

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pemasaran digital atau *digital marketing* merupakan sebuah usaha dalam mempromosikan suatu brand/merek, produk melalui media digital. Media digital yang banyak digunakan adalah internet, media sosial, televisi, handphone dan berbagai media digital yang lainnya. Pada saat ini dengan adanya teknologi digital yang semakin maju maka hampir semua aktifitas manusia di seluruh dunia terlibat dengan beragam jenis kesibukan di dalamnya. Seperti halnya media social Instagram. Brand Development Lead Instagram APAC Paul Webster menyatakan bahwa di Indonesia pengguna aktif per bulannya telah menjadi dua kali lebih besar dari tahun ke tahun mulai dari pertengahan tahun 2015," terdapat 12 ribu pengguna asal Indonesia yang bergabung di komunitas pengguna Instagram bernama Insta Meet. masyarakat Amerika Serikat masih menjadi pengguna terbesar di dunia, yang angkanya mencapai 75 persen. Sedangkan 25 persen lain tersebar di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia, dengan jumlah keseluruhan mencapai 400 juta pengguna. Secara rata-rata, pengguna Instagram membagikan 150 foto dalam sebulan, dengan lebih dari 80 juta foto dan video dibagikan secara global setiap hari, dan menghasilkan 3,5 miliar like. (<https://m.tempo.co/read/news/2016>)

Pemasaran digital khususnya melalui internet online atau media sosial dan website terkesan sangat populer. Ada beberapa hal yang melatar belakangi maraknya pemasaran digital melalui internet contohnya di sosial media karena, jangkauan target sangat luas, adanya kemudahan antara kedua belah pihak baik calon pembeli maupun penjual tidak harus bertemu langsung. Saat ini umumnya hampir setiap perusahaan atau

individu menjalankan usaha menggunakan sistem tersebut. Berbagai macam jenis bidang usaha telah di jalankan melalui pemasaran digital, terutama karena peran pemasaran digital terkait dengan kekuatan visual fotografi sebagai mediator komunikasi digital marketing seperti melalui instagram.

Demikian pula dunia pariwisata tidak terlepas dari perkembangan media digital dalam menyampaikan informasi khususnya media fotografi dan media sosial. Keberadaan fotografi bagi para pelaku pariwisata tentunya untuk kebutuhan publikasi atau promosi objek pariwisata karena fotografi dianggap sanggup merepresentasikan keindahan dari objek wisata yang ada sesuai dengan aslinya. Selain itu, fotografi juga sangat erat hubungannya dengan wisatawan atau orang yang melakukan perjalanan wisata. Antopani (2015).

Beberapa tempat wisata di dunia atau daerah lain yang semakin terkenal juga tidak lepas dari peran kekuatan visual fotografi dalam memperluas informasi, dimana pesan visual yang kreatif muncul memberikan kesan tersendiri bagi siapa saja yang melihat. Tentunya dengan karya foto yang mampu memberikan seluruh informasi serta deskripsi foto singkat yang menarik dan komunikatif. Seiring jalannya perkembangan media digital khususnya dalam pemasaran pariwisata, Kabupaten Kepulauan Sangihe belum menggunakan media-media tersebut secara tepat. Harki (freelance photographer anemon)

Sangihe merupakan sebuah Kabupaten yang terletak di Provinsi Sulawesi Utara dengan memiliki luas wilayah 1.012,94 km<sup>2</sup> dan berpenduduk 129.609 jiwa. Kabupaten kepulauan Sangihe terletak di antara pulau Sulawesi dengan pulau Mindano serta berada tepat di Samudera Pasifik yang antara lain berhadapan dengan Negara tetangga Filipina.

Kepulauan Sangihe sebagai kepulauan wisata bahari menawarkan daya tarik tersendiri yakni ; panorama seascape dan landscape memiliki garis pantai pasir putih halus yang panjang, serta hampir di semua pulau-pulau yang ada di kabupaten Sangihe memiliki taman laut yang di dalamnya terdapat biota laut langka, mulai dari jenis ikan, terumbu karang warna, termasuk wisata bawah laut Sangihe adalah Gunung Api bawah laut yang berstatus aktif. Keberadaan wisata gunung berapi bawah laut (Banua Wuhu) memikat perhatian para wisatawan mancanegara/domestik khususnya wisatawan pecinta *Volcano Underwater*. Yang sudah ada dalam Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPARDA) Kabupaten Kepulauan Sangihe 2016-2031 (2016).

Selain itu, yang tidak kalah menarik adalah warisan seni dan budaya serta beberapa situs sejarah antara lain, festival seni pertunjukan musik bambu, naynyian masamper, tarian adat, upacara adat Tulude, kerajinan tangan tradisional, makam raja-raja kuno sangihe serta tempat-tempat bersejarah lainnya. Dengan demikian hal ini menjadikan Kabupaten Kepulauan Sangihe sebagai salah satu pilihan destinasi wisata dengan potensi terbaik bagi para wisatawan untuk datang berkunjung.

Kabupaten Kepulauan Sangihe sudah beberapa kali terlibat dalam program kementerian pariwisata dan budaya untuk ikut turut berpartisipasi mensukseskan kegiatan pariwisata indonesia antara lain melalui; Pesona Sangihe, Sail Sangihe, dan kegiatan wisata yang lainnya. Tetapi kunjungan wisatawan datang ke Sangihe relatif tidak menunjukkan hasil seperti yang diharapkan, dalam artian masih jumlah wisatawan yang datang berkunjung.

