

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara umum, pariwisata dapat dikatakan sebagai salah satu sektor yang memberikan dampak besar pada pendapatan global. Banyak negara menggantungkan sebagian besar perekonomiannya dari pariwisata dan berusaha untuk melakukan pengembangan terhadap tempat yang memiliki potensi wisata. Dalam perkembangannya, sektor pariwisata tidak dapat berdiri sendiri, sektor pariwisata melibatkan berbagai sektor lain seperti, ekonomi, sosial, budaya, kesehatan, dan sebagainya. Dilihat dari perkembangan pariwisata dari tahun ke tahun, sektor pariwisata menjadi sektor dengan industri terbesar di dunia (Bangun Mulia, 2021). Di Indonesia, sektor pariwisata menjadi penyumbang devisa terbesar untuk negara dan memiliki peran yang penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut data statistik Laporan Akhir Kajian Dampak Pariwisata terhadap Perekonomian Indonesia yang disampaikan oleh Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) RI pada 2018, kontribusi pariwisata pada 2017 sebesar USD 4,23 lebih besar jika dibandingkan dengan tahun 2016.

Perkembangan pariwisata yang cepat dan masif harus diiringi dengan dukungan seluruh elemen yang terlibat di dalamnya. Perkembangan pariwisata di Indonesia cenderung sangat pesat dari tahun ke tahun. Pariwisata menjadi salah satu fenomena global yang terus berkembang menjadi kebutuhan dasar masyarakat. Pembangunan pariwisata dikembangkan dengan tujuan pemerataan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang mengarah pada pengembangan wilayah, pemberdayaan masyarakat, dan bertopang pada masyarakat. Di Jawa Timur, khususnya Pulau Madura memiliki banyak potensi desa wisata yang dapat dikembangkan. Destinasi di pulau madura tidak kalah otentik dibandingkan dengan daerah lain. Beberapa destinasi di Madura dikelola oleh instansi

pemerintahan, pihak swasta dan beberapa di antaranya dikelola oleh masyarakat desa setempat. Madura memiliki beberapa potensi pariwisata yang banyak diminati wisatawan untuk dikunjungi. Madura merupakan pulau yang dikelilingi lautan sehingga sektor pariwisata bahari menjadi salah satu tujuan wisatawan. Objek wisata akan bermanfaat bagi masyarakat lokal untuk membuka peluang usaha dan mengenalkan produk lokal. Salah satu destinasi wisata pantai di Madura adalah Pantai Lon Malang, yang terletak di Kabupaten Sampang. Pantai Lon Malang dengan hamparan pasir yang luas serta laut lepas dengan air jernih dan juga fasilitas lengkap untuk wisatawan. Wisata pantai Lon Malang

Pengelola Pantai Lon Malang memanfaatkan media sosial instagram yaitu *@pantailonmalang_* sebagai pemasaran pariwisata sejak tahun 2017. Pemanfaatan instagram ini dilatarbelakangi karena pada saat awal dibukanya Pantai Lon Malang sebagai destinasi wisata baru di Kabupaten Sampang pihak pengelola menggunakan strategi komunikasi dengan cara yang konvensional tetapi juga visioner. Pengelola membuat tulisan-tulisan yang berkonotasi negatif seperti “papa pulang mama basah”, simbol “69” yang juga berkonotasi negatif. Strategi ini digunakan pengelola agar wisatawan yang berkunjung tertarik dan dapat berswafoto dengan *grafiti* yang ada di pantai sehingga wisatawan dapat membagikannya di media sosial dan pantai lon malang dapat dikenal. Sayangnya, strategi itu mendatangkan konflik yaitu Aliansi Ulama Pantura (AUP) yang menganggap bahwa pengelola sengaja agar masyarakat berpikiran mesum. Hal ini dianggap akan merusak umat dan tidak bermanfaat. Untuk meredam amarah dari para kiai, pengelola kemudian mengubah tulisan-tulisan tersebut dengan unsur-unsur keislaman seperti mengingatkan untuk beribadah dan juga mempertahankan nilai sosial-budaya Madura. Pengelola mulai memanfaatkan instagram sebagai salah satu media pemasaran pariwisata Pantai Lon Malang. Saat ini instagram Pantai Lon Malang memiliki lebih dari 3500 pengikut. Pada tahun 2021, Pantai Lon Malang menjadi salah satu penyaji terbaik *Virtual Tour* Desa Wisata Festival Dewi Cemara. Pantai Lon Malang menjadi satu-satunya desa wisata yang berasal dari Madura. Beberapa unggahan Pantai Lon Malang terlihat lebih

baik setiap tahunnya. Mulai dari informasi yang diberikan, menggunakan fitur *repost* dari pengunjung, hingga keindahan pantai lon malang pada sore hari.

