

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial merupakan sarana komunikasi yang cukup pesat perkembangannya di dalam kehidupan sehari-hari. Bukti perkembangan media sosial tampak jelas dalam aktifitas-aktifitas positif yang terjadi di masyarakat seperti di bidang perekonomian, sosial, maupun politik. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh (statista.com: 2022) penggunaan media sosial di Indonesia cukup tinggi dan setiap tahunnya mengalami peningkatan, dan melalui hasil riset yang dilakukan pada tahun 2026 diprediksi akan ada peningkatan penggunaan sosial media sebanyak 81,80%.

Jenis media sosial yang sedang marak dipergunakan di masyarakat adalah media sosial Instagram, di mana media sosial jenis ini banyak dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk meningkatkan strategi pemasaran (promosi) untuk meningkatkan penjualan. Menurut informasi yang dimuat dalam (dataindonesia: 2022), Indonesia merupakan komunitas pengguna Instagram terbesar di kawasan Asia Pasifik dengan jumlah sekitar 9,9 juta pengguna aktif dari total pengguna global sebanyak 62 juta. Pemanfaatan sosial media dapat berimbas positif bagi pencitraan objek atau destinasi wisata (Ellya: 2015). Beberapa manfaat yang dimiliki oleh Instagram yaitu menjadi platform untuk berbagi konten visual, dan sebagai platform untuk berbagi foto serta video. Kelebihan dari media sosial Instagram inilah yang

dimanfaatkan oleh tempat wisata sebagai upaya mempromosikan objek wisatanya.

Keputusan berkunjung merupakan sikap konsumen yang sudah memperoleh informasi tentang sebuah destinasi wisata yang diinginkan serta proses penilaian dan pengambilan keputusan dengan menetapkan satu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Menurut (Setiadi: 2003) mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah proses pengkombinasian atau pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih dan memilih salah satu. Keputusan ini dipengaruhi oleh dua faktor yaitu: faktor pendorong (faktor yang mendorong seseorang melakukan perjalanan) dan faktor penarik (sesuatu yang berasal dari destinasi yang dapat menarik seseorang untuk berkunjung ke objek wisata tersebut).

Pesisir Barat memiliki beberapa obyek wisata, diantaranya adalah Pantai Labuhan Jukung, Pantai Tanjung Setia, Pantai Mandiri, dan Pulau Pisang. Salah satu destinasi wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan adalah Labuhan Jukung. Pengunjung dimanjakan dengan ombak yang cocok bagi para peselancar, selain itu pantai ini juga memiliki panorama alam yang indah dengan hamparan pasir putih dan keindahan alam yang asri dan masih alami serta di sekitar pantai terdapat beberapa villa yang disewakan. Jika Labuhan Jukung dikelola dengan baik maka pantai ini akan memiliki keuntungan yang sangat besar untuk perekonomian daerah, karena Labuhan Jukung dapat dimanfaatkan sebagai objek destinasi wisata lokal maupun mancanegara. Berikut disajikan tabel kunjungan wisatawan ke destinasi Labuhan Jukung.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Labuhan Jukung

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Lokal
2020	1.531	2.548.394
2021	8	1.120
2022	26.107	36.070

Sumber: Dinas Pariwisata Pesisir Barat, 2022

Tabel di atas memberikan gambaran mengenai jumlah wisatawan yang berkunjung dari tahun 2020-2021. Selain itu, tabel tersebut juga menjelaskan penurunan jumlah pengunjung pada periode 2020-2021. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan ini dikarenakan dampak pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 yang melanda hampir dua tahun memberikan dampak yang cukup besar terhadap jumlah wisatawan di beberapa objek wisata, khususnya objek wisata di pantai Labuhan Jukung.

Gambar 1.1
Pantai Labuhan Jukung



Agar destinasi wisata pantai Labuhan Jukung dapat terus memberikan manfaat bagi perekonomian daerah setempat, pengelola pantai Labuhan Jukung menggunakan strategi khusus dalam memasarkan objek wisatanya, yaitu dengan memanfaatkan media sosial Instagram. Menurut teori Putra: 2017 dalam jurnal (Arpan: 2023) Disinilah pentingnya suatu daerah harus mampu melakukan pengelolaan objek wisata yang mereka miliki untuk memberikan keuntungan bagi daerah sehingga dapat mengembangkan objek wisatanya secara berkelanjutan. Berikut disajikan tabel kegiatan promosi pantai Labuhan Jukung dengan memanfaatkan media sosial Instagram.

