

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

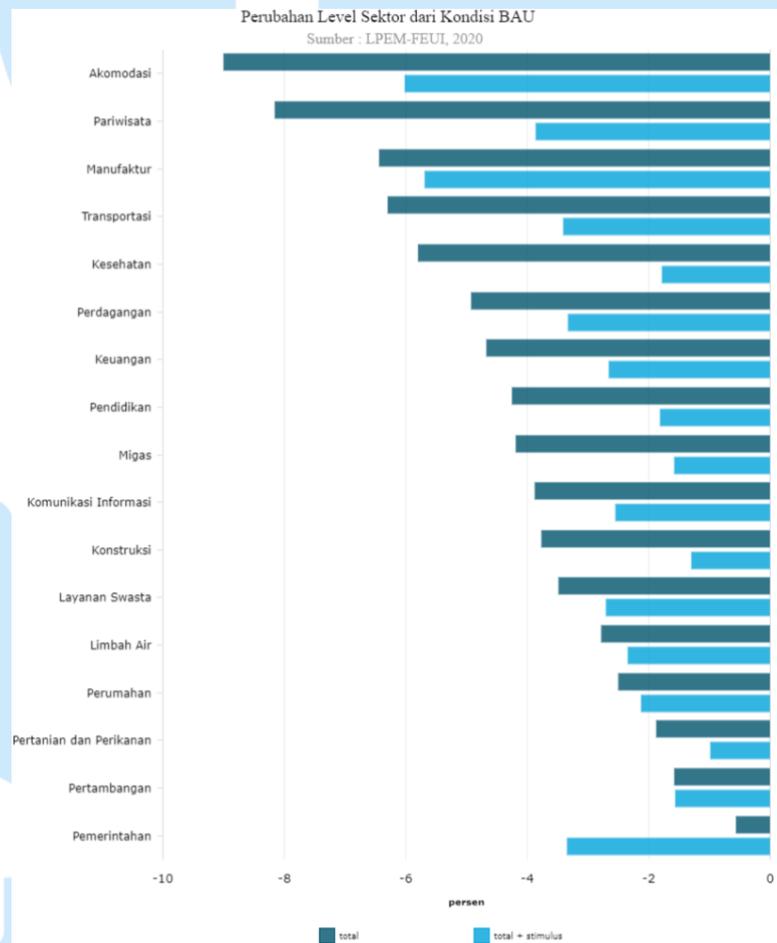
Indonesia merupakan negara yang identik dengan keanekaragaman alam, wilayah, dan budayanya. Apabila dimanfaatkan dengan baik, seluruhnya bisa dijadikan potensi pariwisata yang mengundang minat berkunjung baik wisatawan lokal maupun mancanegara untuk mendongkrak perekonomian negara (Sa'diya & Andriani, 2018). Hal ini semakin diperkuat oleh data Katadata.co.id yang menyebutkan bahwa pendapatan devisa Indonesia dari sektor pariwisata menunjukkan kestabilan dan bahkan peningkatan dari tahun 2009-2019. Peningkatan kualitas dan akses ke destinasi wisata, peningkatan atraksi yang terintegrasi, dan penguatan data serta informasi terkait, ditengarai menjadi beberapa alasan di balik terus meningkatnya jumlah pendapatan ini (Katadata.co.id, 2018).



 
Gambar 1. 1 Pendapatan Devisa Indonesia dari Sektor Pariwisata (2009-2019)

Sumber: Katadata.co.id (2018)

Sayangnya, pertumbuhan sektor pariwisata melambat pada tahun 2020 sehubungan dengan situasi pandemi COVID-19 yang menimpa dunia, termasuk Indonesia. Perjalanan dengan alasan wisata dan aktivitas berbagai moda transportasi, seperti pesawat, kereta api, serta bus sempat terhenti untuk menghentikan penyebaran virus COVID-19. Dikutip dari Katadata.co.id, sektor pariwisata menjadi sektor kedua yang paling serius terdampak akibat kondisi pandemi, selain beberapa bagian lainnya, seperti akomodasi, manufaktur, transportasi, dan sebagainya (Vania, 2020).

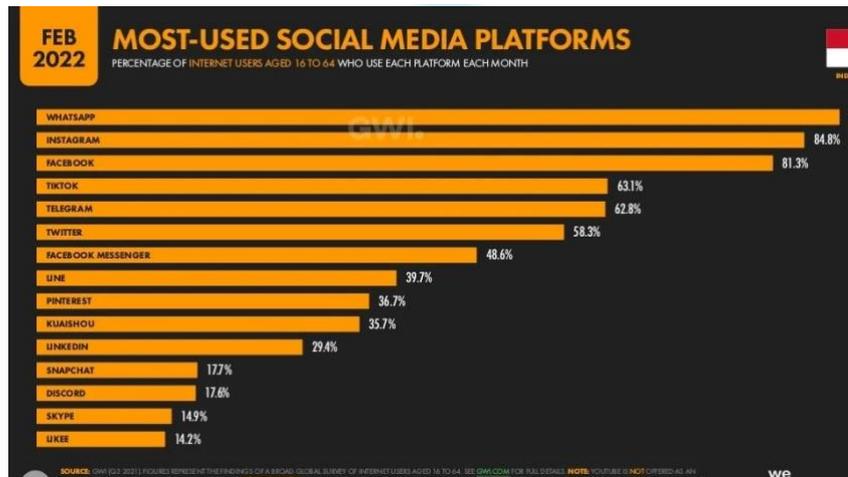


Gambar 1. 2 Perubahan Level Sektor dari Kondisi BAU

Sumber: Vania (2020)

