

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Danau toba sebagai satu dari lima destinasi wisata yang ditetapkan oleh pemerintah dalam pengembangan Destinasi Wisata Super Prioritas (DPSP). Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Parekraf) Sandiaga Salahuddin Uno menjelaskan pengembangan 5 Destinasi Wisata Super Prioritas (DPSP) yaitu Borobudur di Jawa Tengah, Mandalika di Nusa Tenggara Barat, Labuan Bajo di Nusa Tenggara Timur Likupang di Sulawesi Utara dan Danau Toba di Sumatera Utara. Danau toba masuk dalam pengembangan super prioritas karena alamnya yang menarik daya Tarik dunia. Selain karena alamnya yang sejuk, danau yang berada di pegunungan ini memiliki pulau ditengahnya yakni pulau samosir. Tidak hanya itu, danau toba juga memiliki danau di dalam danau dan puluhan air terjun. Kondisi alam yang memiliki ciri khas inilah yang membuat banyak orang tertarik mengunjungi danau toba. IDN Times bahkan menggambarkan “Kawasan Danau Toba ini luar biasa eksotisnya, atraksi, aksesibilitas dan amenitasnya bagus serta didukung dengan amenitas yang lengkap, maka ini perlu didorong terus untuk dipromosikan”

Keindahan yang dimiliki danau toba membuat kunjungan wisatawan ke tempat ini terus bertambah. Kompas.com melansir, wisatawan di Danau Toba pada tahun 2022 mengalami peningkatan yaitu mencapai 30.000. Jumlah ini tentu saja menggembirakan, karena sejak dunia dilanda pandemic COVID, semua sektor ekonomi terpuruk termasuk juga pariwisata. Geliat ini semakin terlihat, sejak Indonesia akhirnya mencabut PPKM yang berimbas pada peningkatan kedatangan wisata baik dari luar negeri maupun domestic.

Untuk menarik wisatawan, sejumlah promosi dilakukan baik melalui *online* maupun *offline* . Promosi yang digunakan untuk memperkenalkan Danau Toba ke khalayak lebih dengan mengadakan event-event kebudayaan tradisional. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 29 tahun 2015 mengenai

pariwisata berbasis pedesaan (Desa Wisata) bisa menggerakkan aktivitas ekonomi berbasis pariwisata di daerah pedesaan. Sehingga bisa mengurangi urbanisasi masyarakat. Dengan adanya pengembangan pariwisata akan mendorong pelestarian alam seperti persawahan, sungai, dan danau. Penelitian Olga Maria

Johanna Simanjuntak menuliskan bahwa “Danau Toba merupakan salah satu dari empat destinasi yang prioritaskan dalam program pemerintah pusat yang akan dikembangkan terus-menerus. Dukungan dari pemerintah pastinya sangat berpotensi besar untuk memasarkan Danau Toba ke mata masyarakat Indonesia dan mancanegara, oleh sebab itu butuh strategi yang baik dalam memasarkan Danau Toba.

Sebagai upaya untuk menarik wisatawan agar terus mengunjungi danau toba, banyak cara dilakukan oleh pemerintah kabupaten Samosir diantaranya dengan melakukan promosi melalui media sosial Instagram. Penelitian Muhammad Zikrullah (2021) , strategi yang dilakukan di Instagram merupakan salah satu cara yang paling ampuh dalam meningkatkan pengunjung dan memperkenalkan keindahan alam khususnya dari segi wisata di era globalisasi sekarang ini dengan cara mempromosikannya.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia

Sumber : <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosialdiindonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Instagram menjadi sarana promosi barang dan jasa karena penggunaan Instagram yang semakin masiv. Penggunaan Instagram menjadi salah satu dalam jual beli melalui elektronik atau pemasaran promosi digital melalui media sosial. Menurut laporan dari dataindonesia.id, menyatakan ada 191 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2022. Pengguna aktif ini meningkat dari tahun ke tahun dan kemungkinan akan terus bertambah setiap tahunnya. Survei dilakukan untuk menunjukkan jumlah pengguna dari masing-masing platform media sosial yang paling banyak digunakan. Sebuah laporan dari portal *hootsuite we are social* melakukan survei untuk menghitung bahwa persentase platform media Instagram terhitung 84,8%. Instagram adalah salah satu media sosial paling populer. Hal ini dibuktikan dengan fakta bahwa Instagram adalah media sosial kedua yang paling banyak digunakan di Indonesia. Dikutip dari www.NapoleonCat.com, pengguna Instagram berusia 17-24 tahun merupakan kelompok usia yang paling banyak digunakan di Indonesia.



