

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang memainkan peran penting dalam pembangunan sebuah negara. Provinsi Kepulauan Riau (Kepri), yang terletak di Indonesia, memiliki banyak potensi pariwisata. Kepri menawarkan banyak destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan lokal dan internasional, dengan pulau-pulau indah, pantai berpasir putih, dan kekayaan alam bawah laut yang menakjubkan. Dari berbagai pilihan destinasi wisata yang ada di Provinsi Kepri, destinasi yang cukup populer adalah Lagoi yang terletak di Pulau Bintan. Berdasarkan dari situs *website* Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Riau (2022), Kabupaten Bintan tercatat pada tahun 2022 memiliki jumlah wisatawan Mancanegara sebanyak 137,526 dari total pengunjung Provinsi Kepulauan Riau sebanyak 758,154<sup>1</sup>.

Wisata di Pulau Bintan menawarkan keindahan alam, *resort* mewah, dan berbagai kegiatan rekreasi yang menarik. Hal ini dilakukan untuk memberikan pengalaman wisata dan daya tarik yang unik bagi wisatawan. Berdasarkan dari situs *website* bintantourism (2023), ada beberapa rekomendasi wisata di Pulau Bintan Kepulauan Riau. Pertama ada Bukit Pasir Busung dan danau biru, yang mana Bukit Pasir Busung terbentuk dari aktivitas penambangan yang tidak lagi berlangsung dan Danau Biru yang memiliki air berwarna biru karena bekas pertambangan. Kedua ada wisata *Crystal Lagoon*, yang merupakan wisata laguna

---

<sup>1</sup> Bps kepri. 2022. *Jumlah Wisatawan Mancanegara yang Datang (Kunjungan) 2022*. <https://kepri.bps.go.id/indicator/16/29/2/jumlah-wisatawan-mancanegara-yang-datang.html>  
Diakses pada 26 Oktober 2023

air buatan pertama di Asia Tenggara. Ketiga ada wisata Lagoi Bay, yang merupakan wisata pantai dengan beberapa wisata modern seperti resort mewah, jetski, *speed boat*, *snorkeling*, hingga kegiatan berenang. Keempat ada wisata Bintan Mangrove yang merupakan wisata hutan bakau yang dapat dijelajahi dengan suasana yang asri dan alami. Kelima ada wisata *Treasure By Bintan*, merupakan wisata dengan *Chill Cove*. *Chill Cove* sendiri merupakan *one step attraction park* yang memiliki taman rekreasi dan tempat olahraga untuk berbagai usia<sup>2</sup>.

Lagoi sendiri terletak di Kecamatan Telok Sebong, Kabupaten Bintan, Kepulauan Riau yang juga bersebelahan dengan Negara Singapura. Dari letak geografis tersebut, Lagoi memiliki pelabuhan Internasional Bandar Betan Telani yang mana melayani wisatawan dari Singapura. Dilansir dari Antara (2022), pada tahun 2019 wisata lagoi dikunjungi hingga 2 juta wisatawan, yang mana sebagian besar wisatawan berasal dari Singapura<sup>3</sup>. Selain itu berdasarkan dari berita tersebut, Lagoi menawarkan keindahan pantai pasir putih dengan resort, hotel berbintang, restoran mewah dan berbagai fasilitas hiburan dalam memanjakan wisatawannya.

Salah satu wisata yang cukup populer di Lagoi adalah Treasure Bay Bintan. Dikutip dari Antara (2022), Treasure Bay pertama kali diremiskan pada tanggal 26 Februari 2011 oleh Susilo Bambang Yudhoyono. Berdasarkan dari situs resmi Treasure Bay Bintan (2023), merupakan kota resort tepi pantai dengan

---

<sup>2</sup> Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bintan. 2023. *Daftar 5 Rekomendasi Tempat Wisata di Pulau Bintan Kepulauan Riau, No 2 Bahkan Populer hingga ke Luar Negeri!* <https://bintantourism.com/2023/07/24/daftar-5-rekomendasi-tempat-wisata-di-pulau-bintan-kepulauan-riau-no-2-bahkan-populer-hingga-ke-luar-negeri/> Diakses pada 26 Oktober 2023.

