

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor strategis yang mencakup berbagai elemen seperti wisatawan, destinasi, perjalanan, industri, serta aktivitas lainnya yang saling terkait dan mendukung. Sektor ini tidak hanya menjadi salah satu penyumbang devisa terbesar bagi negara, tetapi juga berperan dalam memperkuat identitas nasional serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Indonesia, sebagai negara kepulauan yang kaya akan keanekaragaman hayati dan budaya, memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor pariwisata secara berkelanjutan. Pemanfaatan sumber daya alam sebagai objek wisata menjadi salah satu cara untuk menciptakan nilai tambah ekonomi yang signifikan.

Di era digital saat ini, media sosial memainkan peran krusial dalam promosi destinasi wisata. Media sosial memungkinkan terjadinya interaksi antara pelaku usaha pariwisata dengan wisatawan secara real time dan efisien, serta memfasilitasi penyebaran informasi secara masif. Menurut Wibowo & Yuli (2021), media sosial seperti *TikTok*, Instagram, dan Facebook tidak hanya menggantikan interaksi fisik, tetapi juga menciptakan kedekatan virtual yang mampu memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi. Media sosial menjadi sarana promosi yang lebih murah, cepat, dan efektif dibandingkan metode konvensional (Dwiyanti & Fitri, 2021).

TikTok merupakan salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan Data

Reportal (2024), jumlah pengguna *TikTok* di Indonesia mencapai sekitar 124,3 juta pengguna per Januari 2024, menjadikannya sebagai pasar pengguna *TikTok* terbesar kedua di dunia setelah Amerika Serikat. Hal ini menunjukkan potensi besar *TikTok* sebagai alat promosi yang dapat menjangkau khalayak luas, terutama generasi muda.

Pantai Sunari yang terletak di Kabupaten Kepulauan Selayar merupakan salah satu destinasi wisata bahari yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Dikenal akan keindahan alamnya yang masih alami serta suasana yang tenang, Pantai Sunari menjadi daya tarik bagi wisatawan yang menginginkan pengalaman wisata yang menyatu dengan alam. Berbagai fasilitas seperti penginapan dan akses transportasi yang memadai turut mendukung kenyamanan wisatawan yang berkunjung ke lokasi ini.

Dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, pengelola Pantai Sunari telah memanfaatkan beberapa platform media sosial, terutama Instagram dan Facebook. Namun, pemanfaatan *TikTok* masih belum dilakukan secara maksimal. Padahal, *TikTok* dengan format video singkat yang kreatif dan interaktif sangat berpotensi dalam menarik perhatian audiens, khususnya kalangan muda.

Berdasarkan data kunjungan wisatawan yang dihimpun dari pengelola Pantai Sunari, berikut adalah perkembangan kunjungan wisatawan selama satu tahun terakhir:

Tabel 1.1 perkembangan kunjungan wisatawan

Bulan	Rata-rata Kunjungan
April 2024	287 orang
Mei 2024	306 orang
Juni 2024	390 orang
Juli 2024	405 orang

Agustus 2024	348 orang
Sepetember 2024	335 orang
Oktober 2024	327 orang
November 2024	319 orang
Desember 2024	412 orang
Januari 2025	400 orang
Februari 2025	362 orang
Maret 2025	375 orang
April 2025	420 orang

