

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan, yang kaya akan keanekaragaman kebudayaan dan pariwisata. Kebudayaan adalah seluruh sistem gagasan dan rasa, tindakan, serta suatu karya yang di hasilkan manusia dalam kehidupan bermasyarakat (Koentjaraningrat,1999:72). Di Indonesia terdapat banyak destinasi-destinasi wisata yang indah nan memukau hampir disetiap wilayah di Indonesia terdapat wisata baik yang wisata yang buat oleh manusia atau karena faktor alam yang membentuk wisata.

Kepulauan juga merupakan salah satu potensi alam sebagai potensi tujuan wisata yang memberikan bentuk wisata berbeda dengan wisata daratan pada umumnya, hal ini disebabkan kondisi geografis kepulauan memiliki ciri khas. Menurut (Royle, 2001), kepulauan memiliki hal yang spesial karena apabila seseorang ingin mengunjungi kepulauan maka mereka akan mendapatkan pengalaman yang berbeda (travel experience), karena keterisolasian dari kepulauan tersebut.

Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu industri yang cukup berkembang pesat. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, jumlah kedatangan wisatawan internasional pada periode Januari-November 2017 tercatat telah meningkat sebesar 21.84 persen dibanding jumlah kunjungan pada periode yang sama di tahun 2016. Pertumbuhan pariwisata merupakan generator keempat negara devisa setelah minyak/gas, kelapa sawit dan lateks (Kementrian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia 2012). Pertumbuhan pariwisata Indonesia sangat signifikan, bahkan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyatakan bahwa pertumbuhan pariwisata lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan (Prihtiyani 2012).

Sedangkan pariwisata di Jawa Timur juga tidak kalah pesat. Sebanyak 1.445.161 wisatawan domestik dan 50.445 jiwa wisatawan internasional

berkunjung ke Jawa Timur (BPS Jatim, 2018). Perkembangan pariwisata diprovinsi Jawa Timur telah menjadikan Jawa Timur sebagai konteks yang ideal untuk mempelajari perencanaan pariwisata terutama yang terkait dengan keterlibatan masyarakat lokal (Dian dkk, 2019). Secara tingkat provinsi, Jawa Timur mengalami peningkatan di sektor pariwisata. Salah satunya ialah Pulau Madura.

Madura adalah masyarakat yang berbasiskan pada tingkat religius yang sangat tinggi dibuktikan dengan banyaknya pondok pesantren mulai dari perkotaan sampai dengan pedesaan. Dengan atribut-atribut kebudayaan yang ada di dalamnya, misalkan pondok pesantren, masjid, musholla untuk mengaji, dan kerajaan-kerajaan yang beraliran Islami, seperti di kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep (Teguh H. Rachmad, 2016:1). Masyarakat Pulau Madura merupakan masyarakat agraris. Kurang lebih Sembilan puluh persen penduduknya hidup terpencar-pencar di pedalaman, di desa-desa, dukuh-dukuh, dan kelompok-kelompok perumahan petani (Huub de Jonge, 1989:17).

Madura dalam hal ini adalah Kabupaten Sumenep memiliki banyak pulau yang indah. Dalam objek wisata destinasi pulau wisata juga banyak diminati oleh wisatawan. Keunggulan dalam sektor wisata di Kabupaten Sumenep ialah kepulauan. Kepulauan juga merupakan salah satu potensi alam sebagai potensi tujuan wisata yang memberikan bentuk wisata berbeda dengan wisata daratan pada umumnya, hal ini disebabkan kondisi geografis kepulauan memiliki ciri khas. Menurut (Royle, 2001), kepulauan memiliki hal yang spesial karena apabila seseorang ingin mengunjungi kepulauan maka mereka akan mendapatkan pengalaman yang berbeda (*travel experience*), karena keterisolasian dari kepulauan tersebut menjadikan wisatawan.

