

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Desa adalah sebuah wilayah yang mana mempunyai potensi besar dalam memanfaatkan daerahnya dalam hal ini perlu adanya kerja sama dari masyarakat setempat dan dikelola, tidak dipungkiri daerah desa apabila dikelola dan kembangkan dengan baik dapat menjadi sebagai objek pariwisata. Dalam hal ini tentunya akan memberikan kesejahteraan untuk masyarakat dan pemberdayaan masyarakat setempat dalam membentuk pariwisata desa wisata. Dalam mewujudkan hal tersebut tentu perlu adanya dukungan dari semua pihak, untuk menjalin kerja sama yang baik sehingga terciptanya daerah yang bersinergi dikutip dari web (bappenas.go.id).

Kondisi sosial ekonomi dan budaya masyarakat menjadi salah satu daya tarik perencanaan dan konversi sebagai desa wisata. Kondisi sosial ekonomi asli desa, bahkan yang tampaknya terbelakang memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan desa wisata. Demikian pula budaya masyarakat yang tidak terpengaruh oleh budaya luar menimbulkan daya tarik yang berbeda dengan budaya desa yang bercampur dengan budaya luar. Dengan kata lain, desa memiliki karakteristik pedesaan atau bukan perkotaan. Kehidupan desa yang tradisional mengakibatkan desa memiliki aspek kehidupan yang dapat dijual (Murdiyanto, 2011).

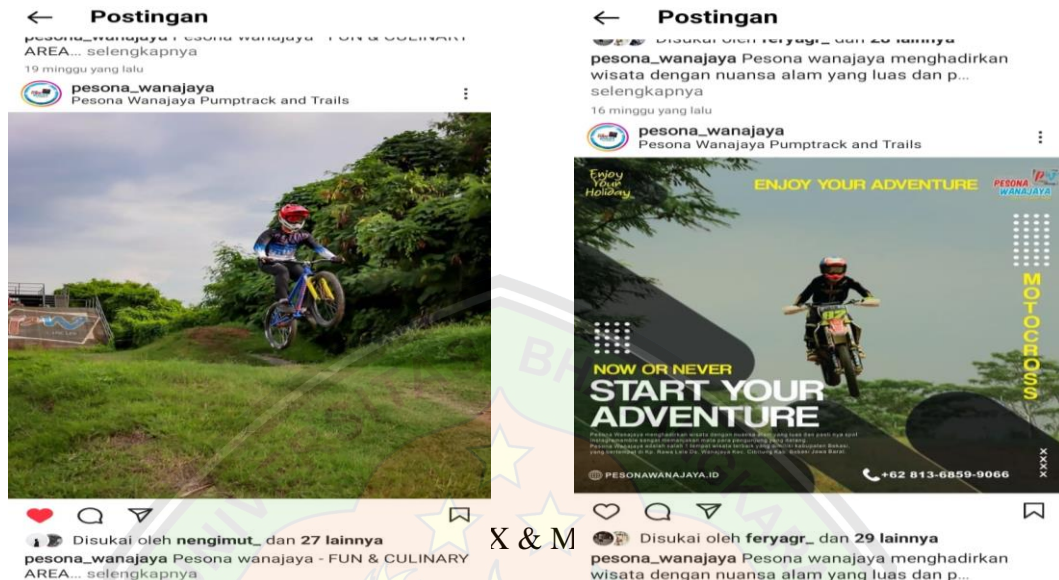
Kabupaten Bekasi merupakan salah satu wilayah daerah yang memiliki potensi dalam pengembangan desa wisata, luas wilayah Kabupaten Bekasi mencapai 127.388 ha, yang dihuni oleh sedikitnya 3.157.962 penduduk (BPS, 2023). Dinas Pariwisata Kabupaten Bekasi mengatakan masih minim wisata di daerah Kota Bekasi, tentunya harus ada dorongan agar semakin banyak objek wisata alami yang berada di Kota Bekasi sehingga akan mampu meningkatkan roda perekonomian warga sekitar.

