

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Penelitian ini mengulas strategi yang diterapkan oleh Edu Wisata Lontar Sewu melalui media sosial Instagram. Permasalahan ini muncul seiring dengan tantangan pemasaran di era digital yang saat ini komunikasi dan interaksi melalui media sosial menjadi semakin utama. Edu Wisata Lontar Sewu, sebagai destinasi pariwisata yang berupaya memanfaatkan Instagram secara unggul sebagai alat promosi. Menurut (Murtini et al., 2023) mengungkapkan bahwa, Edu Wisata Lontar Sewu melakukan promosi melalui Instagram juga memiliki peminat yang cukup banyak karena kemudahan dan konten menarik yang dimiliki. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi yang digunakan oleh Edu Wisata Lontar Sewu dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk media promosi.

Gresik merupakan salah satu kabupaten yang berada di utara Jawa Timur. Gresik memiliki berbagai destinasi desa wisata salah satunya yakni, Edu Wisata Lontar Sewu yang terletak di Desa Hendrosari, kecamatan Menganti. Edu Wisata Lontar Sewu ini didirikan dan dikelola oleh badan usaha milik desa (BUMDes) sejak tahun 2019 bersama Badan Permusyawaratan Desa (BPD) dan Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (PDPTT). Kepala BUMDes Aristoteles mengungkapkan bahwa, pendirian wisata ini bermula pada kesadaran masyarakat akan sampah. Lokasi wisata tersebut bermula dari tanah lapang yang kosong dan tempat pembuangan sampah liar warga.

Sampah telah menjadi masalah yang meresahkan warga setempat karena lingkungan akan menjadi kumuh dan menjadi sarang penyakit. Sebelumnya, sampah-sampah itu sering dibuang dan dibakar di sisi jalan, terutama di tempat-tempat yang ditinggalkan dan jarang dikunjungi seperti tanah lapang yang kosong di Desa Hendrosari tersebut. Namun, kesadaran akan pentingnya pengelolaan sampah mulai meningkat ketika BUMDes mengambil inisiatif untuk mengelola sampah tersebut. Pada saat itu, BUMDes mulai mengajak warga untuk mengolah sampah pada lahan tersebut hingga mendapat apresiasi yang sangat luar biasa dari pemerintah daerah. Aristoteles selaku kepala BUMDes menyatakan bahwa seharusnya TPST ini merupakan ranah dari pihak Kabupaten yang kemudian diambil alih oleh BUMDes. Dinas Lingkungan Hidup (DLH) dan Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa (DPMD) mengucapkan terima kasih karena masih ada desa yang mau mengelola sampahnya dengan baik.

Pada tahun 2019, Desa Hendrosari meraih gelar juara 2 nasional dalam pengelolaan sampah terpadu yang menarik perhatian tim panitia lomba dari Jakarta untuk mengunjungi desa tersebut. Pada kunjungan tersebut pihak BUMDes menyampaikan bahwa pada program TPST ini tidak bisa menghasilkan keuntungan karena biaya operasionalnya cukup besar. Namun, Desa Hendrosari ini memiliki potensi yang tidak dimiliki oleh desa lain yakni banyaknya pohon siwalan atau lontar yang tumbuh membentang dengan kisaran 3.600 pohon hingga desa ini dapat memproduksi minuman dari buah siwalan yang biasa disebut legen. Setelah kunjungan, tim panitia dari Jakarta menyarankan kepada Kepala Desa Hendrosari agar mengajukan proposal pembangunan tempat wisata ke Menteri Desa, PDTT.

Pemerintah desa dan BUMDes bekerja sama untuk membuat dan mengajukan proposal yang disarankan. Proposal tersebut akhirnya disetujui oleh Menteri Desa, PDTT pada bulan September 2019. Desa Hendrosari mendapat dana sebesar Rp 1,3 Miliar dari pemerintah untuk membangun destinasi Wisata Lontar Sewu.

Pembukaan resmi Edu Wisata Lontar Sewu dilakukan oleh Bapak Abdul Halim Iskandar, yang menjabat sebagai Menteri Desa Pembangunan, PDTT pada tanggal 09 Februari 2020 dengan mengundang warga setempat untuk memeriahkan. Dalam mempromosikan wisata tersebut, warga setempat maupun pengunjung yang datang diarahkan untuk mengabadikan *moment* pembukaan wisata dan memposting di media sosial masing-masing. Tidak hanya itu, pihak pengelola wisata juga menggunakan media sosial sebagai media promosi yakni melalui Instagram. Wisata ini telah membangun kehadiran yang kuat di platform Instagram, dengan memposting konten-konten menarik dan berkonsep serta memanfaatkan ulasan dari pengunjung sebagai promosi.