Menurut Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten (RIPPARKAB) Sumenep Tahun 2017-2025, Kabupaten Sumenep mengalami penambahan jumlah ODTW baru yang semula berjumlah 13 ODTW bertambah menjadi 20 ODTW. Penambahan ODTW tersebut sebagian besar merupakan pulau-pulau kecil disekitar daratan, diantaranya Pulau Gili Iyang, Pulau Gili Labak,

Gugusan Pulau Kangean, Pulau Mamburit, Pulau Masalembu dan Pulau Gili Genting. (RTRW Kabupaten Sumenep Tahun 2013-2033).

Kabupaten Sumenep merupakan satu-satunya Kabupaten yang ada di Pulau Madura yang memiliki pulau terbanyak di antara tiga kabupaten lainnya (satu terdapat di Kabupaten Sampang yakni pulau Mandangin). Kondisi alam di wilayah perairan Kabupaten Sumenep berpotensi untuk kegiatan wisata yang sangat potensial untuk dikembangkan sebagai wisata bahari atau wisata alam Pantai. Potensi tersebut berada di Kawasan Pulau-Pulau Kecil Kabupaten Sumenep diantaranya yaitu Gili Labak, Gili Talango, Gili Mamburit, Pulau Sapudi, Gili Iyang, Gili Genting, Gilingan, Pulau Saor dna masih banyak lagi pulau-pulau yang ada di Kabupaten Sumenep. (RPJPD Kabupaten Sumenep Tahun 2009-2029).

Dalam pengembangan pariwisata tentunya tidak melulu membahas bagaimana cara mempeindah dan melestarikan lingkungan objek wisata tersebut, akan tetapi ada banyak faktor lain yang harus juga tetap di jaga, salah satunya ialah bagaimana strategi branding wisata tersebut salah satunya ialah di media. Menurut Mohammad Ihsan dan Dewi (2017) Berbagai hal yang sudah dilakukan untuk mempromosikan pariwisata antara lain dengan menggunakan media televisi, radio, iklan, brosur, pameran dan yang terbaru adalah dengan menggunakan media sosial. Berbeda dengan media konvensional yang sudah bertahun-tahun lalu sering digunakan untuk promosi pariwisata, promosi dengan menggunakan media sosial masih tergolong baru dan tampaknya mulai mempunyai daya tarik tersendiri bagi pelaku-pelaku industri pariwisata untuk promosi melalui media sosial. Hal tersebut dapat dilihat dengan munculnya daerah pariwisata yang mulai memiliki akun-akun media sosial untuk pariwisatanya masing-masing. Hal tersebut tampaknya sejalan dengan potensi yang dimiliki media sosial dalam mempromosikan pariwisata. Tercatat sebanyak 129,2 juta pengguna media sosial di Indonesia (APJII, 2016), dengan pengguna melebihi setengah jumlah penduduk Indonesia itu potensi media sosial sebagai media promosi pariwisata sangat besar. Dalam konteks ini adalah media baru atau lebih akrabnya di kenal dengan media sosial.

Media baru atau media sosial yang selalu terkoneksi dengan internet melalui rangkaian sosial seperti *web blog, Facebook, Twitter, Youtube, Instagram* dan yang baru-baru populer ialah media sosial Tik-tok. TikTok telah menjadi Platform yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat, termasuk masyarakat Madura karena masuknya berbagai informasi dari luar tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Besarnya dampak Media baru atau Media sosial dapat mempengaruhi sistem kehidupan masyarakat sehingga tuntutan bagaimana masyarakat lokal dapat menjadi *agent information* dengan memanfaatkan media baru dalam hal ini Tik tok sebagai sarana mengenalkan potensi wisata Madura kepada dunia luar (Syamsul, 2017). Khususnya media sosial yang paling banyak digunakan oleh anak muda.

