50.987 wisatawan.

Kota Ternate juga merupakan salah satu kota sejarah yang memiliki sejarah panjang sebagai tempat persinggahan pedagang Arab dan Cina sebelum masehi, serta sebelum masuknya bangsa Eropa di Kota Ternate. Dengan demikian, Kota Ternate memiliki potensi dan peluang dalam bidang pariwisata sejarah dan budaya. Selain keberadaan sejarah Ternate, terdapat budaya dan kultur yang masih kental berupa keyakinan dan kepercayaan (agama), adat-istiadat, tradisi masyarakat lokal, kuliner, dan seni pertunjukkan, serta beberapa peninggalan sejarah seperti; benteng, mesjid, *kadatong*, rumah ibadah, dan lain-lainnya yang masih terus diadopsi oleh masyarakat Kota Ternate.

Penelitian yang dilakukan oleh Adam, Wuisang, dan Mandey, (2019) menunjukkan bahwa hasil identifikasi potensi objek wisata budaya Kota Ternate berjumlah 13, seperti Benteng Kastela, Benteng Kota Janji, Benteng Kalamata,

Benteng Kota Naka, Benteng Tolluko, Benteng Orange, Makam Sulltan Baddarudin II, Makam Sultan Babullah, Taman Dodoku Ali, Kedadong Kesultanan Ternate, Mesjid Heku, Mesjid Sultan Ternate, dan Jembatan Residence. Dengan demikian, terdapat keselarasan yang membuktikan bahwa Ternate memiliki potensi dalam pariwisata sejarah dan budaya.

Selain potensi tersebut, perkembangan sektor pariwisata di Kota Ternate juga terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari peranan yang dilakukan berupa tindakan dan sikap dari pemerintah, masyarakat, dan komunitas lokal dalam upaya pembangunan, pengembangan, dan konservasi objek wisata, khususnya wisata budaya.

Sebagai contoh nyata salah satu Instansi Pemerintah yaitu, Balai Pelestarian Cagar Budaya (BPCB) Maluku Utara berupaya terhadap konservasi objek bangunan sejarah yaitu benteng orange. Mengutip dari blog Kementrian dan Kebudayaan Direktorat Jendral Kebudayaan yang ditulis oleh Komang Ayu, terkait kegiatan kerja sama yang dilakukan oleh BPCB Maluku Utara dengan KNPI Kota Ternate pada tahun 2018 dengan bentuk kegiatan *Focus Group Discussion* bertajuk "Rencana Pemugaran Benteng Orange". Tujuan dilakukannya kegiatan tersebut yaitu untuk menyatukan semua *stakeholder*, dari kegiatan tersebut menghasilkan pengetahuan dan wawasan dalam pelestarian cagar budaya serta pemecahan masalah sebelum berjalannya pemugaran Benteng Orange. Dalam kegiatan ini melibatkan instansi terkait, beberapa pihak akademisi, dan beberapa komunitas lokal.

Alma (dalam Randa, 2015) menjelaskan bahwa promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang aktivitas pemasarannya dilakukan dengan cara berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Komunikasi pemasaran dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung seperti iklan, poster, pamflet, diskusi, pertemuan, pameran, lokakarya, karnaval, dan festival, serta melakukan jelajah wisata budaya. Terkait hal tersebut, perlu adanya keterlibatan para pemuda dalam melaksanakan kegiatan promosi wisata budaya.

Di era globalisasi ini banyak pemuda membentuk satuan komunitas, Fibrianto dan Bakhri (2018) menjelaskan bahwa terbentuknya suatu komunitas dilatarbekakangi oleh berbagai hal, seperti hobi ataupun terbentuk karena keinginan menjalin silaturahmi antar sesama, dan lain sebagainya. Komunitas berperan aktif dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi, sosial, dan budaya. Dengan demikian, secara tidak langsung keberadaan komunitas berdampak positif bagi masyarakat.

Komunitas sendiri merupakan wadah dimana individu-individu berhimpun membentuk sebuah kelompok yang berinisiatif untuk memulai proses kegiatan yang dapat memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri dalam melakukan tindakan positif dengan tujuan menghasilkan sebuah solusi permasalahan kesejahteraan masyarakat (Sukaesih, 2013). Selain itu komunitas berperan aktif sebagai wadah

penyaluran beragam informasi, salah satunya dalam hal mempromosikan objek wisata.

Mengutip dari Indotimur dengan judul artikel "*Jarkot Sebagai Ruang Bersama dari berbagai komunitas*" dalam artikel yang ditulis pada tahun 2017 tersebut menyebutkan bahwa terdapat 45 Komunitas Lokal di Kota Ternate yang tergabung dalam Jaringan Komunitas (Jarkot). Berdasarkan observasi dan studi dokumen melalui media sosial beberapa komunitas lokal tersebut berupaya dalam mempromosikan pariwisata yang ada di Kota Ternate, khususnya yang berkerak di bidang budaya. Seperti Jaringan Komunitas Ternate (Jarkot), Sanggar Timur Jauh, Komunitas Seni dan budaya Ternate Indonesia (Kapseti), Nomat, dan Komunitas Ternate Heritage Society (THS).

