

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan salah satu negara tropis di dunia yang kaya akan sejarah dan sumber daya alamnya. Menurut Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (2021), dalam Potret Kebudayaan Indonesia, keadaan geografis Indonesia yang berupa hutan hujan tropis, gunung, pantai, dan juga lautan, serta keanekaragaman budaya merupakan modal dasar yang sangat potensial untuk dijadikan Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang terkenal di dunia . Keindahan alam dan keanekaragaman budaya ini menjadikan Indonesia sebagai negara yang terkenal dengan objek wisata, baik itu objek wisata alam maupun wisata budaya.

Selain itu, negara Indonesia juga termasuk negara maritim dengan pantai yang ada di setiap penjuru Indonesia. Pantai digunakan sebagai sarana rekreasi dan menjadi salah satu pendukung peningkatan perekonomian masyarakat pesisir. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021), dokumen strategi pengembangan pariwisata pantai yang diterbitkan pada tahun 2021 menjadi dasar bagi pemerintah dalam mengembangkan potensi wisata pantai . Melalui strategi ini, diharapkan dapat ditingkatkan pelayanan, fasilitas, dan pemasaran pada objek wisata pantai, sehingga mampu meningkatkan daya tarik wisatawan.

Kekayaan alam yang dimiliki sering dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sumber mata pencaharian dalam meningkatkan perekonomian sekitar . Pengelolaan tempat wisata, termasuk pelayanan, fasilitas, dan pemasaran, berperan penting dalam menarik wisatawan. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah merumuskan strategi tersebut sebagai upaya untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di sektor pariwisata pantai, serta memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian masyarakat pesisir di seluruh Indonesia .

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor .yang dapat diandalkan untuk memperoleh devisa negara. Pendapatan dari pariwisata telah menunjukkan kemajuan yang signifikan dan terus bertumbuh, sehingga membawa dampak yang tinggi bagi perekonomian di Indonesia. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara merupakan

indikator penting bagi pertumbuhan sektor pariwisata di Indonesia terkait dengan peningkatan devisa negara. Hal tersebut dikarenakan kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia bergerak lurus dengan permintaan atas barang dan jasa domestik yang berkaitan dengan sektor .pariwisata sehingga memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa Kegiatan pariwisata memiliki nilai ekonomi tinggi di Indonesia karena banyak mendatangkan penghasilan dari kedatangan para wisatawan mancanegara. Dokumen yang diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menggambarkan kontribusi yang signifikan dari sektor pariwisata terhadap peningkatan devisa negara di Indonesia. Melalui analisis pertumbuhan pendapatan dan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, dokumen tersebut menjelaskan bagaimana sektor pariwisata berperan sebagai penyokong utama ekonomi negara. Kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia tidak hanya mencerminkan minat terhadap destinasi pariwisata, tetapi juga meningkatkan permintaan terhadap barang dan jasa domestik yang terkait dengan sektor pariwisata. Dengan demikian, kesimpulan dapat diambil bahwa sektor pariwisata memainkan peran penting dalam menciptakan nilai ekonomi yang tinggi bagi Indonesia melalui pendapatan yang dihasilkan dari kedatangan wisatawan mancanegara.

Dewasa ini sektor pariwisata merupakan sektor yang berkembang dengan sangat cepat. Hal tersebut didukung oleh kemajuan teknologi yang telah ada dan terus berkembang. Salah satu contohnya adalah penyebaran informasi yang sangat cepat dan luas di sosial media. Di mana hal tersebut sangatlah mempermudah pihak pengelola objek wisata untuk memperkenalkan tempat wisatanya secara praktis dan luas.

Pulau Bali atau biasa dikenal sebagai Pulau Dewata merupakan tempat yang memiliki banyak akomodasi untuk mengisi waktu bersantai dan liburan. Bali sudah dikenal lebih dari seratus tahun sebagai tempat wisata karena keunikan budaya, kearifan lokal, masyarakat yang ramah serta alam yang menarik. Seperti pemandangan sawah yang indah, hingga suasana pantai yang eksotis. Perkembangan pariwisatanya pun sangat pesat. Berbagai upaya dilakukan untuk meningkatkan pariwisatanya seperti adanya industri ekonomi kreatif dan eksplorasi destinasi sebagai daya tarik wisata baru. Industri pariwisata memberikan sumber pendapatan penting bagi perekonomian Bali, juga sumber devisa bagi pemerintah Indonesia.