Gambar 1.2 Persentase Pengguna Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan

Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>

Instagram memiliki berbagai keunggulan dibandingkan media sosial lainnya. Instagram merupakan platform media sosial aplikasi ponsel dimana setiap pengguna dapat memposting foto, video dengan lampiran teks (*caption*). Penggunaan Instagram tentunya sangat efektif dalam memasarkan produk atau jasa kepada masyarakat. Pengguna Instagram juga dapat terus terlibat dalam berbagi informasi dengan cara berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain yaitu dengan

menyukai, memberi komentar, membuat *story*, *reels* serta berkolaborasi, berbagi ide dan pendapat melalui sebuah postingan. Strategi dalam penggunaan Instagram dapat dilakukan dengan memasarkan berbagai aktivitas dan layanan masyarakat maupun wisatawan yang berada di Indonesia.

Mempromosikan Danau Toba dengan menggunakan media Instagram ditanggungjawab oleh Humas atau divisi yang bersangkutan mengenai penggunaan Instagram. Dinas Pemerintahan Pariwisata Tapanuli Utara merupakan salah satu bagian penanggung jawab dari wilayah Danau Toba karena sebagian wilayahnya berada pada Kabupaten Tapanuli Utara. Penelitian Aulia Ramadhana (2021) , menghasilkan temuan bahwa Pemerintah Indonesia dalam kepemimpinan Presiden Joko Widodo mengembangkan destinasi pariwisata super prioritas di 5 (lima) objek wisata yang salah satunya di Danau Toba. Pengembangan tersebut turut menjadi konsentrasi pihak pemerintah Sumatera Utara untuk menyukseskan program prioritas ini. Strategi yang baik dalam memasarkan Danau Toba tidak hanya berasal dari pihak internal tetapi juga melibatkan pihak eksternal seperti masyarakat sekitar. Danau Toba akan memiliki citra yang baik dimata publik karena strategi promosi yang dilakukan cukup kuat untuk meyakinkan pengunjung.

Citra yang positif terhadap danau toba ini harus selalu dibangun, mengingat dalam perkembangan Danau Toba sebagai Kawasan tujuan wisata pernah mengalami krisis dan penurunan pengunjung karena adanya kecelakaan jatuhnya kapal KM Sinar Bangun. Kapal KM Sinar Bangun di Danau Toba yang tenggelam dan menewaskan puluhan orang ini membuat wisatawan berpikir kembali untuk mengunjungi danau toba karena dianggap tidak aman. Peristiwa tersebut tentunya akan menimbulkan opini publik bagi masyarakat di luar Sumatera Utara yang beranggapan bahwa kondisi di Danau Toba kurang baik untuk dijadikan tempat wisata. Kecelakaan kapal KM Sinar Bangun tidak menjadi penghambat besar dalam menurun wisatawan. Instagram sangat berperan

penting dalam menyebarkan informasi dan komunikasi dalam menjelaskan bahwa Danau Toba tetap aman untuk dikunjungi.

Situasi yang melimpa di 2 (dua) tahun terakhir yang melanda seluruh dunia karena adanya virus corona (Covid-19) menjadi masalah baru bagi setiap orang. Wabah virus yang melanda membuat tempat wisata ditutup untuk menghindari penyebarannya sehingga masyarakat harus berdiam diri di rumah dengan program “Dirumah Ajah”. Penelitian Desy Tri Anggarini, (2021) menuliskan pada industri pariwisata terlihat pada penurunan yang besar dari kedatangan kunjungan wisatawan mancanegara juga pembatalan penerbangan tiket pesawat, hotel serta penurunan pemesanan. Hal ini juga terjadi penurunan karena perlambatan perjalanan domestik, terutama wisatawan domestik, keengganan masyarakat untuk melakukan perjalanan, khawatir penyebaran dampak Covid-19 di daerah wisata. Hal ini juga terjadi pada penurunan bisnis pariwisata dan perjalanan berdampak pada usaha UMKM, pekerja informal dan lapangan kerja semakin turun. Penjelasan penelitian menunjukkan bahwa setiap dengan situasi Covid-19 yang melanda adanya penurunan dari tahun 2020 hingga tahun 2021. Tahun 2022 penurunan angka Covid-19 sudah menurun sehingga tempat wisatawan di Tapanuli Utara khususnya di Danau Toba dibuka kembali. Meningkatkan pengunjung dilakukan promosi atau penyebaran informasi dari media sosial karena konteksnya lebih mudah dijangkau. Memilih Instagram sebagai penyebaran informasi promosi Danau Toba akan efisien sebab akun yang mengakses banyak. Promosi Danau Toba di Instagram dapat dilakukan oleh siapa saja khususnya Dinas Pariwisata Tapanuli Utara.

