

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kabupaten Belitung Timur merupakan salah satu Kabupaten yang termasuk ke dalam wilayah administrasi Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Kabupaten ini terletak di Pulau Belitung dengan luas wilayah administrasi 2.506,91 km², Kabupaten Belitung Timur terdiri atas 7 (tujuh) Kecamatan yaitu Kecamatan Manggar, Kecamatan Gantung, Kecamatan Simpang Renggang, Kecamatan Simpang Pesak, Kecamatan Dendang, Kecamatan Damar, dan Kecamatan Kelapa Kampit.

Kabupaten Belitung Timur mulai dikenal sebagai destinasi wisata mulai dari tahun 2008 melalui sebuah film adaptasi dari novel karya Andrea Hirata yang berjudul Laskar Pelangi. Pada masa itu, tujuan wisatawan datang ke Kabupaten Belitung Timur untuk mengunjungi Replika SD Muhammadiyah Laskar Pelangi dan Museum Kata Andrea Hirata. Seiring berjalannya waktu, berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Belitung Timur tahun 2016-2025 tujuan pembangunan kepariwisataan daerah ditujukan pada penguatan dan pengembangan daya tarik wisata sejarah timah, budaya dan dipadukan dengan wisata bahari. Pada tahun 2021 Pulau Belitung masuk ke dalam daftar UNESCO Global Geopark, saat ini terdiri atas 23 geosite dan 8 diantaranya berada di Kabupaten Belitung Timur yakni Open Pit Nam Salu

Tebat Rasau Cenozoic Swamp, Gunung Lumut, Pantai Punai, Burung Mandi Cretaceous Granidiorite, Batu Begalang dan Pulau Buku Limau.

Berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Belitung Timur tahun 2016-2025 Kawasan Pengembangan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur terdiri atas 3 (tiga) yakni KPPK Burung Mandi dan sekitarnya; KPPK Genting Apit dan sekitarnya; KPPK Gunung Duren-Pulau Ayam dan sekitarnya. Dari 3 (tiga) KPPK tersebut dibagi atas daya tarik wisata primer dan daya tarik wisata sekunder. Daya tarik wisata primer meliputi Pantai Burung Mandi, Desa Wisata Burung Mandi, Pantai Bukit Batu, Pantai Tambak, flora & fauna khas (Gunung Sepang dan Sungai Lenggang di Desa Lintang), Air Terjun Aik Ruak, perkebunan lada, muar madu, mitos Genting Apit, Kawasan Gunung Duren di Desa Lilangan, dan Air Terjun Gunung Lumut di Desa Limbongan. Daya tarik sekunder meliputi Vihara Sun Go Kong, Vihara Dewi Kwan Im, Kawasan Balai benih Ikan, Kawasan Minawisata Payau, Danau Mempayak, Situs Peninggalan Pabrik Karet Desa Sukamandi, agrowisata perkebunan masyarakat, Kampung Seni Bangek, Simpang Tige, Irigasi Bendungan Jepang, areal persawahan, bangunan peninggalan Jepang, Pulau Ayam, Pulau Sukun & Melidang, Pantai Gusong Cine, Situs Batu Penyu, Klenteng Li San, Situs Makan K. A. Loeseh dan Tu' Medang.

Dari semua daya tarik wisata yang disebutkan tidak semuanya dikenal oleh masyarakat luas, bahkan berdasarkan data masih banyak masyarakat Pulau Belitung yang tidak begitu mengetahui mengenai daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Belitung Timur. Oleh karena itu, perlu

adanya media promosi yang bisa menyampaikan informasi mengenai daya tarik wisata kepada masyarakat luas. Pada masa ini, promosi melalui media sosial memberikan dampak yang signifikan ketika wisatawan memutuskan untuk berwisata ke suatu destinasi.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010) menyatakan bahwa media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan menciptakan pertukaran konten atau *user generated content*”. Media sosial mengubah interaksi sosial menjadi lebih dekat walau jarak saling berjauhan, melalui sosial media segala jenis informasi di seluruh dunia dapat tersampaikan dengan cepat. Tiktok menjadi media sosial yang diminati oleh berbagai usia dan menjadi media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat pada era ini. Berdasarkan data terbaru *Business of Apps* saat ini pengguna aktif bulanan Tiktok di dunia mencapai 1,68 miliar hingga kuartal I/2023, jumlah ini meningkat sebanyak 4,8% dibandingkan pada kuartal sebelumnya yang hanya sebanyak 1,6 miliar. Angka ini mengalahkan media sosial Instagram yang sebelumnya menjadi media sosial dengan pengguna aktif terbanyak di dunia, per kuartal I/2023 pengguna aktif Instagram hanya sebanyak 1,32 miliar dan mengalami penurunan hingga 10,8% (*We Are Social & Hootsuite*). Tiktok digemari oleh masyarakat karena memberikan konten video yang bisa dibagikan, disukai, dan dikomentari oleh pengguna lain. Tiktok lebih memungkinkan seluruh penggunanya bisa menjadi viral dan terkenal, sehingga pengguna terdorong untuk mengekspresikan diri dengan konten-konten yang sederhana dan fitur edit video yang bisa diakses

dengan mudah, tentu saja hal ini lebih menguntungkan untuk melakukan aktivitas pemasaran melalui media sosial Tiktok.