Data Badan pusat statistik provinsi Bali, 2023 diatas menampilkan asal wisatawan mancanegara terbanyak yang datang ke Bali. Australia sebagai peringkat atas sebanyak 91,254 wisatawan pada bulan January 2023 dan 94,365 wisatawan pada bulan Desember 2022. Singapura ada pada peringkat terbawah dengan 16,586 wisatawan pada bulan Januari 2023 dan 36,606 pada bulan Desember 2022. Dari data tersebut dapat terlihat bahwa Bali masih menjadi destinasi wisata favorit negara-negara tersebut. Pantai Melasti merupakan salah satu pantai yang relatif baru dikembangkan di Bali dan dikenal dengan keindahan alamnya yang mempesona. Seiring dengan berkembangnya sektor pariwisata, pengelola Pantai Melasti memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, untuk mempromosikan pantai ini sebagai salah satu destinasi wisata unggulan. Instagram memungkinkan Pantai Melasti untuk menampilkan keindahan pantai, aktivitas wisata, serta berbagai acara yang diadakan di sana, dengan tujuan untuk menarik lebih banyak pengunjung.

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang sangat berpengaruh dalam membentuk citra dan identitas suatu merek. Salah satu platform yang paling populer dan efektif dalam membangun brand identity adalah Instagram. Dengan fitur-fitur visual yang kuat seperti foto, video, dan Instagram Stories, Instagram memungkinkan bisnis dan destinasi wisata untuk menyampaikan pesan, nilai, serta citra yang mereka inginkan kepada audiens global. Salah satu destinasi wisata yang menggunakan Instagram sebagai sarana promosi dan pembentukan identitas merek adalah Pantai Melasti di Bali.

Pantai Melasti terkenal akan pasirnya yang putih (Langu, 2021, p. 117 - 118) berada pada bukit kapur yang dibelah rapi hingga terkesan surga yang tersembunyi. Menurut Langu (2021), dalam bukunya yang berjudul "Eksplorasi Wisata Pantai Melasti", Pantai Melasti terkenal akan pasirnya yang putih yang berpadu dengan bukit kapur yang indah, menciptakan kesan surga yang tersembunyi. Sebelumnya pantai melasti tidak bisa diakses karena tebing yang menghalanginya. Namun, mulai dikembangkan semenjak tahun 2018. Kini Pantai Melasti sudah tertata rapi dengan tingkat estetika yang tinggi. Di Pantai Melasti terdapat beberapa akomodasi wisata yang menarik wisatawan. Satu yang utama yaitu *Beach Club* dan pementasan kecak yang selalu menjadi tujuan utama wisatawan berkunjung ke pantai Melasti. Keindahan alam dan tempat wisata yang mengikuti standar Internasional menjadi perpaduan yang sangat sempurna di tempat itu.

Terdapat tiga kelembagaan utama yang berperan dalam pengelolaan Pantai Melasti di Bali, yaitu Desa Adat Ungasan, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), dan Dinas Pariwisata Bali. Desa Adat Ungasan berperan dalam pengelolaan wilayah pantai berdasarkan kearifan lokal dan adat istiadat yang berlaku di komunitas setempat, terutama dalam menjaga keseimbangan antara pariwisata dan kelestarian budaya. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Pantai Melasti bertugas dalam meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat lokal dalam menjaga kebersihan dan ketertiban lingkungan pantai, serta mengedukasi wisatawan tentang pentingnya menjaga kelestarian alam. Sementara itu, Dinas Pariwisata Bali memberikan dukungan melalui pengembangan infrastruktur, promosi destinasi wisata, serta regulasi yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisata Pantai Melasti di kancah nasional dan internasional. Kerja sama antara ketiga kelembagaan ini menciptakan manajemen pengelolaan yang sinergis dan berkelanjutan, sesuai dengan standar pariwisata berbasis masyarakat dan budaya lokal.