sumber: pengelola pantai sunari

Tabel di atas menunjukkan perkembangan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Sunari selama satu tahun terakhir, terhitung sejak April 2024 hingga April 2025. Data tersebut mencerminkan adanya tren peningkatan yang fluktuasi setelah dimulainya pemanfaatan media sosial *TikTok* sebagai sarana promosi wisata sejak April 2024. Sebelum penggunaan *TikTok*, jumlah kunjungan wisatawan cenderung stagnan di kisaran 180–200 orang per bulan. Namun, setelah konten promosi mulai diunggah secara konsisten di *TikTok* oleh pihak pengelola dan pengguna lokal, terjadi peningkatan tajam dalam jumlah wisatawan, terutama pada bulan-bulan liburan seperti Juni–Juli, Desember–Januari, dan April saat libur Lebaran. Hal ini menunjukkan adanya korelasi antara penggunaan *TikTok* dan meningkatnya minat kunjungan wisatawan. Namun demikian, penggunaan *TikTok* sebagai media promosi masih belum optimal. Potensi viralitas dan kemampuan *TikTok* dalam membentuk tren seharusnya dapat dimanfaatkan lebih lanjut untuk meningkatkan visibilitas Pantai Sunari secara nasional bahkan internasional.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial *TikTok* terhadap minat kunjungan wisatawan di objek wisata Pantai Sunari, Kabupaten Kepulauan Selayar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai efektivitas

TikTok sebagai media promosi pariwisata serta mengidentifikasi strategi yang dapat digunakan oleh pengelola destinasi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

Melalui penelitian ini, diharapkan muncul pemahaman baru mengenai pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran digital berbasis konten kreatif. Hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengelola wisata di daerah lain yang memiliki potensi serupa, serta menjadi kontribusi ilmiah dalam pengembangan promosi pariwisata berbasis media digital di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran *TikTok* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Pantai Sunari?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas konten promosi wisata di *TikTok*?
3. Strategi apa yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan penggunaan *TikTok* dalam promosi Pantai Sunari?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan dalam latar belakang, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peran *TikTok* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Pantai Sunari

2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas konten promosi wisata di *TikTok*
3. Untuk mengetahui Strategi apa saja yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan penggunaan *TikTok* dalam promosi Pantai Sunari

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap melalui penelitian ini dapat memberikan sumbangsi pemikiran dan manfaat kepada banyak pihak. Dimana manfaat penelitian ini sebagai berikut:

A. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan untuk memanfaatkan media sosial khususnya *TikTok* dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan dan dapat dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya khususnya mengenai peran media sosial *TikTok* terhadap minat kunjungan wisatawan di Pantai Sunari Kabupaten Kepulauan Selayar.

B. Manfaat Praktis

A. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan tentang memanfaatkan media sosial *TikTok* dan untuk memenuhi syarat seminar proposal.

B. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa lain khususnya yang melakukan studi

penelitian mengenai peran media sosial *TikTok* terhadap minat kunjungan pada obyek wisata Pantai Sunari di Kabupaten Kepulauan Selayar.

C. Bagi Pengelola Pantai Sunari

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi ide dalam pengembangan ilmu pengetahuan dibidang pariwisata dan juga dapat di aplikasikan oleh pihak pengelola dalam memanfaatkan media sosial *TikTok* untuk menarik minat kunjungan wisatawan pada Pantai Sunari di Kabupaten Kepulauan Selayar.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Media Sosial dan Visual Konten *TikTok*

Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen, termasuk dalam sektor pariwisata. Menurut Khatib dalam Indriyani dan Suri (2020), terdapat beberapa faktor penting dalam media sosial yang memengaruhi minat pengguna, seperti konten yang menarik dan menghibur, interaksi antara pengguna, kemudahan mencari dan berbagi informasi, serta tingkat kepercayaan terhadap platform tersebut.

Dalam konteks pariwisata, media sosial seperti *TikTok* menjadi sarana promosi yang sangat potensial. *TikTok* tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang kuat melalui video berdurasi pendek yang menyajikan konten visual menarik. Sejak kemunculannya dan popularitasnya yang meningkat tajam di Indonesia pada tahun 2020, *TikTok* telah banyak dimanfaatkan oleh pelaku pariwisata untuk menampilkan destinasi dengan cara yang lebih kreatif dan visual (Mulyani, 2022).