Dinas Pariwisata Tapanuli Utara tentunya akan tetap membuat citra Danau Toba baik dalam menjaga kelestarian dan meningkatkan sektor pariwisata pada kawasan Danau Toba. Menurut Bupati Kabupaten Tapanuli Utara Nikson Nababan, pemerintah akan meningkatkan destinasi wisata melalui pengembangan kawasan wisata alam dan budaya, rohani dan agrowisata. Peningkatan wisata alam Danau Toba yang dikutip dari Dinas Pariwisata Tapanuli Utara bahwa mengajak

penggiat dalam “mengelola wisata untuk mengubah mindset juga menyatukan konsep konsep dan desain Pariwisata di Tapanuli Utara”. Pengelolaan wisata Danau Toba yang dilakukan dengan promosi pada akun sosial media Instagram dengan nama akun @dispar.taput akan menjadi sasaran utama publik dalam mengetahui Danau Toba di Kabupaten Tapanuli Utara. Pengembangan media sosial Instagram sebagai sarana penyebaran informasi wisata Danau Toba di Tapanuli Utara akan memberikan *Feedback* yang cukup baik karena pengguna yang banyak dalam mengakses.



Gambar 1.3 Akun Media Sosial Instagram Dinas Pariwisata Tapanuli Utara

Melakukan promosi Danau Toba dengan media Instagram dengan hanya melakukan postingan mengenai keindahan wisata Danau Toba tentunya tidak cukup. Kebudayaan yang berada pada kawasan Danau Toba tidak jauh dengan pakaian tradisional ulos, yang merupakan kain tradisional. Dilansir dari media berita Tobaria Toba Fashion Week termasuk sebagai salah satu dari 17 event pariwisata yang di launching dalam Calendar of Events Pariwisata Danau Toba 2022. Toba Fashion Week direncanakan akan digelar tiap tahun dan dirancang untuk menjadi kegiatan yang merupakan kebanggaan bersama masyarakat di kawasan Danau Toba. Kegiatan tersebut diproyeksikan dapat menjadi salah satu ikon wisata dan akan menambah kunjungan wisatawan. Event ini dirancang sebagai kiblat “High Fashion” atau busana kekinian di kawasan Danau Toba. Diinisiasi oleh Perkumpulan Hutanta Cerdas Cermat, event yang telah

dimulai sejak tahun 2021. Kegiatan ini dikerjakan bersama dengan berbagai komunitas generasi muda di bidang ekonomi kreatif, dan berafiliasi dengan pemerintah daerah di delapan kabupaten di kawasan Danau Toba. Kegiatan yang dilakukan tidak hanya diinformasikan dan dikomunikasikan dari mulut ke mulut saja. Informasi yang disebarkan juga menggunakan media sosial Instagram. Penyebaran Informasi di Instagram yang berperan penting karena masyarakat yang berada diluar daerah dapat mengetahui mengenai informasi kegiatan. Melalui Instagram baik pengunjung yang hadir langsung atau tidak dapat mengetahui informasi kebudayaan yang diadakan.

