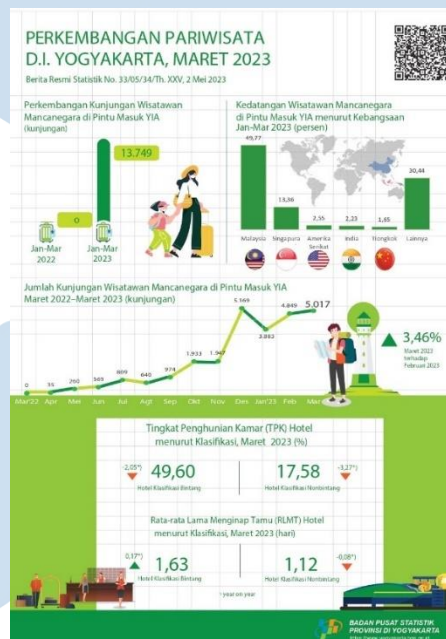


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wilayah Indonesia memiliki 17.504 pulau yang dilewati garis khatulistiwa, jajaran gunung berapi, dan keanekaragaman flora dan fauna. Kekayaan alam yang dimiliki Indonesia menjadikan potensi wisata alam Indonesia tidak ada habisnya dan tidak perlu diragukan lagi (Sendari, 2019). Wisata alam di Indonesia membawa modal besar bagi sektor pariwisata. Menurut UU No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisatan, pariwisata adalah salah satu tujuan pertumbuhan ekonomi, dan dengan potensi wisata yang luar biasa di negara ini, pariwisata adalah salah satu sektor strategis yang dapat membantu pertumbuhan ekonomi negara.



Gambar 1.1 Perkembangan Pariwisata DIY 2023

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (BPS, 2023)

Perkembangan destinasi di Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan angka pengunjung meningkat khususnya pengunjung mancanegara melalui Bandara Internasional Yogyakarta sebanyak 5.017 berwisata ke Daerah Istimewa Yogyakarta pada Maret 2023. Ditambah, hotel bintang sebesar 49.60% dan hotel

non bintang sebesar 17,58%. Pada bulan Maret 2023, jumlah kunjungan wisatawan asing ke Daerah Istimewa Yogyakarta meningkat 3,46% dari 4.849 pada bulan Februari 2023, menjadi 5.017.

Industri pariwisata diusung untuk meraup pemasukan negara, adanya lima program Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP) di Indonesia yaitu Candi Borobudur, Danau Toba, Likupang, Mandalika, dan Labuan Bajo. Upaya yang dilakukan dengan adanya program yaitu untuk menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara (CNN Indonesia, 2023). Selain menarik minat wisatawan untuk berkunjung, dengan adanya destinasi super prioritas, dapat menumbuhkan ekosistem ekonomi kreatif yang melibatkan warga setempat sebagai pemberdayaan masyarakat. Destinasi tidak hanya menyuguhkan pemandangan, akan tetapi bervariasi mulai dari tempat bersejarah, tempat balap, tempat satwa, dan keindahan alam (Kemenparekraf, 2021).

Salah satu kabupaten di Yogyakarta yaitu Kulon Progo yang berbatasan dengan Sleman dengan Candi Prambanan dan Bantul dengan Pantai Parangtritis. Kabupaten Kulon Progo menjadi salah satu tujuan bagi wisatawan baik dalam kota maupun luar kota. Didukung dengan kondisi geografis yang banyak dijumpai dan pada lereng gunung (perbukitan Menoreh) di bagian utara, perbukitan di bagian tengah, hingga dataran rendah di bagian selatan (BPS Kulon Progo, 2022).

Perbukitan menoreh merupakan salah satu dari tiga cagar biosfir di Indonesia yaitu Cagar Merapi Merbabu Menoreh yang merupakan ekosistem hutan pegunungan dan menjadi rumah bagi flora dan fauna yang terletak di Jawa. Cagar Biosfer Merapi Merbabu Menoreh dimanfaatkan untuk kegiatan ekologis dan bertanggung jawab seperti ekosistem dan pemanfaatan keanekaragaman hayati berkelanjutan. Potensi wisata Kabupaten Kulon Progo tersebar di seluruh wilayah dan terdiri dari bermacam-macam bentuk objek wisata. Bagian utara didominasi oleh objek wisata yang mengandalkan pemandangan dataran rendah yang dapat terlihat dari atas bukit, bagian tengah di dominasi objek wisata yang menyajikan objek foto dengan pemandangan Waduk Sermo, dan bagian selatan didominasi wisata pantai (KWRI UNESCO, 2020).

