

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata Indonesia mulai bangkit setelah sempat mengalami keterpurukan akibat adanya pandemic COVID-19. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Menurut data dari BPS (2023), pada tahun 2022 jumlah wisatawan mancanegara perlahan meningkat dengan jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 5.889.031 kunjungan. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, angka kunjungan tersebut sangat jauh berbeda dimana pada tahun 2021 kunjungan wisatawan mancanegara hanya mencapai 1.557.530 kunjungan. Jumlah perjalanan wisatawan nusantara pun ikut terdampak dan mengalami peningkatan. Pada tahun 2021, jumlah perjalanan wisatawan nusantara hanya terdapat 613,30 juta perjalanan dan meningkat ditahun 2022 yang mencapai 734,86 juta perjalanan. Peningkatan jumlah perjalanan wisatawan nusantara tersebut disebabkan oleh semakin menurunnya penyebaran COVID-19 di Indonesia (BPS, 2023).

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi (Kemenparekraf) mulai menerapkan strategi dalam mempromosikan beragam destinasi dan potensi pariwisata melalui *digital tourism* yang dilakukan diberbagai *platform* guna terus mempertahankan jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia. *Digital tourism* ini berperan dalam

memperkenalkan dan menyebarluaskan pesona keindahan pariwisata Indonesia. Promosi pariwisata melalui *digital* dapat dilakukan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi. Menurut Arofah dan Achsa (2022) dalam (Yaldi & Mareta, 2022), berkembangnya teknologi pada sektor pariwisata mampu merubah kebiasaan masyarakat yang biasanya membeli barang untuk gaya mulai beralih ke daya tarik wisata. Retnasary dkk (2019) dalam (Yaldi & Mareta, 2022) menambahkan bahwa berkunjung ke suatu daya tarik wisata menjadi tren kekinian bagi seseorang dengan mempertimbangkan rekomendasi dari para wisatawan sebelumnya yang mengunggah konten di media *digital*.

Pemanfaatan teknologi komunikasi dan media dapat mempermudah destinasi wisata dalam memberikan informasi mengenai berbagai daya tarik wisata alam, sejarah, budaya, agama, kuliner, dan *MICE (Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition)*. Menurut Widastuti (2020) dalam (Yaldi & Mareta, 2022), media sosial menjadi *platform* yang bisa menciptakan globalisasi dengan pengedaran informasi yang sangat kuat.

Menurut Nasrullah (2015) dalam Puspitarini & Nuraeni (2019) media sosial merupakan media di internet yang dapat membebaskan penggunanya untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, serta membangun relasi secara virtual. Penggunaan media sosial bertujuan agar suatu destinasi dan daya tarik wisata bisa dikenalkan dan diingat sehingga bisa menjadi bahan pembicaraan calon wisatawan yang akan berkunjung.

Menurut Dewi (2022) dalam Yudiastha & Mijiarto (2023), melalui media sosial wisatawan dapat membagikan berbagai pengalamannya saat mengunjungi sebuah destinasi. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyampaikan bahwa media sosial mempunyai kontribusi yang cukup besar untuk mempromosikan destinasi pariwisata di Indonesia menjadi lebih populer. Media sosial dapat menghubungkan calon wisatawan dan wisatawan yang pernah berkunjung di suatu destinasi wisata untuk saling berbagi informasi dan pengalaman (Dewi, Angligan, & Mahardika, 2023). Selain itu, Sandiaga Salahuddin Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengatakan bahwa media sosial berperan penting dalam menyebarkan informasi secara cepat ke publik (Hendriyani, 2023). Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Salahuddin Uno juga memberikan dukungan agar para *content creator* di media sosial dapat membuat berbagai konten yang kreatif dan menarik dalam mempromosikan pariwisata di Indonesia (Hendriyani, 2023).

