

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MUSEUM KARST SEBAGAI WISATA
EDUKASI DI KABUPATEN WONOGIRI**

***MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF KARST MUSEUM AS
EDUCATIONAL TOURISM IN WONOGIRI DISTRICT***

Ridho Dany Alfahma

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email: ridho.dany1997@gmail.com

Abstrak

Pariwisata di Indonesia telah menampilkan peranannya dengan nyata dalam memberikan kontribusi untuk kehidupan ekonomi, sosial dan budaya bangsa. Pendapatan negara dari sektor pajak dan devisa makin bertambah, keadaan sosial masyarakat yang terlibat dalam sektor ini makin baik, kebudayaan bangsa makin memperoleh apresiasi. Kawasan wisata Museum Karst Indonesia sebagai salah satu kawasan Geopark yang telah diakui UNESCO. Gunungsewu di Gebangharjo, Pracimantoro, merupakan objek wisata potensial di Kabupaten Wonogiri. Penting untuk menilai pencapaian pariwisata berkelanjutan termasuk dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan. Namun letak dari wisata yang cukup jauh dari pusat kota dan wisata yang berbeda dari wisata – wisata lain yang ada di sekitaran tempat tersebut perlu dilakukan sebuah promosi khusus dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi strategi komunikasi pemasaran wisata yang ada di kawasan wisata Museum Karst Indonesia, mengkaji peranan pengelola dalam kegiatan pendukung wisata museum karst, dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan museum karst beserta hambatan yang dihadapi oleh pengelola dalam mengembangkan museum Karst Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dalam melakukan pengumpulan data peneliti melakukan wawancara, observasi saat berada di museum Karst Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengelola museum dibantu oleh beberapa pihak-pihak terkait dalam pengembangan objek-objek wisata telah melakukan strategi komunikasi pariwisata. Dalam hal ini membuktikan bahwa menjaga dan mengembangkan peninggalan sejarah tidak semudah yang dibayangkan, banyaknya pesaing yang dimiliki

sehingga memaksa pihak pengelola harus berfikir lebih kreatif agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Kata kunci : Strategi komunikasi Pariwisata, Museum Karst, Wisata Edukasi

Abstract

Tourism has clearly demonstrated its contribution to the nation's economic, social, and cultural life in Indonesia. The state's income from the tax and foreign exchange sectors is expanding, the social conditions of those participating in this sector are improving, and the nation's culture is becoming more popular. The Indonesian Karst Museum's tourist area is one of the Geopark locations designated by UNESCO. Gunungsewu in Gebangharjo, Pracimantoro, has the potential to be a tourism destination in Wonogiri Regency. It is critical to evaluate sustainable tourism's accomplishments, including its social, economic, and environmental impacts.

However, the tour's location, which is quite a distance from the city center, and tourism that is unique to the area require specific advertising to increase the number of tourists. The aim of this research is to identify tourism marketing communication strategies in the tourist area of the Indonesian Karst Museum, examine managers' roles in supporting activities for Karst Museum tourism, and analyze the factors that influence the development of Karst Museum as well as the challenges faced by managers in developing the Indonesian Karst Museum. This study utilized a descriptive qualitative methodology. While visiting the Indonesian Karst Museum, the researcher conducted interviews and took observations. The study's findings demonstrate that the museum management has implemented a tourism communication strategy and is supported by a number of associated parties in the creation of tourist items. This story indicates that maintaining historical heritage while balancing modern needs is more difficult than one may expect. The administrators are also forced to use more original thinking in order to compete with other businesses.

Keywords: Tourism communication strategy, Karst Museum, Educational Tourism