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisata Kabupaten Kulon Progo 2022

NO	Objek Wisata	Jumlah Kunjungan
1	Waduk Sermo	101.340
2	Pantai Trisik	13.284
3	Wisata Alam Tritis	2.329
4	Wisata Alam Nglingga	25.934
5	Kawasan Jatimulyo	41.793
6	Pantai Glagah	606.500
7	Kawasan Menoreh Barat	6.873
8	Goa Kiskendo	7.474
9	Pantai Congot	79.523
10	Puncak Suroloyo	9.461

Sumber: Website Satu Data Kulon Progo (2023)

Dapat dilihat pada tabel 1 menunjukkan data jumlah pengunjung wisata Kabupaten Kulon Progo pada 2022 yang memiliki jumlah pengunjung yang banyak dan tinggi untuk objek wisata dataran tinggi. Bisnis pariwisata Yogyakarta memiliki nilai yang beragam, mulai dari pelestarian seni dan budaya lokal hingga meningkatkan kecintaan terhadap alam. Salah satu objek wisata di Kabupaten Kulon Progo adalah objek wisata Tumpeng Menoreh (Prajarto & Purwaningtyas, 2021).



Gambar 1.2 Objek Wisata Tumpeng Menoreh

Sumber: Media Sosial @tumpengmenoreh

Pada wilayah kabupaten Kulon Progo, perbukitan Menoreh sangat berpotensi sebagai objek wisata yang saat ini sudah dijalankan dan menjadi objek wisata Tumpeng Menoreh. Akan tetapi, Tumpeng Menoreh belum banyak diketahui orang dan banyak orang yang kesulitan mengunjungi objek wisata karena akses yang kurang memadai dan sulit dijangkau. Maka dari itu, perlu adanya media sosial untuk menarik minat pengunjung dengan konten yang menarik serta informatif.

Tumpeng Menoreh merupakan restoran sekaligus objek wisata dengan nuansa alam yang dimiliki oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Akan tetapi, BUMDes bekerja sama dengan pihak ketiga yaitu Erix Soekamti selaku investor yang merupakan vokalis dari band Endank Soekamti. Beliau tidak bekerja sendiri, akan tetapi melibatkan masyarakat dan pemuda setempat yang dinamakan komunitas Gelangprojo. Gelangprojo dibentuk atas usulan masyarakat dari Desa Ngargoretno, Desa Nglinggo, dan Dusun Benowo yang menyatukan ide yang digunakan di wilayah atau desa tersebut. Komunitas Gelangprojo menjadi rumah atau wadah pemuda setempat dalam menggali potensi baru yang akan dikembangkan.

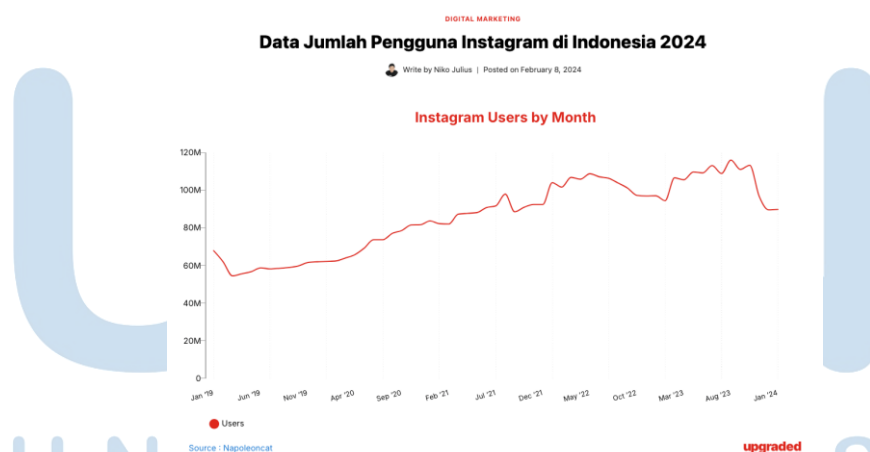
Tumpeng Menoreh memiliki unit lain di area restoran dan wisata yaitu Tumpeng Ayu, Glamping Menoreh, Villane Tumpeng, Tumpeng Coffee, serta memiliki wahana yang dapat menjadi hiburan dan edukasi yaitu Playland Menoreh dan Kereta Gantung. Wahana dan fasilitas tersebut akan terus berkembang dan akan melakukan penambahan fasilitas maupun wahana agar peminat atau pengunjung tumpeng menoreh stabil, tidak mengalami penurunan pasar. Akan tetapi, fokus pada penelitian ini pada media sosial @tumpengmenoreh yang merupakan akun utama dan pertama dari pengembangan wisata Tumpeng Menoreh.