Kolaborasi antara Desa Adat Ungasan, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), dan Dinas Pariwisata Bali dalam pengelolaan Pantai Melasti tidak hanya berfokus pada pengelolaan fisik dan infrastruktur, tetapi juga berperan penting dalam membangun citra atau *brand identity* dari Pantai Melasti sebagai destinasi wisata unggulan. Brand identity atau identitas merek suatu destinasi wisata mencakup elemen-elemen visual, pengalaman wisata, serta nilai-nilai budaya yang dihadirkan kepada wisatawan. Dalam konteks ini, membangun dan mengelola identitas merek Pantai Melasti menjadi krusial untuk menarik wisatawan, baik domestik maupun internasional, serta membedakannya dari destinasi wisata lain di Bali. Salah satu media yang memainkan peran signifikan dalam pembentukan *brand identity* Pantai Melasti adalah Instagram, yang memungkinkan visualisasi keindahan alam dan kekayaan budaya melalui konten digital yang dapat diakses oleh publik secara luas.

Menurut Godin (2020), brand identity adalah bagaimana sebuah merek ingin dilihat dan dirasakan oleh konsumennya. Identitas ini mencakup berbagai elemen yang berfungsi untuk membangun ikatan emosional dengan konsumen dan menciptakan persepsi positif di benak mereka. Sementara itu, David (2020) mendefinisikan brand identity sebagai kumpulan elemen yang membantu membentuk citra merek di pikiran

konsumen, seperti nama, logo, simbol, dan atribut lainnya, yang semuanya berfungsi untuk memudahkan konsumen dalam mengenali dan membedakan merek di pasar yang kompetitif. Aaker menambahkan bahwa dalam konteks yang lebih modern, identitas merek harus semakin terhubung dengan berbagai aspek untuk bertahan di tengah persaingan yang ketat, seperti di industri pariwisata.

Pantai Melasti, sebagai destinasi wisata, memerlukan identitas merek yang jelas dan konsisten agar dapat bersaing. Melalui konten Instagram, Pantai Melasti dapat menyampaikan nilai, keunikan, dan pengalaman yang mereka tawarkan kepada wisatawan. Brand identity terdiri dari elemen-elemen seperti nama merek, logo, warna, tipografi, dan tagline. Menurut Wheeler (2012), kelima elemen tersebut harus bekerja bersama secara harmonis untuk menciptakan identitas merek yang kuat dan kohesif. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana elemen-elemen ini digunakan dalam konten Instagram Pantai Melasti.

Dalam era digital saat ini, Instagram (IG) telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer dan efektif dalam membangun brand identity, terutama di sektor pariwisata. Dibandingkan dengan platform lain, Instagram memiliki keunggulan dalam hal dominasi konten visual. Melalui foto dan video pendek, sebuah merek dapat menyampaikan pesan secara langsung dan membangkitkan emosi audiens. Hal ini sangat relevan bagi destinasi wisata seperti Pantai Melasti, di mana keindahan visual pantai, laut, dan aktivitas wisata yang ditawarkan sangat mendukung terciptanya pengalaman imersif yang dapat dilihat langsung oleh calon wisatawan. Selain itu, fitur-fitur seperti Instagram Stories, Reels, dan IGTV memungkinkan konten menjadi lebih interaktif dan responsif, memberikan ruang bagi Pantai Melasti untuk terus berkomunikasi dengan audiens secara real-time dan konsisten.

Meskipun YouTube juga digunakan oleh Pantai Melasti sebagai platform konten, yang memungkinkan pembuatan video dengan durasi lebih panjang dan konten lebih mendalam, Namun Instagram dipilih untuk penelitian ini berdasarkan dua alasan utama. Pertama, akun Instagram tersebut merupakan akun resmi dari Pantai Melasti, sehingga konten yang diunggah mencerminkan pandangan dan strategi resmi dari pengelola Pantai Melasti dalam membangun identitas merek mereka. Akun resmi ini memiliki kendali penuh atas informasi, promosi, serta narasi yang ingin dibentuk oleh pengelola pantai.