Puspitarini dan Nuraeni (2019) dalam (Yaldi & Mareta, 2022) menyebutkan media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, dan X menjadi media *digital* yang sering digunakan. Instagram menjadi salah satu *platform* media sosial yang populer bagi masyarakat Indonesia. Berdasarkan data dari *wearesocial.com* (2023), pada Januari 2023 Instagram menjadi *platform* kedua yang banyak digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 85.6%. Selain itu, *platform* ini juga menjadi media sosial favorit kedua setelah WhatsApp dengan persentase 18.2%. Menurut Sukoco dalam (Soleha, Susanti, & Jailani, 2023), melalui Instagram wisatawan dapat

membagikan foto atau video keseruannya saat berlibur di suatu daya tarik wisata sehingga membuat pengguna lain penasaran dan ingin berkunjung ke daya tarik wisata tersebut. Selaras dengan pernyataan tersebut, Kemenparekraf menyampaikan bahwa spot foto yang *instagramable* mampu menjadi daya tarik tersendiri dalam menarik wisatawan untuk berkunjung. Tak hanya itu, daya tarik wisata juga dapat memanfaatkannya sebagai sarana promosi dengan mengunggah konten yang memuat beragam informasi.

Salah satu provinsi di Indonesia yang telah aktif dalam memasarkan dan mempromosikan destinasi dan daya tarik wisatanya ialah Provinsi Jawa Timur. Hal ini terlihat dari prestasi yang telah diraih oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur pada sektor pemasaran yang mendapatkan tiga penghargaan sekaligus dalam lomba video kreatif Bangsa Berwisata di Indonesia Aja (BBWI) 2023 di kategori provinsi. Adapun ketiga prestasi tersebut antara lain posisi pertama untuk tema Destinasi Wisata, posisi pertama untuk tema *event* daerah, dan posisi ketiga untuk tema kuliner. Selain itu, Jawa Timur mendominasi dalam memperoleh penghargaan Apresiasi Pemasaran Pariwisata Indonesia (APPI) 2023. Menurut Gubernur Provinsi Jawa Timur, Khofifah Indar Parawansa, penghargaan tersebut dapat dijadikan sebagai bukti bahwa pentingnya melakukan promosi pariwisata lokal.

Jawa Timur memiliki beragam pesona wisata mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata kuliner, wisata edukasi, wisata *heritage*, hingga wisata buatan. Menurut Khofifah Indar Parawansa selaku Gubernur Jawa Timur menyampaikan, keberagaman

pesona wisata tersebut mampu menarik wisatawan untuk berkunjung (Zahro, 2024). Beberapa daya tarik wisatanya antara lain Taman Nasional Baluran, Gunung Bromo, Tugu Pahlawan, Jatim Park, Taman Safari Prigen, dan sebagainya. Menurut data BPS (2023), Provinsi Jawa Timur berhasil menduduki posisi pertama sebagai daerah tujuan utama perjalanan wisatawan nusantara pada bulan Januari hingga September 2023 dengan jumlah persentase sebanyak 25,61%. Gubernur Provinsi Jawa Timur, Khofifah Indar Parawansa menyampaikan bahwa Jawa Timur mempunyai berbagai destinasi wisata kelas dunia yang tidak ada di negara lain, seperti keindahan Kawah Ijen, Gunung Bromo, serta Pulau Gili Iyang. Khofifah Indah Parawansa selaku Gubernur Provinsi Jawa Timur juga mengajak masyarakat untuk mengeksplorasi keseruan berwisata di Jawa Timur.

Kota Surabaya sebagai salah satu dari sembilan kota di Jawa Timur berhasil menduduki peringkat pertama sebagai daerah tujuan utama pada perjalanan wisatawan nusantara (BPS, 2023). Kota Pahlawan yang sekaligus menjadi ibukota provinsi Jawa Timur ini mempunyai berbagai daya tarik wisata yang mampu memikat wisatawan untuk berkunjung. Salah satu jenis daya tarik wisata yang terkenal ialah wisata *heritage*. Wisata *heritage* adalah wisata yang menggunakan warisan sejarah sebagai daya tarik wisata (Putra & Dwijendra, 2022). Sementara itu, *World Tourism Organization* (2003) dalam Putra & Dwijendra (2022) menyatakan bahwa wisata *heritage* merupakan aktivitas yang dilakukan untuk menikmati sejarah, alam, peninggalan budaya manusia, kesenian, filosofi, dan adat dari daerah lainnya.