Salah satu aplikasi yang berkembang hingga saat ini ialah Media Sosial TikTok. TikTok adalah sebuah aplikasi jejaring sosial yang menyediakan konten video yang berdurasi pendek. aplikasi di ini dirikan oleh orang yang berkebangsaan Tiongkok pada tahun 2016, sempat buming di Indonesia dan pernah di blokir oleh Kementrian Komunikasi dan Informatika karena di anggap merusak moral pengguna. Adapun yang membuat aplikasi TikTok lebih digemari dibandingkan pesaing lain di karenakan aplikasi hiburan ini memungkinkan bagi pengguna untuk menjadi kreator baru karena kemudahan dan kesederhanaan dalam mengakses menjadi alasan utama. Dari temuan pasar itu, dapat diketahui bahwa penyebab ketertarikan pengguna terhadap aplikasi yang berfokus pada video pendek ini adalah penggunaanya tidak memakan banyak waktu dan pengguna dapat mengidentifikasi konten (Velantina, 2021).

Seiring berjalannya waktu aplikasi ini semakin menggurita di seluruh dunia, dan bertransformasi memberikan konten-konten yang positif, tidak hanya di isi oleh video orang bergoyang, tetapi juga diisi oleh konten yang edukatif dan informatif. Salah satunya melakukan promosi di media sosial Tik tok, baik itu brand raksasa maupun UMKM yang baru memulai semua bisa mengakses dan mempromosikan brandnya melalui Tik tok, baik itu Kulier, Fashion, dan pariwisata. Menurut Hootsuite.com, pada tahun 2019 aplikasi Tik tok sudah di unduh sebanyak 1,65 miliar kali dan telah terpasang pada gawai elektronik sebanyak 738 juta kali. Maka

dari hal tersebut Tik tok menjadi media yang efektif untuk mempromosikan sebuah produk, baik itu kuliner dan wisata.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada satu wisata yaitu wisata pantai Sembilan di pulau Gili Genting. Wisata kepulauan Gili Genting adalah salah satu dari 16 pulau-pulau kecil yang secara geografis berada di ujung Timur pulau Madura yaitu Kabupaten Sumenep. Secara administratif Gili Genting tergolong dalam wilayah Kecamatan Dungkek Kabupaten Sumenep. Pulau Gili Genting yang menjadi objek wisata kali ini dimana wisata ini termasuk salah satu wisata yang cukup banyak digemari di daerah kepulauan Madura Timur. Namun di sayangkan strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola wisata tersebut masih menggunakan cara lama. Sedangkan sekarang adalah zaman disrupsi media sosial, dimana dalam hal ini adalah media sosial Tik tok. Seperti yang kita ketahui bahwa Tik tok merupakan salah satu Platform yang paling banyak diunduh saat ini. Hal ini berpotensi baik untuk mempromosikan produk melalui aplikasi tersebut, dan tentunya didukung oleh SDM yang mumpuni artinya harus mengerti dan memahami fitur-fitur yang tersedia di platform Tik tok.

Maka dari itu peneliti disini tidak hanya mendeskripsikan tentang bagaimana strategi pengembangan wisata melalui media sosial Tik tok, peneliti juga akan menganalisis konten-konten TikTok tentang pantai Sembilan. Maka dalam hal ini peneliti mengambil judul penelitian **TIKTOK SEBAGAI INISIASI MEDIA PANTAI SEMBILAN** (Studi Deskriptif Kualitatif TikTok Sebagai Inisiasi Media Partisipasi, Membangun identitas dan Representasi di wisata Pantai Sembilan Pulau Gili Genting Kabupaten Sumenep).

1.2 Rumusan Masalah

“Bagaimana TikTok sebagai inisiasi media bagi wisata pantai Sembilan, Gili Genting Kabupaten Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana TikTok menjadi Platform Media sosial bagi wisata Pantai Sembilan Gili Genting Kabupaten Sumenep Madura.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Secara Akademis

Penelitian ini upayakan untuk dapat berkontribusi dibidang akademis agar supaya menambah khasanah ilmu pengetahuan tentang bagaimana TikTok menjadi Platform yang efektif bagi wisata Madura khususnya wisata Pantai Sembilan yang ada di Kabupaten Sumenep Madura.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

Secara praktis penelitian kali ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan pariwisata khususnya wisata pantai Sembilan Gili Genting Kabupaten Sumenep Madura.