Tabel 1.2

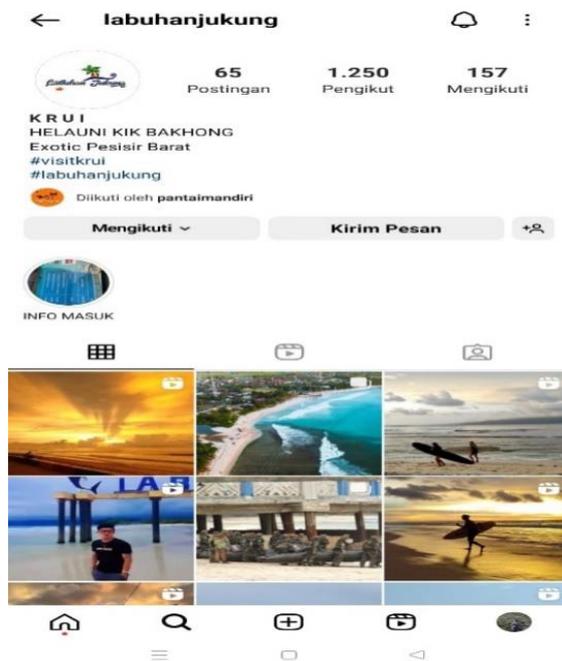
Tabel Kegiatan Media Sosial Instagram Untuk Promosi

Nama Akun Instagram	Jumlah Followers	Jenis	Jumlah Like	Priode Bulan/ Tahun	Biaya Pengeluaran dalam promosi media sosial
@labuhanjukung	1.254	Foto	71 like	Januari 2020	Rp.0
		Foto	93 like	Mei 2020	Rp.0
		Foto	94 like	Juli 2020	Rp.0
		Video	1.595 like	Agustus 2020	Rp.0
		Foto	80 like	September 2020	Rp.0
		Foto dan video	2.317 like	November 2020	Rp.0
		Video	2.136 like	Januari 2021	Rp.0
		Foto	208 like	Mei 2021	Rp.0
		Foto	140 like	Oktober 2021	Rp.0
		Video	76 like	Desember 2021	Rp.0

Sumber: Data diolah oleh penulis tahun 2023

Tabel di atas menjelaskan kegiatan media sosial instagram berpusat pada usaha membuat konten foto serta video yang menarik perhatian dan mendorong followers untuk berinteraksi serta membagikannya dalam jejaring sosial pertemanan mereka. Namun yang menjadi permasalahan adalah tidak adanya konsistensi dalam membagikan konten promosi ke dalam pertemanan mereka, dan yang sangat disayangkan di era digital ini tempat wisata tersebut kurang optimal dalam pemanfaatan media sosial khususnya instagram hal ini juga menjadi salah satu faktor pendukung jumlah pengunjung di pantai Labuhan Jukung.

Gambar 1. 2
Akun Media Sosial Pantai Labuhan Jukung



Dalam penelitian ini, peneliti lebih berfokus pada media sosial Instagram, karena media sosial instagram merupakan salah satu media yang

banyak digunakan dalam aktifitas mempromosikan produk dan jasa. Dengan begitu Instagram dapat menjadi media yang sangat berguna dalam mempromosikan pariwisata dan meningkatkan keingintahuan wisatawan tentang destinasi wisata yang menarik, dan wisatawan juga lebih terbantu dalam pengambilan keputusan saat memilih tempat wisata.

Berdasarkan fenomena yang tertera di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pengambilan Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pantai Labuhan Jukung Pesisir Barat”** untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh media sosial instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Labuhan Jukung.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh media sosial instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Pantai Labuhan Jukung Pesisir Barat?

C. Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih mudah dipahami dan terarah maka permasalahan ini dibatasi pada pengaruh media sosial instagram dan keputusan berkunjung ke wisata Pantai Labuhan Jukung Pesisir Barat.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Labuhan Jukung Pesisir Barat.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini:

1. Bagi Wisata Pesisir Barat

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengelolaan tempat wisata dalam mengembangkan media sosial dan dapat menjadi tolak ukur tempat wisata dalam hal Pengaruh Media Sosial Instagram Pada Pengambilan Keputusan Wisatawan di Pantai Labuhan Jukung Pesisir Barat.

2. Bagi Civitas Akademika.

- a. Kajian penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan mengenai pengaruh media sosial dan keputusan berkunjung ke destinasi wisata.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai kajian pustaka bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran. Selain itu, sebagai kajian dalam pengambilan keputusan yang bersifat fundamental di masa yang akan datang.