<sup>3</sup> Panama Nikolas. 2022. *Treasure Bay surga tersembunyi di bibir Pantai Lagoi Bintan* <https://www.antaraneews.com/berita/2868061/treasure-bay-surga-tersembunyi-di-bibir-pantai-lagoi-bintan> Diakses pada 9 Desember 2023

luas 338 hektar. Treasure Bay juga memiliki fokus pada tiga hal seperti membuat ikon untuk menunjukkan potensi tersembunyi Bintan, menjadikan kesehatan sebagai pilar utama, dan mengembangkan produk pariwisata yang inovatif. Seperti menggabungkan pengalaman rekreasi, hiburan, hiburan malam, serta kesehatan dan kebugaran, ritel, dan resort<sup>4</sup>.

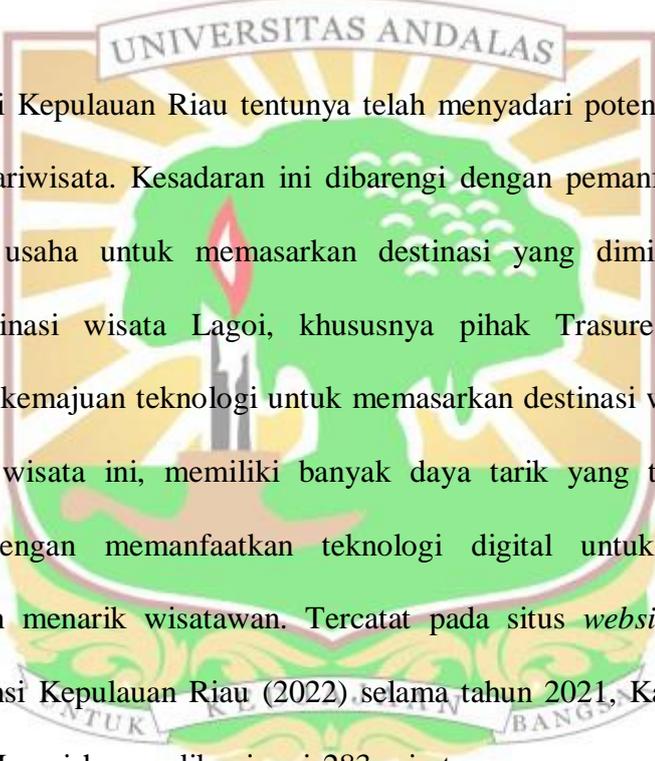
Treasure Bay Bintan menawarkan wisata unggulan seperti Crystal Lagoon, sebuah laguna air laut buatan pertama di Asia Tenggara, yang menyediakan beragam aktivitas rekreasi dan olahraga untuk segala usia. Chiva-Som Bintan menawarkan pengalaman holistik dengan spa, kebugaran, dan layanan kesehatan untuk menyeimbangkan tubuh, jiwa, dan pikiran. Sementara Organic Farm mengintegrasikan kesehatan dan keberlanjutan dengan pertanian organik serta menyediakan makanan dari kebun ke meja. Di sekitar Treasure Bay, terdapat destinasi Natra Bintan yang menghadirkan liburan menyatu dengan alam, dengan aktivitas seperti *trekking* dan bersepeda di tengah keindahan alam tropis. The Anmon Resort Bintan, di sisi lain, menggabungkan gaya modern dengan nuansa alam yang tenang, menawarkan fasilitas mewah seperti kolam renang infinity dan restoran lezat, menjadikannya pilihan yang sempurna untuk liburan istimewa di Pulau Bintan.