Dikutip dari web (radaronline.id). Kabupaten Bekasi terdapat wisata lainnya seperti wisata yang ada di daerah Kec Cibitung yaitu Taman Pancasila Korem 051 wkt. Dikutip dari web (Bekasikab.go.id) wisata Taman Pancasila Korem ini merupakan wisata yang mempunyai lahan seluas 42 hektar, yang mana 28 hektar lahan tersebut sudah dikelola oleh kelompok tani berupa pesawahan. Selain itu adanya tanaman produktif seperti kelengkeng, durian, jagung, kedelai, alpukat ikut serta dalam Taman Pancasila ini, tidak hanya perihal lahan tanaman namun wisata ini juga mempunyai program *Food Estate* yang terdiri dari tiga pilar yakni edukasi, wisata, dan ekonomi tentunya untuk membantu para pelaku umkm dan para masyarakat sekitar. Tentunya dalam hal ini mempunyai perbedaan mengenai tujuan visi dan misi dari wisata tersebut.

Salah satu desa wisata di Kabupaten Bekasi yang perkembangannya cukup cepat adalah Desa Wisata Pesona Wanajaya. Desa Wisata pesona Wanajaya terletak di Desa Wanajaya, Kecamatan Cibitung, Kabupaten Bekasi didirikan dan mulai dikelola pada tahun 2018. Desa Wanajaya memiliki luas wilayah sebesar 447.609 ha (BPS, 2023) yang mana Desa Wisata Pesona Wanajaya berada di ujung Kabupaten Bekasi, Desa Wisata Pesona wanajaya merupakan desa yang dikembangkan dan di Kelola dengan baik oleh warga sekitar dan sekelompok POKDARWIS (kelompok sadar wisata) POKDARWIS didirikan untuk mempersatukan masyarakat dan memperbesar peluang pengembangan desa wisata. Misi POKDARWIS adalah menginspirasi seluruh masyarakat untuk bergotong royong mengembangkan potensi yang dimiliki (Aulia Rizki, dkk, 2016).

Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Pesona Wanajaya muncul dari kesadaran kelompok yang berhasil memanfaatkan dan mengelola dengan baik lahan kosong di desa, yang berhasil menciptakan tempat rekreasi keluarga sederhana dengan memanfaatkan peluang desa setempat, sehingga menjadilah desa wisata pesona wanajaya, tidak hanya itu dikutip dari @Info_bekasi, dari hobi 8 orang menjadikan desa wisata pesona wanajaya mempunyai fasilitas untuk berolahraga seperti sepeda dan motor *cross*. tentunya Desa Wisata Pesona

Wanajaya ini adalah tempat wisata yang memadukan wisata dengan olahraga (*sport tourism*) sebagai berikut :



Penjelasan gambar 1.1 di kutip dari akun Instagram dari @Pesona_wanajaya merupakan bagian dari suatu kegiatan *sport tourism* yang ada dan sering dilakukan untuk kegiatan olahraga motor *cross* dan sepeda gowes dan sepeda bmx, yang mana hal ini menjadi sorotan pengunjung di dalamnya.

Sport Tourism itu sendiri merupakan suatu kegiatan wisata yang dilakukan dengan aktivitas olahraga yang menyenangkan di dalam objek wisata tersebut dengan memanfaatkan lingkungan dan alam. *Sport tourism* ini memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan pariwisata di Desa Wisata Pesona Wanajaya untuk itu *sport tourism* di lakukan guna untuk promosi wisata olahraga (Isnaini & Hasbi, 2020).

Dikutip dari web (kemenpora.go.id). Kegiatan olahraga saat ini sudah bertransformasi menjadi olahraga yang sifatnya sudah menjadi kebutuhan yang harus terpenuhi oleh manusia karena mampu menjadikan tubuh menjadi lebih bugar dan dapat memberi dampak positif lain bagi tubuh. Manfaat olahraga antara lain bisa membuat lebih bahagia, menurunkan berat badan, meningkatkan energi positif, mengurangi resiko kronis, menjaga kesehatan kulit, menjaga memori otak, relaksasi, dan mengurangi rasa sakit pada tubuh karena kurang gerak. Dengan

berkembangnya kehidupan modern, mungkin banyak orang merasa jenuh apabila olahraga yang dilakukan hanya terbatas. Sehingga dunia olahraga juga mengalami banyak kemajuan dan perubahan.

Dikutip dari web (kompas.com) perkembangan olahraga juga terjadi sangat pesat di masyarakat. Banyak destinasi wisata yang dijadikan olahraga dengan memanfaatkan fasilitas alam untuk berolahraga rekreasi, seperti pegunungan, danau, dan lautan. Selain itu, di jaman sekarang olahraga rekreasi banyak dijadikan sebagai bisnis industri ditambah lagi kebijakan Kementerian Rekreasi dan Pariwisata merencanakan program *sport tourism* yakni wisata yang dikombinasikan dengan olahraga.