Potensi wisata Pantai Lon Malang perlu dimaksimalkan dengan berbagai strategi sehingga dapat memberikan kepuasan dan loyalitas bagi wisatawan. Menurut Kotler dalam (Tjiptono, 2015), ia mengamanatkan bahwa kepuasan pelanggan saja tidak cukup untuk menjamin bisnis yang berkelanjutan. Agar dapat sukses, setiap instansi wajib memastikan para pelanggan dan calon pelanggan untuk mempercayai bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki nilai atau *value* yang selaras. Strategi yang dapat dilakukan yaitu strategi komunikasi pemasaran terintegrasi (*Integrated Marketing Communications*). Komunikasi pemasaran lebih menekankan interaksi dua arah. Istilah terintegrasi pada strategi komunikasi pemasaran terintegrasi menunjukkan keterpaduan antara fokus tujuan dan arah strategis antara elemen bauran promosi penjualan (periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, *public relations*, dan *direct marketing*).

Alat dan strategi berkomunikasi dengan konsumen mengalami perubahan yang sangat signifikan karena media sosial. Adanya media sosial telah memberikan banyak dampak positif bagi kehidupan manusia dan membawa manfaat bagi aspek industri. Dalam industri penyedia jasa, media sosial sangat bermanfaat untuk menekan biaya operasional dengan strategi pemasaran secara konvensional. Biaya promosi media sosial yang murah membuat pelaku usaha memanfaatkannya sebaik mungkin. Promosi yang dilakukan pada saat menjalankan bisnis adalah dengan iklan. Adanya media sosial yang dapat diakses kapan, dimana dan oleh siapa saja menjadi kabar baik sekaligus tantangan baru dalam dunia promosi, pencitraan dan pengembangan iklan (Prajarini, 2020). Dengan arus perkembangan media sosial yang sangat pesat diharapkan dapat memberikan jawaban dan solusi pada beberapa masalah dalam pengelolaan dan pengembangan sektor pariwisata daerah. Media sosial dapat menjadi media informasi pada wisatawan terkait destinasi wisata, seperti informasi melalui media sosial

instagram. Instagram menonjolkan sisi visual karena memiliki fitur berbagi foto dan video sehingga dapat menarik perhatian khalayak serta memberikan dampak perubahan perilaku warganet. Dengan menggunakan strategi komunikasi melalui pemanfaatan media sosial, diharapkan dapat mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran pariwisata dalam menarik minat kunjungan wisatawan Pantai Lon Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah yang akan dikaji peneliti adalah bagaimana komunikasi pemasaran wisata dalam menarik minat berkunjung wisatawan Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menuntaskan permasalahan sesuai yang telah dirumuskan yaitu untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran wisata dalam menarik minat berkunjung wisatawan Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak pemahaman terkait komunikasi pemasaran wisata dalam menarik minat berkunjung wisatawan Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Berdasarkan tujuan penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi perkembangan dunia pendidikan dan dapat menjadi contoh untuk mengembangkan penelitian dengan ide atau konsep serupa. Secara teoretis hasil akhir penelitian ini diharapkan memberikan manfaat lain, seperti:

- a. Memberikan bantuan pemikiran khususnya untuk mahasiswa ilmu komunikasi mengenai peran instagram sebagai pemasaran pariwisata Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang
- b. Dapat menjadi acuan bagi peneliti lain untuk penelitian berikutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi khususnya bagi mahasiswa universitas trunojoyo madura maupun masyarakat yang ini menambah pengetahuan mengenai peran instagram sebagai pemasaran pariwisata Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang.

a. Bagi peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah untuk memperbanyak pengalaman dalam melakukan penelitian dan mengetahui peran instagram sebagai pemasaran pariwisata Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang

b. Bagi mahasiswa

Penelitian ini dapat membantu teman-teman mahasiswa untuk mengetahui peran instagram sebagai pemasaran pariwisata Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang. Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi mahasiswa dalam mengembangkan penelitian dengan topik dan isu yang sama.

c. Bagi Universitas Trunojoyo Madura

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang baik dalam membantu mahasiswa universitas trunojoyo madura untuk mengembangkan penelitian komunikasi pemasaran pariwisata dalam menarik wisatawan Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang. Hasil penelitian ini akan disumbangkan kepada perpustakaan universitas trunojoyo madura agar menjadi tambahan referensi mahasiswa serta bermanfaat bagi mahasiswa lain.

d. Bagi masyarakat

Penelitian ini mempunyai manfaat bagi masyarakat untuk menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai peran

instagram sebagai pemasaran pariwisata Pantai Lon Malang
Kabupaten Sampang.