

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

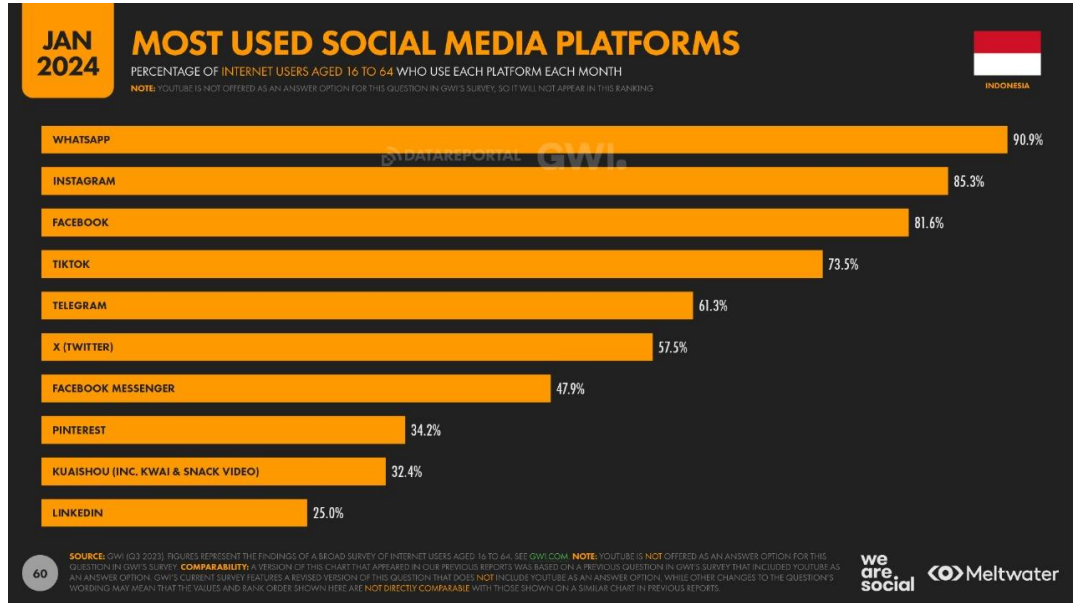
Menurut RPJMD, tujuan pembangunan Maluku adalah untuk menjadi Provinsi Kepulauan yang aman, nyaman, produktif, dan berkelanjutan yang bergantung pada berbagai industri, salah satunya adalah pariwisata. Untuk mencapai tujuan ini, Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (RTRWN) dan Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi (RTRWP) Maluku digunakan. Potensi daya tarik wisata di Provinsi Maluku sangatlah beragam. Potensi dan daya tarik Maluku yang populer sampai saat ini merupakan peninggalan sejarah, alam, dan budaya. Obyek wisata tersebut terdiri dari peninggalan sejarah budaya dan pulau - pulau kecil dengan pantai eksotik yang indah, tersebar di 11 Kabupaten/Kota. Dengan karakteristik wilayah kepulauan, Provinsi Maluku memiliki potensi pariwisata potensial dan sangat beranekaragam jenisnya, sehingga pariwisata Maluku dapat menjadi andalan di masa mendatang akan memberikan kontribusi terhadap ekonomi daerah termasuk juga pariwisata nasional. Hal ini menjadikan Provinsi Maluku sebagai destinasi pariwisata yang ada di Indonesia yang wajib dikunjungi karena menawarkan pengalaman yang mengesankan bagi para pengunjungnya.

Destinasi pariwisata tersebut dikelola oleh Dinas Pariwisata Provinsi Maluku. Dinas ini memiliki peran penting dalam memasarkan dan mempromosikan destinasi pariwisata yang berada di 11 kota/kabupatennya untuk lebih dikenal luas dan

meningkatkan kunjungan ke Provinsi Maluku. Melalui berbagai program yang dilaksanakan Dinas Pariwisata Provinsi Maluku, destinasi pariwisata yang terdapat di provinsi ini dapat lebih terkelola dengan baik dan berkembang. Berdasarkan Peraturan Gubernur Maluku Nomor 22 Tahun 2017 Tentang Uraian Tugas Jabatan Pimpinan Pratama, Administrator dan Pengawas di lingkungan Dinas Pariwisata Provinsi Maluku, salah satu bagian dari Dinas Pariwisata Provinsi Maluku adalah Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata. Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata mempunyai kewajiban melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang analisa dan strategi pemasaran serta promosi dan pengembangan komunikasi pemasaran pariwisata berdasarkan ketentuan yang berlaku untuk mencapai target atau kinerja yang telah ditetapkan. Di dalam Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata terdapat dua seksi, yaitu Seksi Analisa dan Strategi Pemasaran dan Seksi Promosi dan Pengembangan Komunikasi Pemasaran Pariwisata. Seksi Promosi dan Pengembangan Komunikasi Pemasaran Pariwisata bertanggung jawab untuk menyusun dan menerapkan kebijakan di bidang promosi dan pengembangan komunikasi pemasaran pariwisata.