Hal ini penting karena hanya akun resmi yang memiliki otoritas untuk membentuk persepsi publik sesuai dengan citra merek yang diinginkan, sementara akun tidak resmi atau pihak ketiga mungkin menampilkan perspektif yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan citra yang diharapkan. Analisis konten dari akun ini akan membantu memahami bagaimana identitas visual dan pesan merek Pantai Melasti disusun untuk menciptakan hubungan emosional serta daya tarik yang kuat bagi audiens global.

Selain itu, penting untuk mempertimbangkan cara Pantai Melasti bersaing dengan destinasi wisata lain di Bali. Citra yang kuat dan unik menjadi kunci dalam menarik perhatian pengunjung, sehingga analisis mengenai diferensiasi Pantai Melasti dari kompetitor melalui konten Instagram sangat relevan. Aspek visual juga krusial dalam membangun brand identity yang efektif. Evaluasi elemen seperti warna, tipografi, dan desain visual dalam konten Instagram akan membantu menentukan seberapa baik elemen-elemen ini mencerminkan karakter dan nilai-nilai merek. Selain itu, interaksi dengan audiens, melalui komentar dan likes, adalah bagian penting dari brand identity, sehingga analisis respons audiens terhadap konten juga diperlukan.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Pantai Melasti memanfaatkan Instagram sebagai alat untuk membangun brand identity yang kuat. Dengan menganalisis konten yang ada, diharapkan dapat diidentifikasi strategi efektif dalam mempromosikan keindahan alam serta nilai-nilai Pantai Melasti. Hasil analisis ini tidak hanya akan memberikan kontribusi akademis dalam bidang pemasaran dan manajemen merek, tetapi juga rekomendasi praktis bagi pengelola destinasi wisata untuk meningkatkan strategi pemasaran di era digital.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konten yang dipublikasikan di akun Instagram Pantai Melasti mampu mencerminkan identitas brand dari pantai tersebut. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengeksplorasi elemen-elemen visual dan



naratif yang paling menonjol dalam membangun citra objek wisata pantai Melasti. Penelitian ini secara khusus menganalisis bagaimana konten Instagram digunakan sebagai alat untuk membentuk identitas merek Pantai Melasti. Instagram, dengan dominasi konten visual, telah menjadi platform yang penting dalam industri pariwisata, dan skripsi ini memperluas pemahaman mengenai peran strategis Instagram dalam branding destinasi wisata. Dengan demikian, penelitian ini menyoroti cara elemen-elemen visual seperti foto, video, caption, hashtag, dan reels berkontribusi dalam menciptakan persepsi merek.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, pertanyaan dari penelitian ini yaitu bagaimana penggunaan konten media sosial Instagram sebagai *brand identity* Pantai Melasti ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Merupakan pernyataan yang menjelaskan apa yang ingin dicapai melalui suatu penelitian, seperti penemuan, atau pemahaman tertentu. Tujuan ini menjadi panduan bagi seluruh proses penelitian, memastikan bahwa setiap langkah yang diambil sesuai dengan hasil yang diharapkan.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam bidang pemasaran dan pariwisata, tetapi juga menawarkan panduan praktis bagi para pemangku kepentingan dalam menciptakan strategi yang lebih baik untuk membangun brand identity yang kuat dan berkelanjutan, terutama di era digital yang terus berkembang.

#### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini menawarkan manfaat praktis bagi pengelola Pantai Melasti dalam mengoptimalkan penggunaan akun Instagram sebagai alat pemasaran dan komunikasi. Dengan penerapan strategi yang berbasis pada analisis data dan pemahaman audiens, diharapkan dapat meningkatkan keberhasilan pengelolaan

destinasi serta menciptakan dampak positif bagi komunitas lokal dan industri pariwisata secara keseluruhan.

### **1.5.3 Keterbatasan Penelitian**

Saat melakukan penelitian ini, penulis menemui beberapa keterbatasan, keterbatasan tersebut antara lain wawancara narasumber yang dilakukan secara online dan menggunakan aplikasi Zoom (membutuhkan koneksi internet yang baik). Selain itu narasumber susah untuk dihubungi dan perubahan jadwal wawancara karena agenda kerja narasumber yang cukup padat.