Perilaku wisatawan yang mengunjungi tempat wisata telah berkembang secara signifikan sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan jaringan yang tersebar di seluruh dunia. Wisatawan saat ini memiliki kecenderungan mencari informasi tentang tempat wisata, memesan akomodasi, dan merencanakan perjalanan mereka secara *online*. Mereka menggunakan *platform* digital seperti

---

<sup>4</sup> Treasure Bay Bintan. 2023. *Introduction to Treasure Bay Bintan*. <https://www.treasurebaybintan.com/about-us/introduction-treasure-bay-bintan> Diakses pada 9 Desember 2023

situs web, aplikasi perjalanan, dan media sosial untuk mendapatkan panduan perjalanan, rekomendasi, dan ulasan dari sesama wisatawan. Perkembangan *platform* digital ini telah membuka kesempatan baru untuk mempromosikan destinasi pariwisata kepada audiens yang lebih luas, memungkinkan lebih banyak interaksi dengan wisatawan. Komunikasi pemasaran sendiri memiliki peran untuk melakukan promosi melalui komunikasi untuk mempengaruhi perilaku konsumen melalui proses menginformasikan, meyakinkan, serta mengingatkan (Bahfiarti, 2021, h.23).

The logo of Universitas Andalas is a shield-shaped emblem. At the top, a banner contains the text 'UNIVERSITAS ANDALAS'. The central part of the shield features a green tree with a red flame-like shape at its top. Below the tree, there is a white structure resembling a monument or a building. The bottom of the shield is decorated with a green and yellow pattern. A banner at the very bottom of the shield contains the text 'UNTUK KEBAHAGIAN BANGSA'.

Provinsi Kepulauan Riau tentunya telah menyadari potensi yang dimiliki dari industri pariwisata. Kesadaran ini dibarengi dengan pemanfaatan teknologi digital dalam usaha untuk memasarkan destinasi yang dimiliki pemerintah provinsi. Destinasi wisata Lagoi, khususnya pihak Trasure Bay tentunya memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memasarkan destinasi wisatanya. Salah satu destinasi wisata ini, memiliki banyak daya tarik yang telah dijabarkan sebelumnya dengan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan potensinya dan menarik wisatawan. Tercatat pada situs *website* Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Riau (2022) selama tahun 2021, Kabupaten Bintan tempat wisata Lagoi hanya dikunjungi 283 wisatawan mancanegara. Selanjutnya pada tahun 2022 memiliki peningkatan sampai 137,526 wisatawan mancanegara. Hal tersebut tentunya tidak terlepas dari penggunaan dan pemanfaatan media digital dalam melakukan komunikasi pemasaran.

Penerapan strategi komunikasi pemasaran memiliki tujuan untuk penggunaan media sosial dalam berinteraksi dengan wisatawan, membangun citra merek yang kuat melalui konten *online*, mengoptimalkan situs web target untuk

optimasi mesin pencari (SEO), dan bahkan membuat kampanye iklan *online* yang ditargetkan. Semua ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman wisatawan yang lebih informatif, menarik, dan terhubung. Selain itu komunikasi pemasaran digital memiliki kelebihan di antaranya efisiensi biaya, interaktivitas, pemberdayaan, pemirsa tidak terbatas, durasi secara permanen, konten tidak terbatas, dan fleksibel (Winarko, 2021).

Potensi yang besar dari komunikasi pemasaran wisata berbasis digital, tentunya dibarengi dengan tantangan yang akan dihadapi. Pertama, persaingan *online* yang ketat dalam industri perjalanan memerlukan strategi yang tepat untuk menonjol dari destinasi pesaing. Kedua, rentang perhatian konsumen *online* sangat pendek, sehingga penting untuk membuat konten yang menarik dan relevan yang dapat menarik perhatian wisatawan. Ketiga, menjaga reputasi *online* yang positif dan mengatasi ulasan atau kekhawatiran negatif. Selain itu terdapat kekurangan dalam komunikasi pemasaran digital di antaranya berpotensi dapat ditiru oleh pesaing, memiliki kendala teknis, penipuan, permasalahan teknologi, serta waktu yang lama dalam keberhasilan yang terukur (Winarko, 2021).