Dalam upaya menjalankan tugasnya, Seksi Promosi dan Pengembangan Komunikasi Pemasaran Pariwisata menjalankan tugasnya dengan berorientasi kepada pengembangan pariwisata Indonesia menuju pengelolaan pariwisata 5.0 dengan mengoptimalkan pada pemanfaatan digitalisasi pariwisata untuk pemasaran yang lebih luas dan berkualitas untuk menjangkau target pasar secara lebih tepat dan efisien. Salah

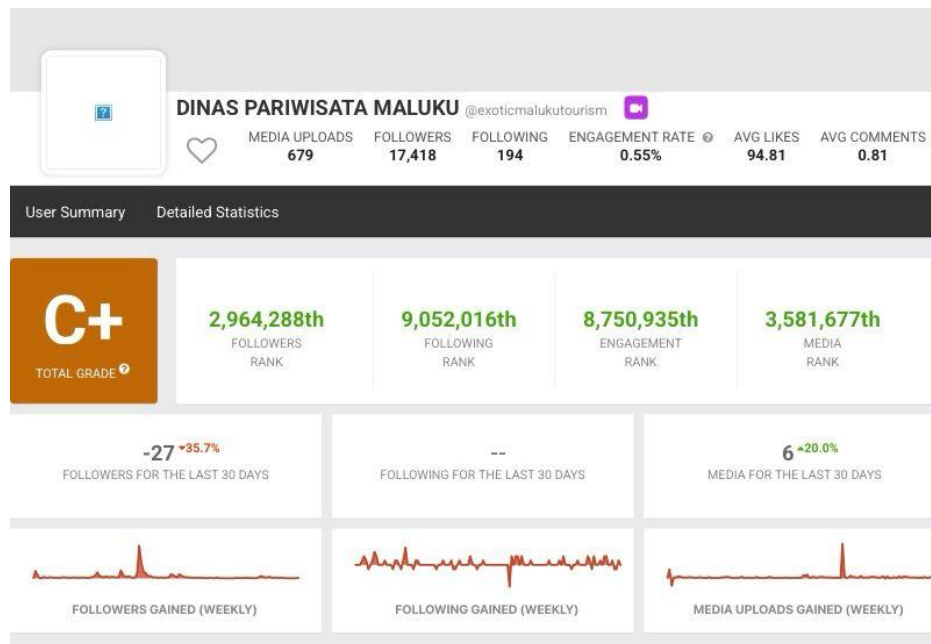
satu upayanya yaitu dengan membuat kanal promosi berbentuk media sosial Instagram @exoticmalukutourism.



Gambar 1. Platform Media Sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia
Sumber: We Are Social (2024)

Pada tahun 2024 di Indonesia, terdapat 139 juta masyarakat yang aktif menggunakan media sosial atau sekitar 49,9% dari total populasi (We Are Social, 2024). Angka ini menunjukkan bahwa hampir dari setengah populasi di Indonesia aktif menggunakan platform media sosial untuk kehidupannya sehari-hari. Salah satu platform media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia merupakan Instagram, dalam persentasenya pada tahun 2024 Instagram menduduki posisi kedua dengan persentase sebesar 85,3%. Dalam hal ini terlihat kecenderungan masyarakat Indonesia yang menjadikan platform media sosial khususnya Instagram sebagai platform untuk berbagi momen dan sumber informasi kehidupan sehari-hari, salah satunya informasi mengenai pariwisata. Pada saat ini masyarakat mengandalkan informasi tentang

pariwisata melalui platform Instagram yang dianggap lebih mudah diakses, relevan dan menarik. Maka dari itu Dinas Pariwisata Provinsi Maluku khususnya bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata, Seksi Promosi dan Pengembangan Komunikasi Pemasaran Pariwisata membentuk media promosi digital berbentuk akun Instagram yang dianggap dapat memberikan informasi dan mempromosikan lebih luas pariwisata di Provinsi Maluku kepada masyarakat Indonesia.