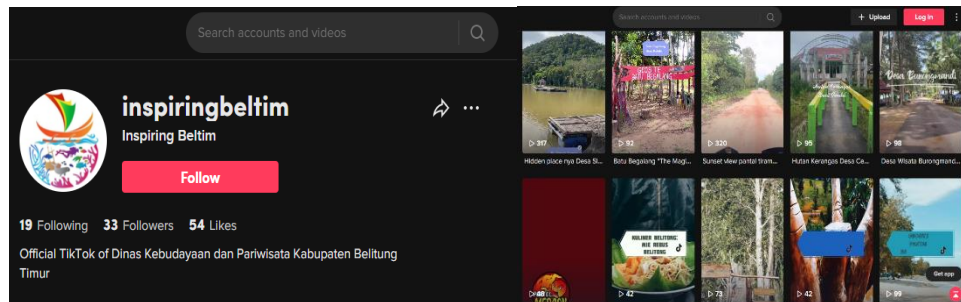
Terdapat beberapa faktor yang mendorong ledakan pertumbuhan pengguna tiktok menurut Aurelia dan Fahira (2021):

1. Tiktok mampu menjamin keamanan data privasi pengguna.
2. Tiktok merupakan media sosial dengan konsep “*everyone can be famous*”.
3. Tiktok digunakan oleh berbagai kalangan usia.
4. Konten video di tiktok memberikan berbagai jenis hiburan (drama, komedi, kontroversi, dll).

Menurut hasil penelitian Laily (2021), didukung oleh hasil penelitian Dewa (2021), Sidauruk (2021) dan Ekarwati (2021) bahwa media sosial Tiktok menjadi media sosial paling efektif untuk melakukan aktivitas promosi dan pemasaran digital. Hal ini dikarenakan Tiktok bisa memberikan informasi yang lebih lengkap namun biaya yang dikeluarkan rendah, selain itu bisa dilakukan dalam waktu yang relatif singkat dan memiliki fitur-fitur pemasaran yang lengkap seperti iklan, promosi, pemasaran langsung, pemasaran personal, penjualan dan *publicrelation*. Hal ini dikarenakan media sosial Tiktok memungkinkan untuk melakukan posting konten video pariwisata dengan durasi 15 detik hingga 10 menit dan memiliki fitur yang lebih beragam dibandingkan media sosial yang lain. Selain itu, algoritma media sosial Tiktok memungkinkan konten video bisa menjangkau audiens yang lebih luas, tepat sasaran sesuai minat audiens dan lebih mudah bagi audiens untuk mengkreasikan konten video.

Gambar 1

Akun Tiktok @inspiringbeltim



Sumber: Tiktok @inspiringbeltim, 2023

Terlihat pada Gambar 1, Kabupaten Belitung Timur memiliki media sosial Tiktok dengan nama akun @inspiringbeltim yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur. Akun @inspiringbeltim dibuat pada Januari 2022, setahun berjalan akun ini hanya memposting 10 video dan hanya memiliki 33 pengikut.

$$ER \text{ Tiktok} = \frac{\text{Total Likes} + \text{Total Comment} + \text{Total Shares}}{\text{Total Views}} \times 100\%$$

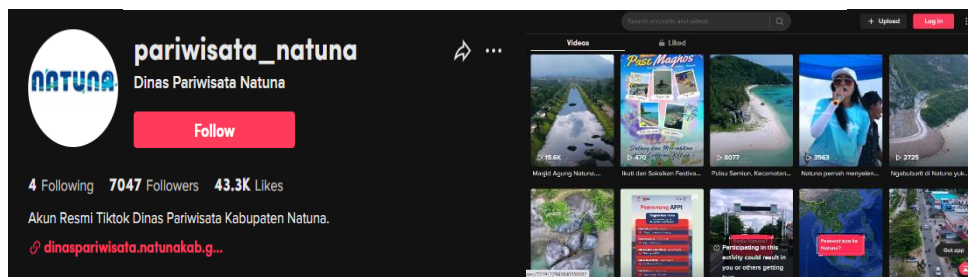
$$ER \text{ Tiktok } @inspiringbeltim = \frac{142}{1210} \times 100\% = 0,12 \%$$

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh hasil *engagement rate* akun tiktok @inspiringbeltim hanyalah 0,12%, sedangkan sebuah akun Tiktok bisa dikatakan memiliki performa yang baik apabila memiliki persentase *engagement rate* minimal 3% (studi Statista.com dalam steadfast-marina.co.id).

Berikut ini contoh dari salah satu akun Tiktok pemasaran pariwisata yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna yang memiliki performa yang optimal.

