

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata dapat menjadi salah satu sektor yang berpotensi bagi suatu negara dalam meningkatkan perekonomian. Menurut UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*) pariwisata menjadi sektor ketiga sebagai kontributor terbesar terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) global (UNWTO, 2018:26). Pariwisata dianggap sebagai kegiatan ekonomi bersama yang memiliki potensi besar untuk merangsang pertumbuhan ekonomi global karena sifatnya saling melengkapi dengan kegiatan ekonomi lainnya (Garcia, 2015).

Industri pariwisata sudah tidak dapat dihindari lagi oleh siapapun yang didukung dengan kemampuan dan keberhasilan yang dicapai oleh seseorang menjadikan pariwisata menjadi sebuah gaya hidup atau hal yang wajib dilakukan dalam kehidupannya. Dalam enam puluh tahun terakhir, banyak Negara-negara maju dan berkembang menjadikan bidang pariwisata sebagai bidang utama yang sangat menghasilkan dalam meningkatkan devisa negara. Sehingga negara-negara tersebut memberikan perhatian khusus terhadap industry pariwisata dengan meningkatkan kualitas di berbagai segi agar dapat menarik perhatian wisatawan asing yang lebih besar dari berbagai negara di seluruh dunia.

Kunjungan wisatawan tidak hanya meningkatkan devisa negara, akan tetapi juga membantu pendapatan bagi warga negara yang berada dalam sektor pariwisata seperti para pedagang yang menjual produk-produk yang ada di negara tersebut. perkembangan pariwisata juga didukung oleh adanya mobilitas masyarakat yang melakukan kunjungan dengan tujuan yang bervariasi, salah

satunya adalah mencari tahu hal-hal yang belum diketahuinya, belum pernah dikunjungi seperti wilayah dan alamnya, budayanya, bahkan pengalaman baru dengan suasana baru.

Salah satu negara tujuan wisata yang berkembang pesat bidang kepariwisataannya adalah Korea Selatan. Korea Selatan yang dikenal secara resmi sebagai Republik Korea, adalah sebuah Negara di Asia Timur yang terletak di Semenanjung Korea, memiliki sejarah yang kaya budaya yang beragam, dan pemandangan alam yang indah. Korea Selatan memiliki budaya yang sangat kaya dan unik. Ini mencakup seni rupa tradisional seperti hanbok (pakaian tradisional), seni kaligrafi, dan kerajinan tangan. Music tradisional Korea, seperti gayageum dan samulnori, juga sangat populer. Selain itu, K-pop (music pop Korea) telah menjadi fenomenal global yang sangat populer di seluruh dunia.

Korea Selatan memiliki sejarah yang panjang dan bercabang. Negara ini telah mengalami periode kerajaan, seperti Goguryeo, Baekje, dan Silla, serta masa penjajahan Jepang selama abad ke-20. Periode Perang Korea (1950-1953) juga merupakan bagian penting dalam sejarah modern Korea Selatan.

Seoul adalah ibukota dan kota besar di Korea Selatan. Kota ini adalah pusat budaya, ekonomi, dan politik negara tersebut. Selain Seoul, ada kota-kota lain yang menarik untuk dikunjungi, seperti Busan, Incheon dan Daegu. Korea Selatan memiliki lanskap yang indah dimana pegunungan, pantai dan taman nasional yang menakjubkan bias menjadi destinasi wisatawan baik lokal maupun internasional. Beberapa tujuan wisata alam yang populer termasuk Gunung Seoraksan, Pulau Jeju, dan Taman Nasional Jirisan. Selain memiliki

pemandangan yang sangat indah, Korea Selatan juga terkenal dengan berbagai macam kulinernya, seperti kimchi, bibimbap, bulgogi, dan samyeopsal. Korea Selatan juga dikenal dengan budaya café yang berkembang pesat, dengan berbagai jenis café yang menawarkan kopi, makanan ringan dan minuman kreatif lainnya.