Gambar 2. Engagement Rate Instagram @exoticmalukotourism
Sumber: Social Blade (2025)

Berdasarkan penuturan pengelola, @exoticmalukotourism merupakan kanal promosi Dinas Pariwisata Provinsi Maluku yang dikelola oleh 1 orang. Tujuan dari pembuatan akun media sosial ini adalah untuk memberikan informasi tentang destinasi pariwisata yang ada di Provinsi Maluku kepada masyarakat atau calon wisatawan.

Seiring dengan gencarnya pertumbuhan *platform* media sosial, pengelola menilai bahwa melakukan promosi secara *digital* merupakan langkah yang cukup mudah dan efisien. Sampai saat ini akun Instagram @exoticmalukutourism mempunyai pengikut sebanyak 17.4 ribu, total postingan sebanyak 679, rata - rata *likes* sebanyak 94.81, rata rata komen sebanyak 0.81, *engagement rate* sebesar 0.55%, dan hasil nilai keseluruhan adalah C+. Hasil ini diperoleh melalui alat bantu teknologi digital yaitu *Social Blade* yang hasilnya menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan pengguna masih cukup rendah. Berdasarkan penuturan pengelola akun Instagram @exoticmalukutourism belum adanya pengelolaan konten yang terstruktur dengan baik dan lebih spesifik terhadap akun Instagram tersebut mengakibatkan tingkat keterlibatan pengguna menjadi rendah.

Menurut Tuten dan Solomon dalam bukunya yang berjudul “*Social Media Marketing*” bahwa kurangnya strategi dan optimasi dalam penggunaan media sosial dapat menyebabkan rendahnya tingkat keterlibatan pengguna (*Engagement Rate*). Maka dari itu diperlukan upaya untuk mengoptimalkan akun Instagram @exoticmalukutourism untuk meningkatkan interaksi di media sosial sehingga dapat memberikan informasi dan promosi tentang destinasi pariwisata di Provinsi Maluku. Dengan demikian konten-konten yang berkualitas diharapkan menjadi preferensi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke Provinsi Maluku. Maka dari itu diperlukan penelitian untuk merancang dan merencanakan optimalisasi media sosial menggunakan konsep *The Circular Model of SOME* (Lutrell, 2018) yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan strategi media sosial Instagram, karena model

tersebut dirancang untuk membantu merencanakan komunikasi di media sosial. Didalam model ini terdapat empat indikator yaitu *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*, dengan model tersebut peneliti dapat mengetahui kekurangan yang terdapat di akun Instagram @exoticmalukutourism.

B. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti berfokus berdasarkan keempat indikator *SOME* (*Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*) yaitu :

1. Mengetahui upaya pengelola dalam menyebarkan (*share*) konten media sosial Instagram @exoticmalukutourism
2. Mengetahui upaya pengoptimalan (*optimize*) konten media sosial Instagram @exoticmalukutourism
3. Mengetahui upaya pengelolaan (*manage*) konten media sosial Instagram @exoticmalukutourism
4. Mengetahui upaya peningkatan keterlibatan (*engage*) audiens dengan pengelola media sosial Instagram @exoticmalukutourism

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk melakukan pengoptimalan akun media sosial Instagram @exoticmalukutourism berdasarkan indikator *Share*, *Optimize*, *Manage* dan *Engage* untuk meningkatkan interaksi dengan audiens di media sosial sehingga dapat memberikan informasi tentang destinasi pariwisata di Provinsi Maluku kepada wisatawan yang ingin berkunjung.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membantu sejumlah pihak terkait. Berikut manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis : Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk memahami lebih dalam mengenai strategi optimalisasi konten media sosial Instagram untuk meningkatkan interaksi di media sosial sehingga dapat memberikan informasi tentang suatu destinasi pariwisata yang terdapat di Indonesia, selain itu bermanfaat untuk menambah wawasan tentang konsep strategi konten digital yang digunakan dan dapat memahami cara penerapan yang efektif didalam industri pariwisata.
2. Bagi Pengelola Media Sosial : Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pengelola media sosial untuk memahami strategi optimalisasi konten media sosial Instagram untuk meningkatkan interaksi dengan audiens di media sosial Instagram @exoticmalukutourism sehingga dapat memberikan informasi tentang destinasi pariwisata khususnya di Provinsi Maluku kepada wisatawan yang ingin berkunjung., serta dapat memberikan referensi strategi konten *digital* yang efektif untuk diterapkan di media sosial @exoticmalukutourism.
3. Bagi Akademisi : Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi akademisi sebagai referensi dalam pengembangan dalam penelitian serupa mengenai strategi optimalisasi konten media sosial khususnya Instagram yang dapat diterapkan di industri pariwisata.