Dahulu Edu Wisata Lontar Sewu ini masih menggunakan strategi komunikasi pemasaran secara konvensional yakni dari mulut ke mulut. Berdasarkan keterangan dari Aristoteles selaku Kepala BUMDes Desa Hendrosari, wisata ini menggunakan kereta kelinci (Transportasi untuk wisata) sebagai sarana pemasaran. Dimulai dari beberapa sopir kereta kelinci (Transportasi untuk wisata) mengajak masyarakat di sejumlah tempat utamanya daerah Gresik dan Surabaya untuk pergi berwisata di Edu Wisata Lontar Sewu yang akhirnya banyak masyarakat luar mengetahui wisata tersebut. Namun, pihak pengelola wisata juga menyadari bahwa saat ini perkembangan zaman semakin maju utamanya pada

penggunaan media sosial. Edu Wisata Lontar Sewu telah memiliki akun Instagram sejak tahun 2019 dan merupakan akun media sosial pertama yang digunakan sebagai sarana promosi wisata tetapi belum dimanfaatkan secara optimal pada saat itu seperti, konten yang diposting belum cukup menarik atau beragam untuk menarik perhatian pengguna, belum memiliki konsep atau template sebagai bentuk identitas wisata, dan kurangnya dalam penggunaan fitur-fitur Instagram. Setelah menyadari bahwa pentingnya media bagi sarana pemasaran, Edu Wisata Lontar Sewu mulai merancang promosi yang efisien di media sosial.

Kabupaten Gresik juga memiliki sejumlah objek wisata lain yang berdampingan dengan Edu Wisata Lontar Sewu. Seperti yang disebutkan oleh (Aslamiyah, n.d.), di Kabupaten Gresik terdapat Wisata Alam Gosari (WAGOS) dan Wisata Selo Tirto Giri (SETIGI), sehingga diperlukan promosi yang unggul sebagai *positioning* antara Desa Wisata tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya mengidentifikasi keunggulan dan daya tarik yang dimiliki oleh Edu Wisata Lontar Sewu serta merancang promosi yang mampu menarik pengunjung dan mengatasi *positioning* dengan destinasi wisata lainnya di daerah tersebut.

Edu Wisata Lontar Sewu memiliki akun Instagram dengan nama @explore\_lontarsewu, akun tersebut memiliki 18,100 ribu pengikut. Akun media sosial tersebut berperan aktif dalam memperkenalkan dan mempromosikan objek wisata tersebut kepada masyarakat luas. Akun Instagram ini mengunggah berbagai foto dan video yang menampilkan keindahan, keunikan, dan keseruan yang ditawarkan oleh Edu Wisata Lontar Sewu. Selain itu, akun Instagram ini juga

memberikan informasi tentang harga tiket, jam operasional, rute, dan kontak yang dapat dihubungi oleh calon pengunjung.



Gambar 1.1 Akun Instagram Edu Wisata Lontar Sewu  
(Sumber: Dokumen Peneliti)

Pada tahun 2020, Edu Wisata Lontar Sewu mengalami dampak dari pandemi virus Covid-19. Tidak hanya di Indonesia, berbagai negara juga terimbas pandemi virus Covid-19 yang berawal dari Kota Wuhan di China. Dampak pandemi Covid-19 telah melumpuhkan sejumlah sektor termasuk sektor industri pariwisata, dengan berdampak signifikan pada operasi dan kunjungan. Pemerintah telah mengimplementasikan serangkaian kebijakan untuk mengendalikan penyebaran virus Covid-19. Berdasarkan dari postingan akun Instagram @explore\_lontarsewu, wisata ini menerima surat edaran dari sekretaris daerah Kabupaten Gresik tentang Peningkatan Kewaspadaan Terhadap Virus Covid-19. Sehubungan dengan surat tersebut dan uraian penjelasan mengenai kebijakan pemerintah yang di tetapkan, wisata ini untuk sementara waktu tidak beroperasi.

Setelah penyebaran virus Covid-19 mengalami penurunan, pemerintah menerapkan kebijakan *New Normal*. Era *New Normal* ini dimulai pada tahun 2021

yang pada saat itu berbagai sektor industri pariwisata mulai dibuka kembali dengan memperhatikan protokol kesehatan. Edu Wisata Lontar Sewu adalah salah satu destinasi wisata yang dapat bertahan dan beradaptasi dengan baik selama pandemi Covid-19. Wisata ini menunjukkan bahwa pengelolaannya yang responsif terhadap situasi pandemi telah membantu kelangsungan operasionalnya saat memasuki era *New Normal*.