Salah satu daya tarik wisata *heritage* di Surabaya yakni Kampung *Heritage* Peneleh. Kampung *Heritage* Peneleh merupakan kawasan wisata yang didalamnya terdapat beragam atraksi wisata sejarah. Sebelum diresmikan sebagai Kampung *Heritage* Peneleh, Kampung Peneleh merupakan area perkampungan biasa. Namun pada tahun 2018, Komunitas sejarah dan *heritage* Begandring Soerabaia menemukan potensi Kampung Peneleh sebagai wisata *heritage* (Nurany, Fitriawardhani, Fasya, Wahyuni, & Damianty, 2023). Komunitas Begandring Soerabaia merupakan komunitas perkumpulan masyarakat Surabaya yang tertarik pada budaya, sejarah, sosial, dan cagar budaya. Komunitas ini bertujuan untuk turut serta dalam melestarikan cagar budaya serta kebudayaanya.

Potensi wisata *heritage* di Kampung Peneleh dapat dilihat dari penemuan Prasasti Canggal atau Trowulan 1 tahun 1280 saka atau 1358 Masehi yang menyatakan bahwa Surabaya tertulis dalam bahasa Jawa kuno dengan kata Curabhaya. Prasasti tersebut berbentuk lempeng tembaga yang dikeluarkan oleh Raja Majapahit Hayam Wuruk. Prasasti Canggal merupakan tanda awal munculnya nama Curabhaya sebagai desa yang berada di tepi sungai dari Bengawan Brantas (Manumoyoso, 2023). Dalam prasasti tersebut disebutkan bahwa Curabhaya terletak di hilir atau sebelah Utara Kampung Gsang yang saat ini dikenal sebagai Pagesangan dan Bkul yang saat ini Bungkul. Dari kampung tersebut yang hingga saat ini terdapat penemuan arkeologi masa Majapahit hanya berada di Kelurahan Peneleh tepatnya di wilayah Pandean.

Selanjutnya ditemukan pula bukti potensi lain seperti adanya Sumur Jobong di era Majapahit yang diketahui berasal dari tahun 1430, Makam Eropa abad era kolonial, rumah H.O.S Tjokroaminoto, rumah lahir Bung Karno abad pergerakan, Masjid Jami era Majapahit dan Jembatan Peneleh. Begandring Soerabaia menyampaikan penemuan – penemuan sejarah di Kampung Peneleh kepada Eri Cahyadi yang saat itu masih menjabat sebagai Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Kota (Bappeko) Surabaya. Kemudian, Pemerintah Kota Surabaya merancang Kampung Peneleh menjadi daya tarik wisata (Hermawan, 2023).

Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya mengemas Kampung Peneleh menjadi daya tarik wisata agar masyarakat dapat berkunjung secara langsung untuk mengetahui sejarahnya. Kampung Peneleh ini telah diresmikan sebagai daya tarik wisata melalui Festival Peneleh yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya, Bank Indonesia, dan Komunitas Begandring Soerabaia. Festival tersebut berlangsung selama dua hari dimulai pada 7 Juli 2023 hingga 8 Juli 2023. Peresmian Kampung Peneleh menjadi Kampung *Heritage* Peneleh dilakukan pada 8 Juli 2023. Peresmian ini bersamaan pula dengan rute perahu susur Sungai Kalimas yang diperpanjang dari Taman Prestasi hingga menuju Kampung *Heritage* Peneleh.