Menurut informasi melalui diskusi tentang pariwisata Kabupaten Kepulauan Sangihe dengan beberapa wisatawan maupun calon wisatawan menyatakan; bahwa

mereka tidak tahu di Indonesia ada kepulauan Sangihe yang memiliki potensi wisata menjanjikan, mulai dari wisata bahari, keanekaragaman seni warisan budaya dan yang lainnya.

Adapun calon wisatawan yang sudah mengetahui keberadaan Kepulauan Sangihe menyatakan bahwa mereka sudah melihat beberapa pilihan destinasi dan produk wisata Kepulauan Sangihe melalui media sosial berupa postingan foto dan video tetapi tidak menemukan informasi yang jelas terkait wisata Kepulauan Sangihe misalnya petunjuk perjalanan wisata ke Sangihe, jenis-jenis produk wisata yang ditawarkan, hal seperti itu tidak disertakan dengan jelas baik foto maupun video yang terkait potensi wisata Sangihe.

Menurut Informasi wisatawan *backpacker* yang memberikan pernyataan bahwa Promosi Potensi wisata Sangihe masih lemah, belum optimal dan harus berusaha keras dalam menjangkau sasaran secara luas agar dapat mendatangkan wisatawan, walaupun terkesan aktif dalam mengadakan kegiatan-kegiatan pariwisata tetapi promosi memiliki peranan yang sangat penting sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai. (Tagarora, wisatawan *backpacker* Jakarta).

Dari mesin pencari di Internet (*search engine*) menunjukkan bahwa (1) Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Sangihe tidak memiliki akun media sosial baik *Instagram* maupun *Facebook* yang memuat hasil foto wisata atau informasi tentang kepariwisataan. (2) Akun media sosial *Instagram* wisata Sangihe di kelolah oleh individu/komunitas travel dengan tampilan foto dan informasi terbatas. (3) Tidak adanya foto-foto wisata Sangihe yang bagus diunggah di *Instagram* karena lebih dominan hasil swafoto (*selfie*) dan hanya menyertakan lokasi atau nama tempat tanpa informasi yang singkat, jelas dan menarik.

Fotografi memiliki kekuatan merekam atau menciptakan gambar secara ganda dalam waktu bersamaan saat itu juga, dengan tampilan visual yang memberikan esensi dan kesan yang dapat menarik perhatian siapa saja. maka dari itu dengan adanya fotografi dalam pemasaran digital pariwisata Sangihe di media sosial instagram agar supaya dapat menjawab setiap bentuk permasalahan yang peneliti paparkan, terlebih khusus dalam meningkatkan pariwisata Kabupaten Kepulauan Sangihe.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dikarenakan promosi potensi pariwisata Kabupaten Kepulauan Sangihe belum optimal dalam pemasaran pariwisata melalui pemasaran digital sehingga perlu diidentifikasi masalah serta jalan keluar melalui efektivitas fotografi sebagai mediator komunikasi pemasaran digital di Instagram untuk pariwisata Kabupaten Kepulauan Sangihe.

## **1.3. Pertanyaan Penelitian**

1. Apa peran fotografi dalam pemasaran digital melalui media sosial Instagram bagi pariwisata Kabupaten Kepulauan Sangihe?
2. Bagaimana konsep fotografi dalam pemasaran digital melalui media sosial Instagram yang komunikatif dan kreatif untuk pariwisata Kabupaten Kepulauan Sangihe?
3. Bagaimana respons pengguna media sosial Instagram ketika melihat hasil fotografi wisata Kabupaten Kepulauan Sangihe?



#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah;

- 1.4.1 Menjelaskan peran fotografi dalam pemasaran digital melalui media sosial Instagram untuk meningkatkan pariwisata Kabupaten Kepulauan Sangihe.
- 1.4.2 Mengetahui konsep fotografi dalam pemasaran digital melalui media sosial instagram yang komunikatif dan kreatif untuk meningkatkan pariwisata Kabupaten Kepulauan Sangihe.
- 1.4.3 Menganalisis respons pengguna Instagram ketika melihat hasil fotografi wisata Kabupaten Kepulauan Sangihe melalui pemasaran digital di media sosial Instagram.



#### **1.5. Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Praktis**

- 1). Bagi Pemerintah daerah kabupaten kepulauan Sangihe, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sangihe serta seluruh Stakeholder maupun pihak yang terkait, agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat yang positif dalam rangka meningkatkan pariwisata daerah kepulauan Sangihe, serta terlebih khusus dapat meningkatkan Pendapatan asli daerah (PAD) dalam masa yang akan datang.
- 2). Bagi masyarakat Kabupaten Kepulauan Sangihe, diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan masyarakat serta rasa kepedulian yang tinggi untuk mengelolah potensi wisata dalam rangka meningkatkan dan menstabilkan kondisi perekonomian masyarakat.

3). Bagi seluruh pelaku fotografi atau komunitas fotografi di daerah Kabupaten kepulauan Sangihe, melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kreativitas dalam menciptakan karya-karya foto yang tidak hanya sekedar teknik, melainkan memiliki konten, berkarakter, serta dapat memberikan informasi menarik dan komunikatif bagi penikmat foto.

### **1.5.2 Manfaat Teoritis**

Menambah wawasan pengetahuan tentang bagaimana melakukan pemasaran digital melalui kekuatan visual fotografi dan media sosial untuk meningkatkan pariwisata daerah. bahwa Kegiatan perancangan dan pengembangan untuk meningkatkan potensi pariwisata daerah adalah bagian penting sehingga membawa dampak yang positif dari berbagai aspek, mulai dari perekonomian, social dan budaya serta mampu menunjang kesejahteraan masyarakat. Adapun dari penelitian ini dapat memberikan sumbangsih yang berupa masukan dalam upaya meningkatkan potensi pariwisata.