Penjelasan diatas menunjukkan bahwa ada kolaborasi promosi yang dilakukan secara langsung maupun melalui dunia maya. Penelitian Manogari, Rialdo Rezeky Zia dan Umi Khalidah (2018) , Hubungan Masyarakat menggunakan media informasi untuk membuat perusahaan dikenal oleh publik yang lebih luas setelah memiliki reputasi yang kokoh di komunitas yang lebih luas. Ini juga menggunakan media massa sebagai *clearing house* untuk informasi dalam promosi wisata Danau Toba. Keberadaan media sosial, khususnya yang berkaitan dengan media baru Seorang PR sangat membutuhkannya di masa wabah Covid 19 karena berbagai alasan, berita atau informasi tentang perusahaan lebih cepat disajikan melalui saluran media sosial yang dimiliki dan dipelihara oleh perusahaan. Terbukti di masa wabah Covid 19 ini, Instansi pemerintah khususnya bidang pariwisata banyak mendapat perhatian. Setiap kegiatan secara offline dilakukan promosi melalui media sosial Instagram. Setiap kegiatan akan di informasikan dan dikomunikasikan pada media sosial Instagram sehingga masyarakat akan mengetahui kegiatan dan mengajak temannya untuk ikut menonton dalam setiap pertunjukan. Penggunaan sosial media Instagram @dispar.taput juga mengadakan pemilihan Putera Puteri Bona Pasogit Tapanuli Utara atau biasa disebut dengan duta wisata setempat. Pemilihan dengan sistem kontes tersebut akan memenangkan 1 (satu) pasangan yang menjadi duta wisata Tapanuli Utara yang menjelaskan wisata seperti Danau Toba. Dengan adanya pemenang akan menjadi

influencer yang aktif pada akun Instagram Dinas Pariwisata Tapanuli Utara dalam mempromosikan Danau Toba. Pemilihan duta wisata yang dilakukan akan menjadi sasaran dalam menyebarkan informasi berupa promosi pada media sosial Instagram. Pemenang dalam kompetisi tersebut menjadi wadah dalam menyebarkan promosi Danau Toba di Instagram. Aktivitas yang dilakukan mereka akan disebar dan terus dikembangkan melalui Instagram, sehingga akan terus berkembang dan berperan penting dalam penyebaran informasi.

Berdasarkan penjelasan diatas menunjukkan upaya pemerintah dalam mengembangkan pariwisata di Danau Toba dengan melakukan promosi di media sosial Instagram cukup baik. Adanya kondisi dan situasi yang membuat berkurangnya pengunjung Danau Toba, diatasi. Penggunaan media sosial Instagram cukup efektif dalam meningkatkan pengunjung dengan diadakannya promosi. Dinas Pariwisata mampu mengelola dan mengembangkan wisata Danau Toba di Tapanuli Utara dengan melakukan event-event tradisional yang mengangkat citra dan budaya Pariwisata Tapanuli Utara. Pengembangan ini akan terus dilakukan dan ditingkatkan untuk tetap menjaga atau menaikkan citra dari Dinas Pariwisata Tapanuli Utara. Keberhasilan dari kinerja dan bentuk promosi yang dilakukan dapat dibuktikan dengan adanya peningkatan pengunjung yang datang dari dalam daerah maupun luar daerah untuk melihat keindahan Danau Toba di Tapanuli Utara. Berdasarkan latar belakang maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @dispar.taput Sebagai Promosi Danau Toba di Tapanuli Utara**”.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi yang sudah dijelaskan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui pemanfaatan media

sosial Instagram pada akun @dispar.taput dalam mempromosikan Danau Toba yang berada di kawasan Tapanuli Utara.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan diatas yang menjadi pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram melalui akun @dispar.taput dalam mempromosikan Danau Toba di Tapanuli Utara

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat yang baik secara akademis maupun praktis yakni sebagai berikut:

1. Secara praktis

Bagi pihak yang terkait dengan penelitian ini yaitu Dinas Pariwisata Tapanuli Utara dapat dijadikan sebuah masukan dalam mempromosikan Danau Toba serta pengetahuan baru bagi objek yang diteliti serta juga bisa dijadikan bahan evaluasi di masa yang akan datang.

2. Secara akademis

Manfaat akademis diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat yang baik seperti:

- Dapat dijadikan bahan ilmu pengetahuan tentang pengelolaan media sosial Instagram dan bahan penelitian yang baru.
- Bagi peneliti bisa menambah wawasan dengan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh secara teori di lapangan.
- Bagi peneliti lain bisa dijadikan sebagai acuan terhadap pengembangan atau pembuatan penelitian yang sama.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

1. 1 Waktu dan Periode Penelitian

Tahapan Riset Penelitian	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
Menentukan Topik Penelitian	✓							
Menyusun Penelitian Bab 1		✓						
Menyusun Penelitian Bab 2			✓					
Menyusun Penelitian Bab 3				✓				
Pendaftaran Desk Evaluation					✓			
Pengumpulan data riset						✓		
Pendaftaran sidang skripsi							✓	
Pelaksanaan sidang skripsi								✓