Objek wisata Tumpeng Menoreh pertama kali dibuka pada 21 Mei 2021 yang disatukan pada tiga kabupaten yaitu Kulon Progo, Purworejo, dan Magelang. Wisata Tumpeng Menoreh menyajikan keindahan perbukitan hijau, serta udara sejuk didampingi empat gunung yaitu Gunung Merapi, Merbabu, Sindoro, dan Gunung Sumbing. Selain itu, masyarakat asli Kulon Progo memainkan peran

penting dalam mempertahankan adat istiadat dan kearifan lokal, terutama dalam menjaga sumber daya pariwisata.

Pariwisata sangat bergantung pada komunikasi dalam proses pertumbuhan dan berkelanjutan. Pemasaran destinasi wisata yang terpenting yaitu untuk memberi wisatawan informasi dan membantu wisatawan dalam memilih tujuan. Perkembangan teknologi informasi dan pesatnya kemajuan digital juga mempengaruhi proses pemasaran destinasi wisata (Prajarto & Fandia Purwaningtyas, 2021).

Instagram merupakan platform media sosial yang memiliki fitur beragam mulai dari insta story, feeds, reels, siaran langsung, dan lain sebagainya. Tidak hanya fitur yang beragam, instagram digunakan sebagai wadah informasi serta melakukan promosi suatu brand atau objek wisata. Ini tampaknya menjadi prioritas utama bagi wisatawan untuk mengambil gambar yang sedang viral di Instagram. Para pengelola wisata kemudian mengikuti tren ini dengan membuat tempat wisata mereka menjadi "Instagramable". Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Schofields Insurance menunjukkan bahwa Instagram adalah alasan mengapa generasi milenial lebih suka berlibur (Handayani & Adelvia, 2020).

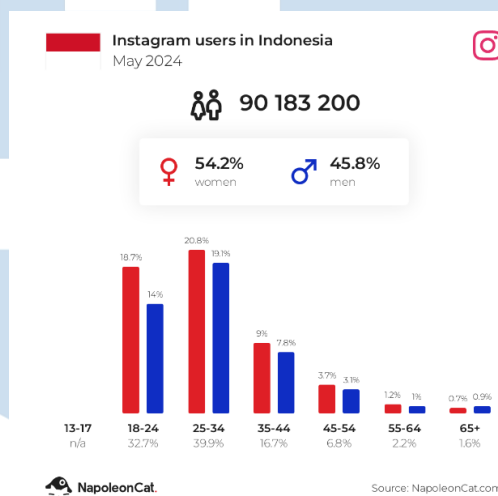


Gambar 1.3 Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024

Sumber: Website Upgraded (2024)

Instagram merupakan aplikasi populer di dunia per April 2023 hingga saat ini. Peningkatan pengguna dialami Instagram dari Januari 2019. Instagram telah berkembang menjadi fenomena global dengan miliaran pengguna aktif setiap bulan.

Berkat fitur-fitur inovatifnya, platform ini berhasil menciptakan pengalaman menarik dalam berbagi foto dan video bagi pengguna di seluruh dunia. Melalui Instagram, orang dapat mengunggah momen-momen penting dalam hidup mereka serta terhubung dengan teman, keluarga, dan merek terkenal. Selain itu, Instagram telah menjadi platform favorit bagi para influencer dan merek untuk membangun audiens serta mempromosikan produk atau layanan mereka. Melalui fitur seperti tagging dan hashtag, pengguna dapat meningkatkan visibilitas postingan mereka dan menjangkau audiens yang lebih luas (Julius, 2024).



Gambar 1.4 Data Pengguna Instagram Februari 2024

Sumber: Website NapoleonCat (2024)