Kekuatan *TikTok* terletak pada kualitas visual dan narasi yang singkat namun menarik. Menurut Chen et al. (2021), konten visual yang baik mencakup pencahayaan yang optimal, pengambilan gambar yang estetis, penggunaan musik latar yang relevan, serta *editing* yang rapi dapat meningkatkan daya tarik dan mendorong niat berkunjung wisatawan. Selain itu, kualitas video juga memengaruhi persepsi profesionalisme dan kredibilitas promosi destinasi wisata (Anshari & Hamdan, 2021).

Visualisasi yang kuat dan *storytelling* yang menggugah emosi membuat konten lebih mudah viral, serta menciptakan keterikatan emosional antara penonton dengan destinasi wisata (Xu & Pratt, 2018). Oleh karena itu, dalam strategi promosi Pantai Sunari, kualitas dan kreativitas konten *TikTok* berperan penting dalam meningkatkan eksposur dan ketertarikan wisatawan.

Setiap pengguna *TikTok* juga dipengaruhi oleh motif penggunaan tertentu, seperti keinginan mencari inspirasi, hiburan, atau informasi yang relevan dengan kebutuhan pribadi. Sari et al. (2019) serta Pramiyanti et al. (2014) menjelaskan bahwa motif ini menjadi pendorong perilaku aktif dalam mengakses, membagikan, dan merespons konten media sosial.

B. Minat Kunjungan

Minat untuk mengunjungi suatu tempat merupakan dorongan internal yang muncul dalam diri setiap individu untuk mengunjungi lokasi yang dianggap menarik dan diinginkan. Menurut Arista, Darsiharjo, dan Marhanah dalam Safitri et al. (2020), wisatawan memilih destinasi wisata berdasarkan pada konsep pengambilan keputusan pembelian. Di sisi lain, Kotler dan Keller menyatakan bahwa proses di mana wisatawan memilih destinasi yang mereka sukai menjadi dasar dari keputusan untuk berkunjung.

Damanik dan Weber, sebagaimana dikutip oleh Susianto et al. (2022), mengungkapkan bahwa keputusan untuk berkunjung dapat dijelaskan melalui lima indikator, yaitu Area Tujuan Wisata, Mode Perjalanan, Waktu dan Biaya, Agen Perjalanan, serta Sumber Layanan. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan mental yang memotivasi individu, sehingga mendorongnya

untuk lebih memperhatikan, tertarik, menikmati, dan mengambil tindakan yang berkaitan dengan objek tersebut, yang dianggap relevan dengan kebutuhan pribadi mereka. Motivasi kunjungan wisatawan dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis, sebagai berikut:

1. **Motivasi Hedonis:** Wisatawan berusaha mendapatkan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan secara emosional. Mereka melakukan perjalanan untuk bersenang-senang, bersantai, dan menikmati keindahan alam.
2. **Motivasi Budaya:** Wisatawan memiliki ketertarikan untuk mempelajari budaya, sejarah, dan tradisi dari suatu daerah. Mereka mengunjungi tempat-tempat bersejarah, museum, dan acara-acara budaya.
3. **Motivasi Sosial:** Wisatawan melakukan perjalanan untuk berinteraksi dengan orang lain, baik itu teman, keluarga, maupun orang baru. Kegiatan sosial dan pengalaman berbagi menjadi hal yang penting.
4. **Motivasi Petualangan:** Wisatawan mencari pengalaman yang baru dan tantangan, seperti olahraga ekstrem, trekking, atau eksplorasi alam.
5. **Motivasi Religius:** Beberapa wisatawan melakukan perjalanan dengan tujuan spiritual atau keagamaan, seperti ziarah ke tempat-tempat suci.