Gambar 2

Akun Tiktok @pariwisata_natuna

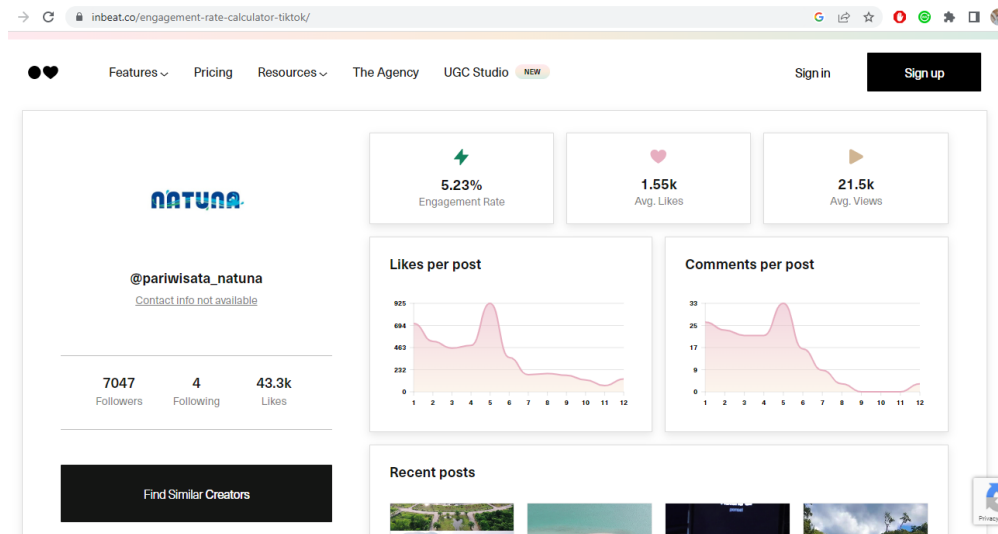


Sumber: Tiktok @pariwisata_natuna, 2023

Gambar 2 menunjukkan Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna menggunakan akun Tiktok sebagai sarana pemasaran pariwisata dengan nama akun @pariwisata_natuna. Akun ini pertama kali melakukan *posting* video pada Oktober 2021, selama 2 tahun akun @pariwisata_natuna telah memposting sebanyak 42 video, mendapatkan 7047 pengikut dan 43.300 *likes* dari audiensnya.

Gambar 3

Engagement Rate Akun Tiktok @pariwisata_natuna



Sumber: inbeat.com, 2022

Berdasarkan perhitungan kalkulator *engagement rate* oleh inbeat.com pada gambar 3, akun Tiktok @pariwisata_natuna memiliki *engagement rate* dengan persentase sebesar 5,23%, persentase ini menunjukkan bahwa performa akun Tiktok @pariwisata_natuna sudah optimal.

Bapak Peranciscus selaku Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Bidang Pemasaran di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur mengutarakan bahwa akun Tiktok @inspiringbelitim belum memiliki strategi dalam pengelolaan akun dan admin kurang aktif dalam memposting konten. Selain itu, admin dari akun @inspiringbelitim mengakui bahwa selama ini belum ada *content strategy* yang diterapkan dalam mengelola akun, akibatnya materi konten yang disajikan pada video tidak menarik, dan kurang informatif. Menurut Muhammad Nizar – CMO

Consultan Creative PT. Pro Aktif Bersama (2021), untuk meningkatkan performa sebuah akun Tiktok bisa menggunakan *Growth System Strategy* yang terdiri atas 2 *detail activation* yakni konsistensi pengelola dan konsistensi konten. Oleh karena itu, untuk memperbaiki konten dan meningkatkan performa akun Tiktok @inspiringbelitim peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Rencana *Growth System Strategy* Akun Tiktok @Inspiringbelitim Sebagai Media Pemasaran Pariwisata Kabupaten Belitung Timur”**.

B. Fokus Penelitian

Atas dasar permasalahan performa akun Tiktok @inspiringbelitim yang tidak maksimal, penelitian ini akan terfokus pada *Growth System Strategy* (M. Nizar-CMO PT. Pro Aktif Bersama, 2021) yang terdiri atas:

1. Bagaimana konsistensi pengelola dari akun Tiktok @inspiringbelitim?
2. Bagaimana konsistensi konten yang dilakukan dalam mengelola akun Tiktok @inspiringbelitim?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Tujuan formal penelitian ini untuk memenuhi syarat penyusunan proyek akhir dalam menyelesaikan program Diploma IV di Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Tujuan operasional penelitian ini untuk merencanakan *Growth System Strategy* akun Tiktok @inspiringbelitim sehingga performa akun meningkat, materi konten lebih informatif dan menjangkau lebih banyak audiens.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini sebagai arahan untuk strategi pemasaran pariwisata melalui media sosial Tiktok dan memberikan acuan untuk meningkatkan performa akun Tiktok @inspiringbelitim.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini sebagai rekomendasi untuk Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur mengelola akun Tiktok @inspiringbelitim sesuai dengan *Growth Sytem Strategy* yang dihasilkan oleh penelitian ini, sehingga akun Tiktok @inspiringbelitim bisa dijadikan sarana pemasaran pariwisata informatif yang mampu menjangkau audiens yang lebih luas.