Akun Instagram @explore\_lontarsewu mulai aktif kembali dalam melakukan promosi, berbagai upaya inovatif pengelola akun Instagram Edu Wisata Lontar Sewu menciptakan postingan atau konten kreatif dalam bentuk foto dan video yang menarik dan memiliki konsep yang baik. Menurut Aristoteles selaku pengelola mengungkapkan bahwa terjadi lonjakan pengunjung pada tahun 2021 dengan promosi yang dilakukan melalui media sosial terutama pada Instagram. Prasetijowati dan Sari, (2022) dalam jurnalnya menunjukkan Edu Wisata Lontar Sewu memiliki total pengunjung sebanyak 160.516 pada tahun 2020 dan pada tahun 2021 memiliki lonjakan dengan total pengunjung 282.660.

Pada era ini media sosial semakin mendominasi interaksi *online*, penting bagi para peneliti untuk memahami peran dan strategi yang baik dalam memanfaatkannya sebagai alat promosi, terutama dalam konteks industri pariwisata. Penelitian ini merupakan upaya untuk mengeksplorasi perencanaan pembuatan konten yang diterapkan oleh Edu Wisata Lontar Sewu melalui media sosial Instagram sebagai media promosi. Dengan menerapkan teori *The Circular Model of SoMe* yang dikembangkan oleh Regina Luttrell (2015), yang terdiri dari empat langkah yakni *share, optimize, manage, dan engage*, peneliti dapat lebih

memahami bagaimana akun Instagram @explore\_lontarsewu menyebarkan konten yang relevan, menarik, dapat meningkatkan kinerja ataupun kualitas konten, mengelola tanggapan dan umpan balik dari pengikut, serta membangun hubungan yang kokoh dan berkelanjutan dengan audiens.

Meski telah banyak penelitian mengenai strategi promosi pariwisata dalam media sosial Instagram, namun penelitian yang secara khusus mengeksplorasi penggunaan media sosial Instagram dalam merencanakan pembuatan konten untuk promosi objek wisata tertentu, seperti Edu Wisata Lontar Sewu masih jarang ditemukan. Meskipun terdapat penelitian terdahulu yang memperhatikan strategi komunikasi pemasaran objek wisata melalui Instagram, penelitian ini berfokus pada penelitian di bidang pariwisata yang berbeda, lokasi yang berbeda, dan menggunakan kerangka teoritis yang berbeda pula. Selain itu, penelitian sebelumnya lebih menekankan pada strategi komunikasi pemasaran secara umum, sedangkan penelitian ini akan lebih difokuskan pada strategi promosi dari konten khususnya untuk Edu Wisata Lontar Sewu melalui media sosial Instagram. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengisi kesenjangan pengetahuan dengan memberikan wawasan baru tentang bagaimana penggunaan media sosial Instagram dapat dioptimalkan dalam strategi konten promosi untuk destinasi desa wisata seperti Edu Wisata Lontar Sewu.

Melalui penelitian ini akan dipahami sejauh mana penggunaan Instagram digunakan sebagai media promosi destinasi wisata tersebut. Dengan memahami strategi promosi di media sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga. Hasil dari penelitian ini diharapkan tidak hanya

memberikan manfaat bagi destinasi wisata tersebut dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka, tetapi juga dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman industri pariwisata secara lebih luas mengenai pentingnya media sosial sebagai alat pemasaran yang unggul dalam era *digital* ini. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi Edu Wisata Lontar Sewu menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Strategi Promosi Edu Wisata Lontar Sewu Melalui Media Sosial Instagram”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan yang diuraikan dalam latar belakang sebelumnya, rumusan masalah utama penelitian ini adalah “Bagaimana strategi promosi Edu Wisata Lontar Sewu melalui media sosial Instagram?”

## **1.3 Tujuan**

Dengan merujuk pada permasalahan yang telah dirumuskan dan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menjelaskan strategi promosi yang telah digunakan oleh akun Instagram Edu Wisata Lontar Sewu.

## **1.4 Manfaat**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan akan menyumbangkan pada pengembangan teori dalam bidang promosi melalui media sosial terutama di platform Instagram. Dengan menganalisis strategi promosi yang dipakai oleh akun Instagram Edu Wisata Lontar Sewu.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pada literatur akademik mengenai penerapan model komunikasi dalam konteks media sosial.
- c. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti dan akademisi untuk memperdalam pemahaman mengenai bagaimana strategi komunikasi pemasaran dapat memberikan sumbangan pada promosi destinasi wisata pada era digital.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Selain itu, secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang dapat digunakan oleh pihak pengelola Edu Wisata Lontar Sewu untuk memperbaiki dan menyesuaikan strategi promosi di media sosial.
- b. Memberikan panduan praktis mengenai bagaimana Instagram dapat bekerja secara optimal sebagai media promosi.

- c. Penelitian ini juga dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat pada pengembangan dan promosi destinasi wisata melalui media sosial.