Korea Selatan merupakan salah satu Negara yang paling maju dalam teknologi. Perusahaan seperti Samsung dan LG adalah pemimpin dalam industry elektronik, dan merupakan Negara yang dikenal dengan konektivitas internet yang sangat cepat. Selain kemajuan teknologi dibidang elektronik, Korea Selatan juga memiliki kemajuan teknologi dibidang transportasi. Transportasi di Korea Selatan sangat efisien dengan system kereta api, bus, dan kereta api bawah tanah yang baik. Selain itu, Bandara Internasional Incheon di Seoul juga terkenal menjadi salah satu bandara terbaik didunia.

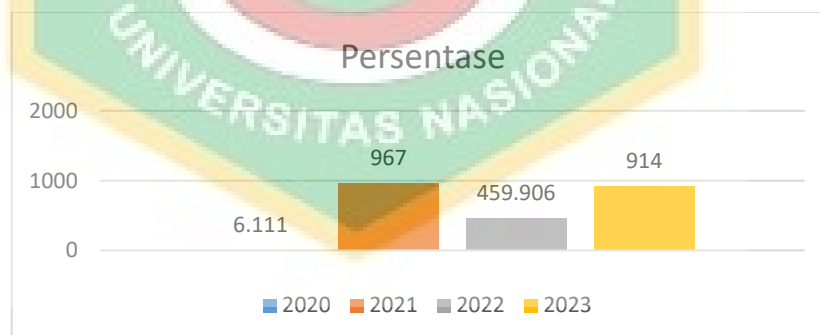
Dan hal yang paling dikenal di seluruh dunia tentang Korea Selatan adalah bidang kepariwisataannya. Pariwisata di Korea Selatan adalah industri yang sangat berkembang pesat. Negara ini menawarkan berbagai jenis wisata, mulai dari wisata sejarah dan budaya hingga petualangan alam. Beberapa tempat populer sering dikunjungi oleh wisatawan baik local maupun internasional adalah Istana Gyeongbokgung, Menara Namsan, Lotte World, dan berbagai kuil dan monument bersejarah. Korea Selatan juga memiliki banyak festival dan acara sepanjang tahun. Beberapa yang paling terkenal adalah Festival bunga Sakura di Jinhae, Festival Film Internasional Busan, dan Festival Balon udara Panas di Taebaek. Maka tidak heran jika Korea Selatan menjadi tujuan wisata yang menarik dengan kombinasi unik mulai dari budaya, sejarah, teknologi, dan

alama yang indah. Di Korea Selatan, para pelancong akan merasakan campuran tradisi antara tradisi Korea yang kuno dan kemajuan modern yang sangat mengagumkan, maka tak heran jika Korea Selatan menjadi tujuan wisata para pelancong, terutama wisatawan internasional.

Untuk mendukung bidang kepariwisataan tersebut, pemerintah Korea Selatan membentuk organisasi yang bergerak di sektor pariwisata, organisasi tersebut adalah KTO (*Korean Tourism Organization*) yang merupakan sebuah organisasi di bawah naungan Kementerian, Kebudayaan dan Pariwisata Korea Selatan yang didirikan pada tahun 1962 yang bertanggung jawab untuk mempromosikan pariwisata Korea Selatan baik secara lokal maupun internasional (Rianti, 2019:2). KTO memiliki berbagai tugas dan tanggung jawab, diantaranya: 1) Promosi Pariwisata, KTO bertanggung jawab untuk mempromosikan destinasi dan atraksi pariwisata di Korea Selatan baik di tingkat local maupun internasional. Mereka mengorganisir kampanye promosi, pameran pariwisata, dan berbagai kegiatan lainnya untuk menarik wisatawan; 2) Dukungan kepada wisatawan, KTO memberikan informasi dan layanan kepada wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan. Mereka menyediakan panduan pariwisata, informasi transportasi, akomodasi, dan aktivitas wisata lainnya. 3) Pengembangan infrastruktur Pariwisata, KTO berkontribusi dalam pengembangan infrastruktur, pariwisata di Korea Selatan. Mereka dapat berperan dalam memfasilitasi proyek-proyek pembangunan yang mendukung pertumbuhan sector pariwisata; 4) Kerjasama Internasional, KTO juga terlibat dalam kerjasama internasional dengan Badan Pariwisata dari Negara lain untuk mempromosikan pariwisata lintas Negara.