Festival Peneleh dihadiri oleh Eri Cahyadi selaku Wali Kota Surabaya, Doddy Zulverdi Kepala Kantor Perwakilan (KPw) Bank Indonesia Jawa Timur, Adi Sutarwijono selaku Ketua DPRD Surabaya dan jajarannya, Komunitas Begandring Soerabaia, serta warga Peneleh dan Surabaya. Eri Cahyadi selaku Wali Kota Surabaya

dalam sambutannya menyebutkan latar belakang Kampung Peneleh ditetapkan sebagai kampung wisata sejarah. Ia mengungkapkan bahwa Peneleh merupakan situs yang memuat sejarah kebangsaan dan politik Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari adanya rumah H.O.S Tjokroaminoto dan Bung Karno. Situs ini dapat dijadikan semangat bagi pemuda Indonesia sebagai generasi penerus bangsa.

Kemudian, Nanang Purwono yang pada saat itu merupakan Ketua Komunitas Begandring Soerabaia menyampaikan bahwa Kampung Peneleh merupakan cikal bakal nasionalisme Bangsa Indonesia yang melahirkan para tokoh perintis kemerdekaan. Sementara itu, Warga Peneleh dan Surabaya yang datang dalam acara ini dapat menikmati beragam rangkaian acara seperti pagelaran patrol, keroncong, *story telling* Soekarno, tari reog, pemutaran film dokumenter Koesno, dan Peneleh *Heritage Track*. Terdapat pula pasar rakyat dari UMKM warga Peneleh yang menjual aneka makanan tradisional khas Peneleh dan Surabaya.

Pada setiap atraksi wisata di Kampung *Heritage* Peneleh, menyimpan cerita dan sejarahnya masing – masing yang dapat dijadikan sarana edukasi oleh wisatawan yang berkunjung. Selain menyajikan sejarah dari setiap atraksi, wisatawan juga dapat melakukan berbagai aktivitas wisata lainnya seperti bersantai di kedai kopi Lodji Besar dan berswafoto pada spot foto yang tersedia. Kampung *Heritage* Peneleh mempunyai spot foto bagus yang bisa diunggah di Instagram (*instagrammable*) untuk mengabadikan momen bersama keluarga atau rekan lainnya. Wisatawan pun dapat mengunjungi Kampung *Heritage* Peneleh secara gratis atau tanpa dipungut biaya.

Setelah diresmikan, Kampung *Heritage* Peneleh dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (pokdarwis) Kampung *Heritage* Peneleh dan berkolaborasi dengan Komunitas Begandring Soerabaia. Diresmikannya Kampung *Heritage* Peneleh sebagai daya tarik wisata baru, membutuhkan promosi agar semakin banyak yang mengetahui wisata *heritage* ini. Begandring Soerabaia mulai mengenalkan Kampung *Heritage* Peneleh melalui media sosial Instagram. Komunitas ini secara konsisten membagikan konten – konten mengenai Kampung *Heritage* Peneleh melalui konten foto dan video di media sosial Instagram melalui akun @begandringsoerabaia. Nugraha & Hardiyanto (2022) dalam Yudhiasta & Mijiarto (2023) menyampaikan bahwa destinasi wisata yang memanfaatkan media sosial dan mengunggah konten secara konsisten, tepat waktu, mampu menyampaikan informasi dengan baik, dan mempunyai desain konten yang menarik dapat membentuk citra sebuah destinasi dan atraksi. Konten foto dan video yang diunggah oleh akun @begandringsoerabaia memuat edukasi seputar sejarah dari Kampung *Heritage* Peneleh, Pemuda Peneleh *series*, serta keseruan dari wisatawan yang mengunjungi Kampung *Heritage* Peneleh.