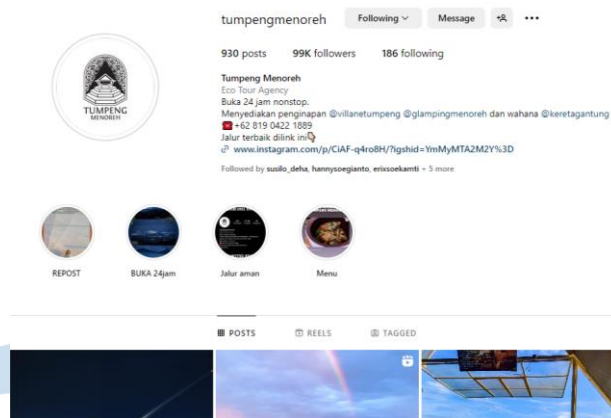
Jumlah pengguna Instagram pada mulai Mei 2024 sebesar 90.183.200 pengguna yang setara dengan 32% dari populasi total penduduk Indonesia. Mayoritas pengguna di Instagram adalah wanita dengan proporsi 54,2% dengan demografis umur pengguna Instagram di Indonesia yaitu umur 25 hingga 34 sebesar 36.000.000 orang. Selain itu, jumlah perbedaan berdasarkan gender pria dan wanita ada pada range umur 18 hingga 24, dimana wanita lebih banyak 12.600.000 orang (NapoleonCat., 2024).

Penggunaan media sosial berbasis internet sebagai sarana komunikasi dalam bidang pariwisata menjadi lebih fleksibel dan menguntungkan bagi semua pihak. Hal ini disebabkan oleh kemudahan penggunaan media sosial yang semakin diterima serta penerapannya yang luas karena tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Akibatnya, media sosial semakin diminati oleh calon pengguna maupun pengguna

tetapnya. Media sosial telah menjadi alat atau metode yang umum digunakan sebagai sarana komunikasi dan promosi (Lontoh et al., 2020).

Dalam melakukan pengembangan objek wisata Tumpeng Menoreh, pengelola melakukan kegiatan promosi melalui media sosial yaitu TikTok dan Instagram. Selain media sosial, dalam memperkenalkan objek wisata, adanya *word of mouth* karena Tumpeng Menoreh merupakan objek wisata di desa yang belum banyak orang ketahui dan wisata alam. *Word of Mounth* masih diterapkan hingga sekarang dan semakin maju dengan adanya media sosial salah satunya media sosial Instagram yang saat ini aktif digunakan oleh Tumpeng Menoreh.

Pengelola objek wisata Tumpeng Menoreh melakukan kegiatan promosi agar masyarakat baik dalam kota maupun luar kota dapat mengetahui keberadaan Tumpeng menoreh dan dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung, Kegiatan promosi yang dilakukan Tumpeng Menoreh melalui media sosial yaitu instagram dengan membuat konten yang sedang trend, aktif di media sosial, interaktif terhadap masyarakat. Dengan adanya kegiatan promosi melalui media sosial instagram, pihak pengelola merasa setelah melakukan promosi, objek wisata Tumpeng menoreh lebih dikenal oleh masyarakat.



Gambar 1.5 Akun Resmi Instagram Tumpeng Menoreh

Sumber: Media Sosial @tumpengmenoreh (2024)

Melalui media sosial Instagram @tumpengmenoreh. Pengelola media sosial tersebut digunakan dalam menarik dan mempersuasi dalam bentuk konten yang dibuat menarik, interaksi dengan pengikut, dan tidak hanya membuat konten secara

original, akan tetapi melakukan interaksi dengan pengunjung yang datang. Interaksi dengan pengunjung melalui *repost* konten yang telah dibuat oleh pengunjung yang diunggah di akun Instagram @tumpengmenoreh.

Dengan adanya penelitian ini, dapat mengetahui bagaimana Tumpeng Menoreh mengelola media sosial khususnya di Instagram pada suatu kegiatan promosi dalam menarik minat pengunjung Tumpeng Menoreh.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi media sosial Instagram @tumpengmenoreh yang selama ini dijalankan dalam menarik minat pengunjung objek wisata Tumpeng Menoreh?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Rumusan masalah yang dijelaskan, memunculkan sebuah pertanyaan penelitian. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu

1. Bagaimana strategi media sosial objek wisata Tumpeng Menoreh dalam menarik minat pengunjung

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi media sosial objek wisata Tumpeng Menoreh dalam menarik pengunjung.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan acuan bagi pelaku usaha yang melakukan pemasaran melalui media sosial dan menggunakan strategi media sosial yang kredibel dan memiliki konsep. Selain itu, temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk studi yang akan datang.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian yang dilakukan tentunya dapat memberikan sebuah pandangan baru dan menambah wawasan bagi objek wisata Tumpeng Menoreh tentang strategi media sosial dengan menggunakan konsep komunikasi untuk meningkatkan minat pengunjung baru dan menambah insight untuk media sosial yang sudah terbangun sebelumnya. Serta dapat meningkatkan unit baru pada destinasi yang dilakukan berdasarkan konsep komunikasi.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA