

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki industri pariwisata besar di mata dunia dan telah menjadi idola di Indonesia, karena memiliki banyak keunggulan serta menjadi salah satu penyumbang peningkatan ekonomi terbesar untuk Indonesia serta menjadi komoditas yang paling berkelanjutan dalam menyentuh hingga ke level paling bawah masyarakat. Selain itu kinerja pariwisata Indonesia terus meningkat dan grafiknya kontras apabila dibandingkan komoditas lain seperti minyak, gas, dan batu bara. Hal ini terbukti pada 2016 devisa pariwisata mencapai USD 13,5 miliar per tahun, dan tahun 2017 sumbangan devisa sektor pariwisata meningkat menjadi USD 16,8 miliar. (cnnindonesia.com, 2018).

Provinsi Sumatera Selatan adalah salah satu provinsi yang terletak dibagian selatan pulau sumatera dan merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang menarik untuk dikunjungi dan beraneka ragam, seperti wisata alam dan buatan, wisata sejarah maupun wisata budaya. Provinsi Sumatera Selatan memiliki potensi objek wisata yang tersebar di beberapa daerah yang ada di Sumatera Selatan yaitu salah satunya adalah Kota Palembang.

Kota Palembang salah satu Kota terbesar setelah Medan. Kota Palembang juga dikenal dengan sebutan “Bumi Sriwijaya” serta terkenal dengan sebutan Kota pempek. Selain itu Kota Palembang merupakan ibu Kota dari Provinsi Sumatera Selatan yang juga terkenal akan objek wisatanya yang menarik, dan indah dengan pesona air Sungai Musi serta Jembatan Ampera sebagai ikon Kota Palembang, yang dapat menarik minat para wisatawan baik wisatawan lokal, luar Kota Palembang maupun wisatawan mancanegara untuk berwisata ke Kota Palembang. Kota Palembang memiliki objek wisata yang tersebar di Kota Palembang, seperti objek wisata Benteng Kuto Besak (BKB), Pulau Kemaro, Kampung

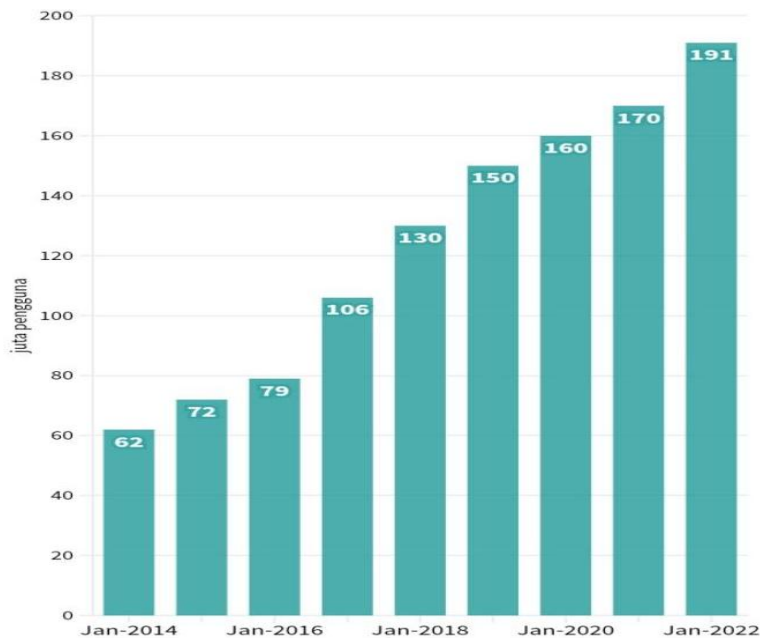
Kapitan, Kampung Arab Al Munawar, Museum Balaputra Dewa, Bukit Siguntang, Taman Wisata alam Pundi Kayu, dan Museum Sultan Mahmud Badarudin II.

Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang merupakan salah satu objek wisata bersejarah yang sudah berusia ratusan tahun, dengan luas bangunan 704 m². Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang merupakan bangun museum yang terletak di kawasan Benterng Kuto Besak (BKB) yang dekat dengan tepian Sungai Musi. Bangunan ini berukuran 32 m, dengan lebar 22 m dan tinggi 17 m dengan arsitektur bangunan bergaya Eropa. Selain itu Museum Sultan Mahmud Badarudin II juga menampilkan koleksi tekstil, senjata, pakaian tradisional, kerajinan, dan koin Sumatera Selatan, serta artefak dari zaman Sriwijaya misalnya Patung Ganesha dan Buddha. (tribunnews.com, 2019)

Museum Sultan Mahmud Badarudin II adalah salah satu objek wisata yang sudah dikenal dan banyak diminati hampir sebagian masyarakat luar Kota Palembang, hal ini dikarenakan adanya perkembangan pariwisata yang semakin pesat. Salah satu faktor yang membuat perkembangan pariwisata yang semakin pesat adalah media sosial. Media sosial merupakan salah faktor yang dapat mengangkat atau mendongkrak pariwisata di suatu negara hal ini dikarenakan media sosial banyak digunakan dan diakses oleh masyarakat diseluruh dunia. (kompasiana.com)

Media sosial adalah platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling bersosial, baik itu berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto ataupun video. Media sosial yang banyak digunakan di Indonesia adalah media sosial Youtube, media sosial Instagram, dan media sosial Facebook. Berikut adalah jumlah aktif pengguna media sosial di Indonesia:

Jumlah Pengguna aktif Media Sosial di Indonesia (2015-2022)



Gambar 1.1: Diagram Pertumbuhan Pengguna Medsos Indonesia
Sumber: DataIndonesia

Berdasarkan dari data diatas dapat dilihat jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191 juta orang pada Januari 2022. jumlah itu naik 12, 35% dibandingkan pada tahun sebelumnya. (dataindonesia.id, 2022)

Media sosial yang paling populer yang digunakan di Indonesia adalah Youtube, jumlah pengguna di Indonesia mencapai 139 juta orang atau setara dengan 50% dari total penduduk selama 2022, urutan ke dua ada Facebook dengan jumlah pengguna di Indonesia mencapai angka 129,9 juta pada awal tahun 2022 setara dengan 46,8% dari total jumlah penduduk, dan urutan ke tiga adalah Instagram dengan jumlah mencapai 99,15 juta orang atau setara dengan 35,7% dari total populasi. (suara.com, 2022)

Kemajuan dan banyaknya pengguna media sosial yang berbasis internet telah digunakan hampir seluruh masyarakat mulai dari anak-anak, remaja, orang dewasa, serta orang tua dapat dengan mudah melihat,

mendengar, dan menerima berbagai macam informasi seperti tulisan, foto ataupun video, yang di sebarluaskan melalui media sosial.

Pemanfaatan media sosial merupakan cara yang cukup efisien dalam mempromosikan suatu produk pariwisata. Hal ini dikarenakan media sosial merupakan sebagai media komunikasi pariwisata yang fleksibel dan menguntungkan, karena penggunaan media seperti ini lebih mudah, memiliki jangkauan yang lebih luas dan hemat biaya dalam menginformasikan serta mempromosikan pariwisata. Pemanfaatan media sosial dapat digunakan melalui akun Facebook, Instagram dan Youtube. Penggunaan media sosial dapat memberikan manfaat dan keuntungan bagi masyarakat dalam mempromosikan potensi wisata baru di masing-masing daerah yang belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Pemanfaatan media sosial dengan baik akan dapat memudahkan proses penyebaran informasi pariwisata serta dapat menarik minat wisatawan.

Promosi merupakan hal terpenting dan berperan aktif dalam memasarkan, memperkenalkan, serta memberitahukan suatu produk untuk mendorong minat konsumen agar tertarik terhadap produk yang di promosikan tersebut. Untuk menjalankan suatu promosi tentunya setiap instansi atau perusahaan harus paham bagaimana cara promosi yang tepat untuk digunakan agar dapat mencapai tujuan.

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi membeli dan tetap mengingat produk tersebut. (Laksana, 2019) .

Wisatawan yang datang bisa membagikan foto atau video pengalaman melalui media sosial Instagram dan wisatawan yang datang adalah wisatawan dari luar pulau bahkan dari provinsi. (Nugraha dan Eka, 2021). Media sosial instagram adalah media yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media foto atau video sehingga Instagram sangat membantu dan dapat dimanfaatkan dalam kegiatan promosi, dengan

demikian dapat menarik minat berkunjung seseorang bagi pengguna lain yang melihatnya untuk datang ketempat tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian Kemal Syahreza (2021) dan Nono Wibisono (2021) konten media sosial memiliki peran penting dalam membentuk *destination image* dan minat berkunjung pada destinasi. Konten media sosial mempunyai pengaruh signifikan pada minat berkunjung wisatawan salah satunya dengan memanfaatkan platform media sosial khususnya intagram.

Minat berkunjung dianalogikan seperti minat beli terhadap suatu produk. Menurut Setyo putra dalam aviolitasona (2017) minat merupakan dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan, sedangkan menurut Asdi dalam Hernita dkk (2019) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata.

Tabel 1.1
Jumlah pengunjung Museum Sultan Mahmud Badarudin II
Kota Palembang Tahun 2016-2021