Dikutip dari web (kemdikbud.go.id) *sport tourism* merupakan suatu konsep tentang kegiatan wisata yang dipadukan kegiatan olahraga, atau dapat didefinisikan aktivitas olahraga yang bertujuan sebagai strategi promosi pariwisata suatu daerah. Dengan adanya *event* dan kegiatan olahraga diharapkan objek wisata yang dijadikan *sport* olahraga ini semakin dikenal publik, sehingga roda perekonomian masyarakat di sekitar daerah wisata juga turut bergerak dan berkembang.

Wisata Pesona Wanajaya mulai dijadikan destinasi wisata. Layaknya pelaku usaha yang lainnya, pengelola Desa Wisata Pesona Wanajaya saat ini menerapkan *online promotion* untuk menarik lebih banyak pengunjung. Berbagai media sosial media digunakan untuk melakukan promosi, saat ini terdapat media sosial yang dianggap sangat berpengaruh dalam promosi kawasan Desa Wisata Pesona Wanajaya, yaitu Instagram.

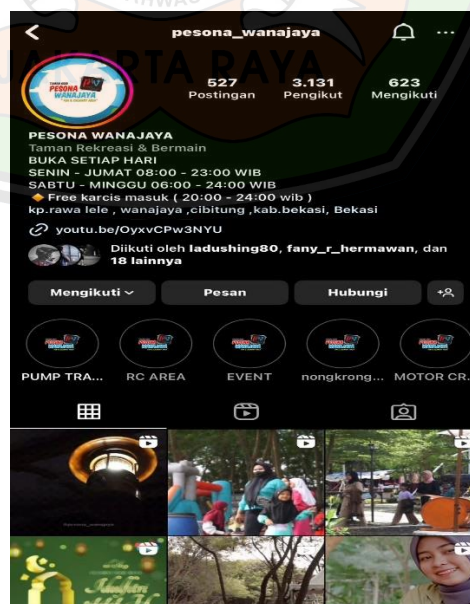
Pemasaran objek wisata yang dilakukan melalui media sosial Instagram adalah cara yang bersifat baru dan dapat mendorong perkembangan wisatawan (Fatanti & Suyadnya, 2015). Dalam hal ini media sosial yang sekarang ini menjadi sorotan ialah media sosial Instagram. Perihal ini dapat dibuktikan dengan pernyataan resmi dari pencipta atau pendiri facebook sekaligus pemilik layanan Instagram.

Mark Zuckerberg yang mengatakan bahwasanya lebih dari 500 juta orang kini menggunakan Instagram setiap bulan, dan 300 jutanya menggunakan layanan

Instagram setiap harinya. Dari siaran Pers yang di terima CNNIndonesia.com mengabarkan komunitas Instagram semakin bertambah lebih dari dua kali lipat selama dua tahun terakhir (2015-2021). 22 juta pengguna aktif Instagram merupakan warga Indonesia (Fajrina, 2016).

Media sosial Instagram ini memiliki jumlah pengguna yang tinggi dan sudah tersebar luas penggunaannya, tidak hanya itu Instagram adalah sebuah *platform* yang dapat digunakan seperti mengunggah gambar, sehingga tampilan utama yang ditangkap oleh para konsumen adalah berupa gambar visual. Proses visualisasi dalam sosial media ini dapat menimbulkan sebuah persepsi bagi setiap pengguna yang melihat postingannya, serta akan menimbulkan citra baik dan buruk bergantung pada karakteristik yang gambar yang diterima.

Menurut Kertamukti et al (2015) Instagram juga menambahkan fitur baru yaitu setiap pengguna instagram dapat menyematkan alamat, email, serta *number* telepon sehingga pengguna lain dapat menghubungi dalam satu kali ketukan. Selain itu Instagram juga mempunyai fitur *Hastag* dan *explore* menjadikan postingan-postingan di Instagram menjadi lebih mudah di lihat oleh perngguna lain (Mitchell, 2017).