Berdasarkan hasil pengamatan, dari kondisi saat ini umumnya para pemuda pada generasi ini begitu banyak dan sering mempromosikan pariwisata yang terlihat seperti objek wisata maritim atau bahari melalui media sosial. Namun, masih sedikit yang bergerak dalam mempromosikan dan mengetahui tentang pariwisata budaya khususnya wisata sejarah. Selain itu, dilihat dari penelitian-penelitian yang pernah dilakukan para peneliti cenderung mengangkat dan mengkaji tentang pariwisata Alam dan Buatan yang ada di Kota Ternate.

Berdasarkan uraian diatas penulis memilih Ternate Heritage Society (THS) sebagai Objek penelitian terkait komunitas sebagai media promosi wisata budaya di Kota Ternate. komunitas Ternate Heritage Society (THS) di pilih karena komunitas ini merupakan komunitas non profit yang memfokuskan diri pada kebudayaan

Ternate serta bergerak dalam upaya pelestarian budaya melalui edukasi dan kegiatan konservasi warisan Ternate (lanskap budaya, alam, dan budaya),

Komunitas ini juga merupakan komunitas yang melibatkan banyak pemuda. Dan komunitas ini, melakukan kegiatan wisata dengan objek wisatanya adalah budaya yang merangkum keseluruhan jenis wisata budaya, mulai dari religi, edukasi, sejarah, dan seni. Secara tidak langsung komunitas ini telah berupaya dalam pemajuan kebudayaan dan turut serta dalam upaya promosi wisata sejarah dan budaya yang ada di Kota Ternate.

Sebagai contoh promosi budaya yang dilakukan oleh komunitas Ternate Heritage Society yang sudah sering dilakukan yaitu, melalui kegiatan Jelajah Pusaka Ternate (JPT) dengan konsep kegiatan jalan kaki mengunjungi objek sejarah, *Bacarita* Pusaka Ternate dengan konsep bercerita dan diskusi dalam sebuah forum yang santai membahas tentang penelitian budaya yang ada di Kota Ternate, dan Festival Pusaka Ternate (FPT) dengan konsep menggabungkan keseluruhan kegiatan THS dalam satu kegiatan dengan melibatkan komunitas lainnya dalam berkolaborasi, dan masyarakat sebagai peserta.

**Gambar 1.1. Dokumentasi Kegiatan promosi Budaya melalui kegiatan Jelajah Pusaka Ternate, Bacarita Pusaka Ternate dan Festival Pusaka Ternate**



Sumber: Akun Sosial Media THS (Instagram: [\*Ternate Heritage Society \(@ternateheritage\)\*](#) • *Instagram photos and videos*)

Berdasarkan gambar 1.1. diatas menunjukkan adanya antusias masyarakat khususnya pemuda Ternate yang tertarik dalam mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh THS.

Dengan demikian, penulis merasa tertarik untuk mengangkat dan mengkaji lebih jauh terkait dengan peran komunitas sebagai media promosi wisata budaya yang terpusat pada Ternate Heritage Society.

## **1.2. Motivasi Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan fakta, serta beberapa penelitian terdahulu yang kemudian menjadi landasan pemahaman dan acuan dalam penelitian ini, sehingga penulis mengangkat topik judul penelitian “**Komunitas Sebagai Wadah Promosi Wisata Budaya Kota Ternate Studi Pada Komunitas Ternate Heritage Society**”

## **1.3. Fokus Penelitian**

Fokus dalam penelitian ini adalah mengetahui Bagaimana Mempromosikan Pariwisata Melalui Media Komunitas Khususnya Wisata Budaya Yang Ada Di Kota Ternate?

## **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Bagaimana Mempromosikan Pariwisata Melalui Media Komunitas Khususnya Wisata Budaya Yang Ada Di Kota Ternate yang berpusat pada Komunitas Ternate Heritage Society.

## **1.5. Kontribusi Penelitian**

Kontribusi dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu kontribusi teoritis dan kontribusi praktis, berikut ini merupakan kontribusi teoritis dan kontribusi praktis penelitian ini.

### **1.5.1. Kontribusi Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memperdalam pengetahuan dan perluasan tentang teori promosi wisata budaya melalui media komunitas khususnya wisata budaya di Kota Ternate serta dapat menjadi acuan bagi peneliti dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

### **1.5.2. Kontribusi Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi acuan dan masukan bagi pemerintah dan masyarakat dalam mempromosikan pariwisata yang ada di Kota Ternate khususnya wisata budaya melalui komunitas.