KTO telah berperan besar dalam pertumbuhan industry pariwisata Korea Selatan selama bertahun-tahun, membantu negara tersebut menjadi tujuan wisata yang populer di seluruh dunia. Mereka terus bekerja untuk menjaga dan meningkatkan daya Tarik pariwisata Korea Selatan serta menyediakan layanan yang baik kepada para wisatawan yang berkunjung. Kendati demikian, dunia pariwisata Korea Selatan tidak mampu mempertahankan bahkan menaikkan jumlah wisatawan disaat seluruh dunia dihantam dengan musibah wabah Covid-19 yang terjadi pada akhir tahun 2019 hingga 2021.

Menurut data pada *website* KTO, jumlah wisatawan pada bulan Mei 2020 mengalami penurunan sebesar 99,5% karena adanya pembatasan perjalanan global yang disebabkan oleh adanya pandemik covid-19. Data KTO menunjukkan hanya ada 6.111 jumlah wisatawan yang berkunjung, jumlah ini turun jika dibandingkan dengan bulan Mei 2019 yang mencapai 1,23 juta wisatawan. Dilansir dari Statista.com wisatawan asing yang mengunjungi Korea Selatan pertahun 2020-2023 adalah sebagai berikut :



Gambar 1. 1 Grafik wisatawan asing yang mengunjungi Korea Selatan tahun 2020-2023.

Sumber: www.visitkorea.or.id

Berdasarkan laporan dari WTTC (*World Travel and Tourism Council*) dalam EIR (*Economic Impact Report*) pandemik covid-19 sangat berpengaruh ke beberapa sektor, tidak terkecuali perjalanan dan pariwisata Korea Selatan. yang mewakili sektor swasta perjalanan dan pariwisata global menunjukkan kontribusi sektor *travel and tourism* terhadap GDP turun 45.5%. Jika dibandingkan sebelum pandemik covid-19. Pada tahun 2021 kontribusi Korea Selatan ke GDP negara dunia sebesar 48.8 US\$ dan Korea Selatan menduduki urutan ke-17 sebagai negara terbesar dengan kontribusi ke GDP dunia (WTTC, 2022).

Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah penurunan jumlah wisatawan asing dan untuk menggebrak kembali dunia pariwisata di negaranya, Pemerintah Korea Selatan telah membuat banyak program-program pariwisata, salah satunya adalah berbentuk kampanye, dengan tema "*Visit Korean Heritage Campaign*". Seiring dengan naiknya popularitas musik pop Korea Selatan, film dan drama televisi menarik banyak turis asing ke Korea Selatan. Kampanye ini dibuat untuk memperkenalkan kekayaan budaya Korea Selatan kepada wisatawan asing. Program ini berjalan di bawah pengawasan UNESCO *World Heritage Sites Korea*, yang hadir sejak tahun 2020 (문화유산 방문 캠페인, 2020).

Program *Visit Korean Heritage Campaign* sendiri bertujuan untuk membantu wisatawan lokal maupun asing untuk menemukan kembali nilai budaya dan warisan Korea Selatan serta meningkatkan kesadaran akan warisan budaya sebagai tempat untuk istirahat, pariwisata, dan pemulihan. Program ini juga dibuat salah satunya untuk menarik wisatawan asing agar tertarik dalam memilih Korea Selatan sebagai destinasi wisata pilihannya.

Situs warisan budaya merupakan salah satu tempat favorit baik untuk wisatawan lokal maupun asing. Gyeongbokgung Palace atau Istana Gyeongbokgung merupakan salah satu situs wisata bersejarah paling populer dikalangan turis. Situs ini merupakan bagian dari *Royalty Route*. Administrasi warisan budaya Korea Selatan membuka kembali beberapa situs warisan budaya paling populer pada jam malam, termasuk Istana Kerajaan Hyeonchungsa, dan situs Istana Wolseong Silla di Gyeongju.