Adapun persepsi wisatawan adalah cara individu memandang dan menilai suatu destinasi, pengalaman, atau layanan yang mereka terima selama perjalanan. Persepsi ini dipengaruhi oleh berbagai elemen, antara lain:

1. **Pengalaman Sebelumnya:** Pengalaman baik atau buruk dari kunjungan sebelumnya dapat memengaruhi harapan dan penilaian terhadap destinasi yang baru.
2. **Informasi dan Promosi:** Iklan, ulasan, serta rekomendasi dari teman atau media sosial dapat memengaruhi pandangan wisatawan terhadap suatu tempat.
3. **Budaya dan Nilai Pribadi:** Latar belakang budaya dan nilai-nilai pribadi individu juga berperan dalam cara mereka menilai pengalaman wisata.
4. **Faktor Emosional:** Perasaan dan emosi yang dirasakan selama perjalanan dapat membentuk pandangan keseluruhan terhadap destinasi.

C. Konten *TikTok*

Konten di *TikTok* merupakan platform yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek. Variasi konten di *TikTok* sangat luas, meliputi:

1. **Tarian dan Musik:** Banyak pengguna menghasilkan video yang menampilkan tarian mengikuti lagu-lagu populer, yang sering kali menjadi viral dan diikuti oleh banyak orang dalam bentuk tantangan.
2. **Tutorial dan Edukasi:** Kreator memanfaatkan platform ini untuk memberikan tutorial singkat, tips, dan informasi edukatif di berbagai bidang, seperti kecantikan, memasak, dan teknologi.

3. **Komedi dan Sketsa:** Video yang lucu dan sketsa komedi sangat diminati, dengan banyak pengguna menciptakan konten yang menghibur dan mengundang tawa.
4. **Konten Inspiratif:** Beberapa pengguna berbagi cerita yang menginspirasi, motivasi, atau pengalaman pribadi yang dapat memberikan dampak positif bagi penonton.
5. **Tren dan Tantangan:** *TikTok* sering kali dipenuhi dengan tren dan tantangan yang mengajak pengguna untuk berpartisipasi, seperti tantangan tarian atau tantangan kreatif lainnya.

Format Video di *TikTok* dapat berdurasi hingga 10 menit, meskipun video yang lebih pendek (15-60 detik) biasanya lebih populer. Pengguna dapat mengunggah video dalam format vertikal, yang dioptimalkan untuk tampilan di ponsel.

1. Keterlibatan Komunitas

TikTok mendorong interaksi antar pengguna melalui fitur-fitur seperti:

- a. **Duets:** Pengguna dapat membuat video berdampingan dengan video orang lain, memungkinkan kolaborasi yang kreatif.
- b. **Stitch:** Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengambil bagian dari video orang lain dan menambahkannya ke video mereka sendiri.
- c. **Komentar dan Like:** Pengguna dapat berinteraksi dengan konten melalui komentar dan memberikan "*like*," yang membantu meningkatkan visibilitas video.

2. Algoritma *TikTok*

a. **Sistem Rekomendasi:** Algoritma *TikTok* adalah sistem yang kompleks yang bertujuan untuk menyajikan konten yang relevan dan menarik bagi setiap pengguna. Beberapa faktor yang memengaruhi algoritma ini meliputi:

i. **Interaksi Pengguna:** Algoritma memperhatikan bagaimana pengguna berinteraksi dengan konten, termasuk video yang mereka suka, bagikan, atau komentari.

ii. **Informasi Video:** Data terkait video, seperti caption, hashtag, suara, dan efek yang digunakan, juga berperan dalam menentukan relevansi video.

iii. **Pengaturan Akun dan Perangkat:** Preferensi bahasa, lokasi geografis, dan jenis perangkat yang digunakan juga memengaruhi rekomendasi.

b. **Pengalaman Pengguna:** Algoritma berfokus pada meningkatkan pengalaman pengguna dengan menyajikan konten yang sesuai dengan minat mereka. Video yang memiliki tingkat retensi tinggi, terutama di detik-detik awal, lebih mungkin untuk direkomendasikan.

c. **Penyesuaian Algoritma:** Pengguna dapat menyesuaikan rekomendasi mereka dengan menggunakan fitur "Not Interested" untuk menghindari konten yang tidak diinginkan. Ini membantu algoritma belajar dan menyajikan konten yang lebih relevan di masa mendatang.

d. Kualitas Konten: Konten yang berkualitas tinggi, dengan pengeditan yang baik dan estetika yang menarik, cenderung mendapatkan lebih banyak perhatian. *TikTok* mendorong kreator untuk memanfaatkan fitur pengeditan dan efek yang tersedia untuk meningkatkan daya tarik visual video mereka.