Gambar 1.2 Akun Instagram @Pesona_Wanajaya

Media sosial Instagram @Pesona_Wanjaya tersebut dikelola langsung oleh pengelola kawasan Desa Wisata Pesona Wanajaya. Pengelolaan media sosial tersebut murni dilakukan oleh pengelola, tanpa adanya campur tangan dari pihak luar. Seperti yang telah diketahui, keterbatasan yang biasanya dimiliki oleh masyarakat desa adalah keterbatasan akan pengetahuan, termasuk dalam pengetahuan pengoperasian media sosial. Pengelola akun media sosial Desa Wisata Pesona Wanajaya mengakui hal serupa. Pengelola akun media sosial mengakui segala bentuk informasi terkait Instagram diperoleh secara mandiri tanpa pelatihan sebelumnya. Segala kendala yang dialami oleh pengelola akun media sosial akan ditindak lanjut sesuai dengan pengetahuan mereka yang terbatas. Sehingga dalam hal ini penting untuk meneliti bagaimana pemanfaatan media Instagram tersebut dapat mempengaruhi pengunjung.

Terdapat dua jenis media promosi yang dapat dipilih oleh komunitas sebagai pengelola kawasan wisata, yaitu dengan media konvensional atau dengan media online. Utami (2011) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa dari kedua jenis media promosi tersebut, media online merupakan media yang sangat menjanjikan dalam mempromosikan suatu produk atau kawasan mengingat pesatnya perkembangan teknologi yang ada saat ini Sumarwan (2011) pun mengatakan bahwa perkembangan teknologi saat ini memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam berkomunikasi dan bersosialisasi dalam dunia maya, dengan kata lain, media online memberi kemudahan dalam hal promosi.

Promosi merupakan suatu usaha mengenalkan kawasan wisata kepada calon konsumen. Promosi yang dilakukan dapat memanfaatkan media online maupun media konvensional. Pengelola Desa Wisata Pesona Wanajaya, memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi wisata *Sport Tourism*. Pengelola Desa Wisata Pesona Wanajaya menggunakan media sosial Youtube dan Instagram, namun dalam penelitian ini peneliti hanya berfokus di media promosi melalui Instagram, yang mana media sosial Instagram lebih sering digunakan dalam melakukan promosi. Instagram sebagai media promosi tentu memiliki komponen-komponen informasi di dalamnya, sehingga komponen-komponen tersebut dapat menarik perhatian konsumen. Promosi melalui media sosial

Instagram dianggap dapat mendorong pengunjung untuk membeli jasa yang ditawarkan oleh pengelola kawasan. Dengan menggunakan fasilitas Instagram seperti *Instastory*, *Feeds*, *Reels*, *Hastag* dan lainnya dapat digunakan dengan mudah, Pengelola dan *followers* juga lebih mudah dalam melihat iklan media yang di bagikan.

Pada penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana dan bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi *Sport Tourism* (Studi pada Desa Wisata Pesona Wanajaya oleh karena itu, peneliti menggunakan promosi pariwisata Teori Media Sosial 4C Chirs Heuer, yang mana 4C mempunyai 4 elemen untuk menghasilkan komunikasi yang efektif sebagai sarana promosi yang terdiri dari, *context* (pesan), *communication* (komunikasi), *collaboration* (kolaborasi), *conection* (koneksi) dalam 4 elemen ini mempunyai menjelaskan tentang bagaimana sebuah isi pesan promosi dan adanya komunikasi pemasaran yang dilakukan di media sosial, adanya kerjasama antara akun Instagram dengan pengikutnya serta koneksi yang dibutuhkan dalam melakukan promosi di media sosial.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka fokus penelitian ini adalah “Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi *Sport Tourism* (Studi pada Desa Wisata Pesona Wanajaya”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, pertanyaan penelitian ini adalah Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi *Sport Tourism* (Studi pada Desa Wisata Pesona Wanajaya).

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram, Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi *sport tourism* (studi pada Desa Wisata Pesona Wanajaya).

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan hasil yang bermanfaat untuk tempat wisata di Bekasi dalam memasarkan serta menampilkan tempat wisatanya melalui pemanfaatan media sosial media dan promosi. Serta peneliti mencoba untuk memberikan pembelajaran dalam mengembangkan jaringan wisata, dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Dengan adanya penelitian ini peneliti mengharapkan agar dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut, guna untuk menambah wawasan, pengetahuan serta menjadi referensi bahan penelitian selanjutnya.
2. Bagi pengguna Instagram penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai analisis pengembangan dan pemanfaatan media dalam mengenalkan Desa Wisata di Pesona Wanajaya.