Treasure Bay yang termasuk ke dalam wisata Lagoi Kecamatan Bintan, mempromosikan wisatanya melalui akun digital Instragam. Digitalisasi merupakan istilah untuk melihat suatu proses perubahan media. Proses yang dimaksud seperti transisi dari cetak, video, dan audio ke digital (Lestyaningrum, dkk, 2022, 15). Dalam hal ini digitalisasinya berupa penggunaan Instagram dan Treasure Bay memiliki akun Instagram yang bernama @treasurebaybintan.official. Dalam akun tersebut terdapat informasi dan hal yang berkaitan dengan wisata yang ada di Treasure Bay.

Terciptanya komunikasi pemasaran yang efektif, perlu adanya pemahaman mendalam terkait komunikasi pemasaran pariwisata yang diterapkan dengan baik dan efisien dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Studi kasus mengenai komunikasi pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Treasure Bay pada instagramnya diharapkan dapat memberi wawasan yang penting tentang destinasi wisata yang memanfaatkan digital untuk mencapai tujuannya. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari lebih lanjut tentang praktik dan kesulitan yang terlibat dalam komunikasi pemasaran pariwisata pada wisata Treasure Bay. Untuk melihat hal tersebut, peneliti mencoba untuk mencari tahu dengan menggunakan teori *marketing mix*. Menurut Kolter dalam (Daryanto, 2019) menjelaskan *marketing mix* merupakan kumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Nantinya Instagram @treasurebaybintan.official akan dilihat komunikasi pemasaran berdasarkan dari *product, place, price, dan promotion*.

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pengelola destinasi wisata dan pihak berkepentingan lainnya dalam membuat strategi pemasaran digital yang efektif. Diharapkan dampaknya agar pariwisata Lagoi terkhusus pada wisata Treasure Bay dapat memanfaatkan potensi pariwisatanya yang besar dan meningkatkan daya tarik tempat wisatanya. Berdasarkan dari latar belakang yang telah peneliti jabarkan sebelumnya, dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan jumlah pengunjung selama tahun 2022. Maka dari itu menarik untuk diketahui tentang komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh pihak wisata Lagoi, Kepulauan Riau. Maka dari itu, penelitian dapat dijabarkan bahwa peneliti

bermaksud melakukan penelitian dengan judul: aktivitas komunikasi pemasaran oleh Treasure Bay Bintang melalui akun media sosial.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, bahwa komunikasi pemasaran memiliki peran yang penting dalam industri pariwisata di wisata Lagoi. Maka dari itu peneliti merumuskan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Aktivitas Komunikasi Pemasaran Pariwisata pada Media Sosial Instagram Treasure Bay Bintang?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka dalam penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan aktivitas komunikasi pemasaran pariwisata pada media sosial Treasure Bay Bintang menggunakan teori *marketing mix*
2. Mendeskripsikan kendala aktifitas komunikasi pemasaran pariwisata pada Media Sosial Treasure Bay Bintang.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis.

Penelitian ini diharapkan agar bisa menjadi pengembangan pengetahuan dalam kajian bidang studi ilmu komunikasi terkhususnya pada bidang komunikasi pemasaran, digital, wisata dan manajemen komunikasi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi atau rujukan bagi mahasiswa lain khususnya komunikasi dalam kajian manajemen

komunikasi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan kepentingan pembelajaran bagi mahasiswa.

## 2. Manfaat Praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman, pandangan, dan pengetahuan ke masyarakat agar lebih memahami komunikasi pemasaran dan mengetahui upaya yang dilakukan oleh pihak objek wisata Lagoi, serta diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi pihak komunikasi pemasaran objek wisata dalam memasarkan wisatanya.