Kunjungan wisata yang dilakukan oleh Begandring Soerabaia bersama wisatawan merupakan kegiatan dari Surabaya *urban track* atau *subtrack*. Surabaya *Urban Track* atau *Subtrack* merupakan bagian dari Begandring Soerabaia pada bidang agen wisata sejarah. *Subtrack* menyediakan paket *tour* untuk berwisata dan menjelajahi beragam tempat bersejarah di Surabaya termasuk pada Kampung *Heritage* Peneleh. Begandring Soerabaia memanfaatkan media sosial Instagram sebagai wadah untuk

mengunggah pembukaan pendaftaran *Subtrack*. Kuota yang tersedia pada setiap pendaftaran ialah sebanyak 35 orang. Peserta yang telah mendaftarkan diri di *Subtrack* akan diajak berkeliling dan dipandu oleh *tour guide* dan tim Begandring Soerabaia. Selain melalui *Subtrack*, Begandring Soerabaia juga mendapatkan kunjungan kolektif ke Kampung *Heritage* Peneleh dalam rangka wisata edukasi dari beberapa instansi seperti sekolah dan universitas.

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kampung Heritage Peneleh Bersama Begandring Soerabaia

Waktu Pelaksanaan	Jumlah Kunjungan Wisatawan	Jenis Kegiatan
8 Juli 2023	50	<i>Subtrack</i> Festival Peneleh
17 Oktober 2023	35	<i>Subtrack</i> Kampung <i>Heritage</i> Peneleh Batch I
19 Oktober 2023	35	<i>Subtrack</i> Kampung <i>Heritage</i> Peneleh Batch II
5 Desember 2023	50	Kunjungan kolektif Masa Depan Cerah <i>Senior High School</i>
14 Januari 2023	35	<i>Subtrack</i> Plampitan

Sumber : *Begandring Soerabaia, 2024*

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang mengunjungi Kampung *Heritage* Peneleh bersama Begandring Soerabaia melalui *Subtrack* dan kunjungan kolektif selalu memenuhi batas maksimal kuota yang disediakan. Hal ini memperlihatkan antusias tinggi para wisatawan untuk mengenal Kampung *Heritage* Peneleh. Informasi pendaftaran *Subtrack* yang diunggah melalui Instagram juga mampu menjangkau banyak orang. Keberadaan komunitas Begandring Soerabaia melalui keaktifannya dalam melaksanakan *Subtrack* dan mengunggah

konten di Instagram @begandringsoerabaia bisa menjadi sarana untuk mempromosikan Kampung *Heritage* Peneleh.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, adanya akun Instagram @begandringsoerabaia dapat membantu wisatawan yang akan berkunjung dalam memperoleh informasi seputar Kampung *Heritage* Peneleh. Konten yang disajikan juga bisa dijadikan sebagai edukasi untuk lebih mengetahui dan mengenal Kampung *Heritage* Peneleh. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI PARIWISATA DI KAMPUNG *HERITAGE* PENELEH.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang, rumusan masalah pada penelitian dalam penulisan skripsi ini ialah bagaimana pemanfaatan Instagram Begandring Soerabaia (@begandringsoerabaia) dalam mempromosikan wisata Kampung *Heritage* Peneleh ?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini ialah untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh Komunitas Sejarah dan *Heritage* Begandring Soerabaia dalam mempromosikan Kampung *Heritage* Peneleh melalui Instagram.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian yang dilakukan antara lain :

1. Untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram @begandringsoerabaia dalam mempromosikan Kampung *Heritage* Peneleh
2. Untuk mengenalkan Kampung *Heritage* Peneleh sebagai daya tarik wisata *heritage* yang baru melalui Instagram @begandringsoerabaia

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dapat menjadi sumber pengetahuan dan wawasan bagi para pembaca terkait promosi pariwisata melalui sosial media Instagram. Selain itu, hasil dari penelitian dapat digunakan sebagai salah satu referensi yang bagi penelitian berikutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dapat bermanfaat bagi pihak Kampung *Heritage* Peneleh dalam memaksimalkan promosi pariwisata melalui pengunggahan konten di Instagram