Dilansir dalam *website resmi Visit Korean Heritage* pada tahun pertama (2020), penyelenggara membuat 7 (tujuh) rute dalam program ini, yang terdiri dari; *Golden Era Route, Antique Route, Folk-music Route, Mythic Landscape Route, Royalty Route, Korean Confucian Academy and Asceticism Route*. Dimana pada masing-masing rute terdapat kunjungan ke situs-situs budaya Korea Selatan yang telah diakui oleh UNESCO seperti; Jongmyo Shine, Seokguram Grotto, Bulguksa Temple, Changdeokgung Palace Complex, Gochang, Hwasun dan lainnya. Program kampanye tahunannya pun melibatkan idol-idol K-Pop diantaranya; Monsta X (2020), Brave Girls (2021), Kim Min Ha (2022), dan banyak lainnya.

Selain program “*Visit Korean Heritage Campaign*”, di tahun 2021 KTO (*Korean Tourism Organization*) juga meluncurkan kampanye wisata dengan menggunakan teknologi virtual atau biasa disebut *metaverse*. Kampanye yang dilakukan ini berjudul “*Come Play with Korea, K-VIBE Festa*”. Alasan dari KTO meluncurkan program ini dikarenakan pandemik covid-19 yang melanda seluruh dunia, menyebabkan wisatawan asing belum bisa pergi berwisata ke

Korea Selatan secara langsung dan menjangkau cakupan yang lebih luas (visitkorea, 2021).

Untuk menarik perhatian lebih banyak Pengunjung, program *Visit Korean Heritage Campaign* berinovasi membuat iklan.hingga tahun 2022. Terdapat dua Iklan yang dibuat sebagai bagian dari program promosinya. Iklan di 2022 dirilis melalui akun youtube resminya, dan bekerja sama dengan aktris Kim Minha sebagai *ambassador*. Dalam Iklan tersebut dipromosikan Kuil Haeinsa, dimana Kuil ini merupakan bagian dari *monasterist route*.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka pada penelitian ini akan membahas secara detail tentang Pelaksanaan dari program *Visit Korean Heritage Campaign*.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang ingin peneliti angkat dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja yang termasuk ke Program *Visit Korean Heritage Campaign*?
2. Bagaimana representasi dari iklan Versi tahun 2022 *Visit Korean Heritage Campaign*?

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari analisa yang tidak terkontrol dan tetap berfokus pada tujuan penelitian, cakupan dan batasan perlu disampaikan pada penelitian ini.

Penelitian ini ditujukan untuk menyajikan informasi terkait Program *Visit Korean Heritage Campaign* dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan begitu pertanyaan-pertanyaan dapat dieksplorasi dengan menggunakan konsep, pada skripsi ini dibatasi pada pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan beragam program yang termasuk kedalam kampanye pariwisata *Visit Korean Heritage Campaign*.
2. Untuk menjelaskan makna dari iklan *Visit Korean Heritage Campaign* di tahun 2022.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang didapatkan dari penulisan ini adalah :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan referensi dalam kajian budaya Korea Selatan pada umumnya, dan kajian khususnya yakni mengenai Program Promosi Terkait Budaya Lokal.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi para peneliti dan pembaca dalam memperluas wawasan dan informasi terkait budaya Korea Selatan, khususnya pada sektor pariwisata Korea Selatan.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode ini dipilih karena penelitian ini menjelaskan lebih lanjut mengenai program *Visit Korean Heritage Campaign* yang diadakan oleh Pemerintah Korea Selatan.

Tujuan penelitian kualitatif menurut Kriyantono (2020), adalah untuk menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data yang sedalam-dalamnya pula, yang menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail suatu data yang diteliti. fakta atau realita, masalah, gejala serta peristiwa hanya dapat dipahami bila proses penelitian ditelusuri secara mendalam dan tidak hanya terbatas pada pandangan di permukaan saja.

1.7 Sistematika Penyajian

Untuk mempermudah dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh, maka sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sumber data, teknik pengambilan data dan sistematika penyajian.

BAB 2 KERANGKA TEORI

Bab ini menguraikan teori dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu mengenai program dalam bidang pariwisata dan makna dari Iklan.

BAB 3 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan berisi mengenai analisis dan pembahasan dari data-data yang dijadikan penelitian.

BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan terkait hasil dari penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