Berbagai cara pun dilakukan oleh berbagai kota di Indonesia untuk mengembalikan angka minat berkunjung wisatawan yang sempat menurun, minat kunjung merupakan suatu kecendrungan hati individu pada sesuatu objek yang adanya timbul perasaan senang dan adanya ketertarikan dan keinginan untuk terlibat didalam suatu aktifitas tersebut. salah satunya dengan mengadakan *event* yang dapat menarik perhatian mereka. Menurut (Noor, 2013) *event* adalah suatu rangkaian acara untuk merayakan hal-hal penting dalam kehidupan kita secara personal atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, atau agama yang dibuat dalam suatu tujuan, melibatkan lingkungan, dan dilaksanakan dalam periode waktu tertentu. Acara ini tergolong unik karena merupakan gabungan antara olahraga sambil berwisata di kota-kota-kota tujuan wisata prioritas di Indonesia, hasil kerja sama antara PT Amerta Indah Otsuka dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Acara dibuat dengan tujuan menggerakkan perekonomian beberapa kota tempat dilaksanakannya acara sebagai destinasi wisata dan ke depannya mendorong penikmat olahraga untuk menikmati wisata dalam negeri. (Permatasari, 2022).

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1. 3 Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai di Indonesia
 Sumber: Riyanto (2022)



Gambar 1. 4 Instagram @pocarisportid
 Sumber: Instagram (2022)

Tidak hanya itu, *event Pocari Sweat Sport (Run) Tourism 2022* juga berbeda karena fokus menggunakan media sosial Instagram sebagai ajang media promosi

dari acara tersebut agar sebanyak mungkin orang mengetahui pelaksanaan acara dan tertarik untuk mengikutinya. Instagram dipilih karena dikutip dari Hootsuite.com, Instagram merupakan *platform* dengan pengguna kedua yang paling banyak digunakan di Indonesia per Februari 2022 dengan persentase penggunaan mencapai 84,8%. Persentase ini menunjukkan bahwa Instagram punya potensi dengan jumlah pengguna aktifnya yang banyak dan bisa disasar oleh akun Instagram resmi *event* Pocari Sweat Sport (Run) Tourism 2022. Hingga saat ini, akun Instagram @pocarisportid memiliki total 68.900 pengikut dan 522 konten. Oleh karenanya, topik pengaruh konten Instagram acara ini dengan *username* @pocarisportid terhadap minat kunjung wisatawan menjadi menarik untuk dibahas dengan menggunakan paradigma penelitian post-postivistik, jenis penelitian kuantitatif, dan sifat penelitian eksplanatif. Penulis ingin mengetahui apakah promosi *event* terkait dengan menggunakan konten yang dibuat di Instagram berhasil dalam menarik minat kunjung wisatawan yang secara tidak langsung bisa memulihkan angka kunjung wisatawan ke kota-kota berlangsungnya *event*. Jika berhasil, berbagai *event* lain dapat coba mengikuti jejak *event* ini dan fokus memakai Instagram sebagai media promosi *event* mereka yang utama.

1.2 Rumusan Masalah

Berbagai kota tujuan wisata di Indonesia berusaha keras untuk mengembalikan sektor pariwisata yang sempat terpuruk akibat pandemi COVID-19. Berbagai langkah ditempuh untuk melakukannya, salah satunya dengan pengadaan banyak *event* yang dipromosikan lewat konten di media sosial Instagram, di antaranya Pocari Sweat Sport (Run) Tourism 2022. Konten Instagram @pocarisweatid diharapkan dapat memengaruhi minat kunjung wisatawan ke berbagai kota tersebut. Penelitian akan mengkaji bagaimana pengaruh konten Instagram @pocarisweatid terhadap minat kunjung wisatawan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, terlihat terdapat beberapa pertanyaan yang peneliti telusuri lebih lanjut agar mendapatkan jawaban:

1. Bagaimana pengaruh konten instagram @pocarisportid terhadap minat kunjung wisatawan?
2. Seberapa besar pengaruh konten instagram @pocarisportid terhadap minat kunjung wisatawan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian terbagi menjadi dua:

1. Mengetahui pengaruh konten instagram @pocarisportid terhadap minat kunjung wisatawan.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh konten instagram @pocarisportid terhadap minat kunjung wisatawan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.1.1 Kegunaan Akademis

Penelitian diharapkan mampu berkontribusi dengan membagikan karya deskriptif kuantitatif terkait konten Instagram @pocarisweatid terhadap minat kunjung wisatawan. Meskipun sudah cukup banyak penelitian yang membahas perihal keduanya terutama dari perspektif ilmu manajemen dan pariwisata, namun belum ada kajian komprehensif dalam ilmu komunikasi yang fokus membahas konten instagram dan minat kunjung dari sudut pandang komunikasi.

1.1.2 Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi memberikan jawaban dan pemaparan bagi siapa pun mengenai pengaruh konten Instagram @pocarisweatid terhadap minat kunjung wisatawan sehingga isu konten Instagram dan minat kunjung dapat semakin dipahami dengan baik.

1.1.3 Kegunaan Sosial

Penelitian diharapkan bisa memberikan kontribusi serta dapat dipakai berbagai pihak penggerak wisata berupa mempertimbangkan penggunaan Instagram sebagai media promosi dari *event* yang dijalankan.

1.1.4 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini terletak pada kesulitan saat memilih dan mendapatkan komunitas lari yang bersedia dijadikan sebagai sampel untuk membantu mengisi kuisisioner yang telah dibuat untuk penelitian ini, sebab sebelumnya penulis tidak pernah tergabung dalam komunitas sejenis atau mempunyai kenalan yang tergabung dalam komunitas lari.