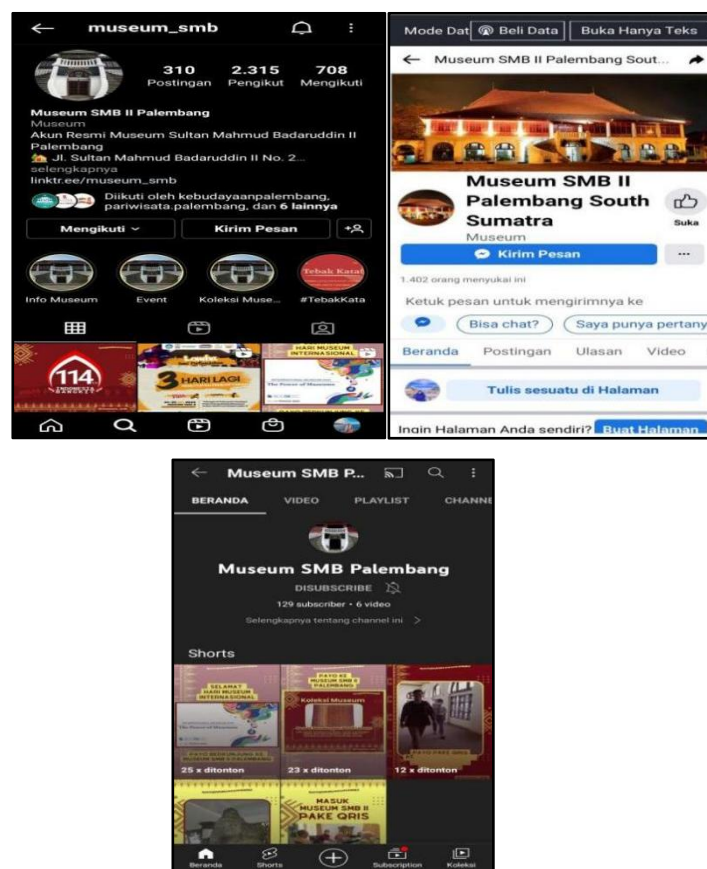
Tahun	Jumlah Pengunjung
2016	23.607
2017	21.469
2018	13.028
2019	21.839
2020	5.752
2021	2.423
Total	88.118

Sumber: Dinas Kebudayaan Kota Palembang Tahun 2022

Berdasarkan data yang telah di peroleh dari Badan Pengelola Museum Sultan Mahmud Badarudin II dapat diketahui bahwa dari tahun 2016 hingga tahun 2021 wisatawan yang berkunjung berjumlah 88.118 dengan rata -rata 14.686. Dapat dilihat berdasarkan tabel 1.1 diatas bahwa pengunjung yang datang ke Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang telah mengalami adanya ketidakstabilan. Beberapa faktor yang dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan yaitu salah satunya

dengan pemanfaatan media sosial sebagai promosi tentunya akan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Badan Pengelola Museum Sultan Mahmud Badarudin II menggunakan media sosial berupa Youtube, Facebook dan Instagram sebagai salah satu media promosinya.

Peneliti telah melakukan obesrvasi di Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang. Obeservasi adalah peneliti melakukan survei secara langsung dengan memberikan beberapa pertanyaan mengenai informasi pribadi serta pertanyaan sederhana lainnya kepada pihak pengelola museum yang berkaitan dengan bahan yang akan diteliti dengan maksud untuk mengetahui, merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan data serta gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, guna mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.



Gambar : Media Sosial yang digunakan oleh Museum Sultan Mahmud Badarudin II Palembang

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat disimpulkan bahwasannya pemanfaatan media sosial merupakan salah satu cara yang sangat efisien dan fleksibel dalam mempromosikan suatu produk terutama pada bidang pariwisata, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pemanfaatan Media Sosial sebagai Promosi Pariwisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial, Youtube terhadap minat berkunjung wisatawan di Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang?
2. Bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial Instagram terhadap minat berkunjung wisatawan di Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang ?
3. Bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial Facebook terhadap minat berkunjung wisatawan di Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang?
4. Bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial Youtube, media sosial Instagram, dan media sosial Facebook terhadap minat berkunjung wisatawan di Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti membatasi ruang lingkup masalah agar penelitian tidak meluas cakupannya dan menjadi lebih jelas serta terarah. Adapun Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas, maka penulis perlu membatasinya yaitu

dengan mengetahui bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial Youtube, terhadap minat berkunjung wisatawan, pengaruh pemanfaatan media sosial instagram terhadap minat berkunjung wisatawan, pengaruh media sosial dan Facebook terhadap minat berkunjung wisatawan di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Kota Palembang, serta bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial melalui Youtube, instagram, dan Facebook sebagai promosi pariwisata terhadap minat berkunjung wisatawan di Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh media sosial Youtube terhadap minat berkunjung wisatawan di Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang
2. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh media sosial Instagram terhadap minat berkunjung wisatawan di Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang
3. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh media sosial Facebook terhadap minat berkunjung wisatawan di Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial Youtube, Instagram, dan Facebook terhadap minat berkunjung wisawan di Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah bagi akademisi, penelitian ini dapat mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai promosi pariwisata di Kota Palembang terhadap minat berkunjung wisatawan terutama pada Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang. Penelitian ini juga diharapkan dapat

bermanfaat untuk melengkapi literatur tentang pariwisata dan menambah wawasan bagaimana pengaruh media sosial bagi penulis maupun pembaca sebagai promosi pariwisata terhadap minat berkunjung wisatawan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini ialah bagi praktisi, adalah sebagai bahan pertimbangan melihat fenomena pemanfaatan media sosial pada saat ini. Bagi pihak lain semoga dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada pembaca dalam melihat bagaimana pengaruh media sosial terhadap minat kunjung wisatawan.