D. Obyek dan Daya Tarik Wisata

Edward (1991:27) menyatakan bahwa suatu objek wisata harus memiliki lima elemen penting, yaitu:

1. Daya tarik merupakan faktor utama yang membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi suatu tempat, baik sebagai tujuan utama maupun sebagai tempat sekunder yang dikunjungi selama perjalanan utama. Wisatawan mengunjungi tempat tersebut dengan harapan dapat menyaksikan, merasakan, dan menikmati apa yang ditawarkan oleh objek wisata tersebut. Daya tarik ini dapat dibedakan menjadi daya tarik lokasi, yang merupakan daya tarik permanen.
2. Prasarana wisata mencakup fasilitas yang diperlukan untuk melayani wisatawan selama perjalanan wisata. Fasilitas ini biasanya berfokus pada daya tarik wisata yang ada di lokasi tersebut, sehingga harus tersedia di dekat objek wisata. Prasarana wisata berperan dalam mendukung perkembangan lokasi wisata tersebut.
3. Sarana wisata merupakan kelengkapan yang ada di daerah tujuan wisata yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama

perjalanan mereka. Pembangunan sarana ini harus sesuai dengan kebutuhan wisatawan, baik dari sisi jumlah maupun kualitasnya.

4. Infrastruktur adalah faktor yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik dalam bentuk sistem pengaturan maupun bangunan fisik yang ada di atas atau di bawah permukaan tanah, seperti sistem pengairan, pasokan listrik dan energi, jalur angkutan, terminal, sistem komunikasi, serta sistem keamanan dan pengawasan.

5. Lingkungan dan budaya daerah wisata juga memiliki peran penting dalam menarik wisatawan. Objek dan daya tarik wisata yang dimiliki oleh daerah tersebut akan mengundang kedatangan wisatawan.

E. Pantai Sunari

Resort Beach Sunari adalah sebuah tempat penginapan yang terletak di Pulau Selayar, Sulawesi Selatan, Indonesia. Tempat ini menawarkan pengalaman liburan yang tenang dan alami, dengan keindahan pantai tropis dan panorama terumbu karang yang memukau. Pulau Selayar sendiri merupakan tujuan wisata yang masih relatif sepi pengunjung, menjadikannya pilihan sempurna bagi wisatawan yang mencari ketenangan serta petualangan di alam yang belum banyak dijelajahi.

Kepulauan Selayar terkenal dengan berbagai destinasi wisata pantai yang menarik, salah satunya adalah Pantai Sunari yang terletak di Dusun Tile-tile, Kecamatan Bontoharu. Pantai ini dihiasi oleh deretan pohon kelapa yang tumbuh hampir di seluruh area pantai. Terletak sekitar 15 kilometer ke arah selatan dari

Kota Benteng, Pantai Sunari dapat dijangkau dengan kendaraan roda dua atau roda empat dalam waktu sekitar 30 menit perjalanan.

Bagi pengunjung yang ingin menikmati pantai dalam waktu singkat, akan dikenakan biaya masuk sebesar Rp 10.000. Dengan biaya tersebut, pengunjung dapat menikmati suasana pantai yang menawarkan hamparan pasir berwarna kelabu serta daya tarik estetika yang memikat. Pengelola pantai secara rutin menjaga kebersihan kawasan ini, memastikan bahwa area tetap bersih dan bebas dari sampah.