

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan kekayaan alam dan budaya yang luar biasa mencakup beragam adat istiadat, suku, bahasa, dan agama. Berkat keberagaman ini, sektor pariwisata Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan. Keunggulan alam dan budaya Indonesia diidentifikasi sebagai modal utama dan penggerak penting bagi kemajuan sektor pariwisata nasional (UU No. 10 Tahun 2009). Berdasarkan *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI) tahun 2022, Indonesia menduduki peringkat ke-32 dari 117 negara di dunia dalam hal daya saing pariwisata.

Provinsi Kepulauan Riau yang berbatasan dengan negara-negara maju seperti Singapura, Malaysia, dan Vietnam, berfungsi sebagai gerbang wisata bagi wisatawan asing. Kota Tanjungpinang menjadi sorotan dengan berbagai potensi objek wisata, termasuk alam, sejarah, dan budaya, yang lebih beragam dibandingkan daerah lain di provinsi ini. Peluang investasi di sektor pariwisata sangat menjanjikan, membuka kesempatan untuk pengembangan dan pengelolaan pariwisata berkelanjutan, serta meningkatkan kualitas wisata. Beragam atraksi menarik minat wisatawan domestik dan mancanegara, didukung oleh berbagai *event* untuk mendorong kunjungan. Dinas Pariwisata dapat lebih aktif dalam mengembangkan dan mempromosikan objek wisata yang ada di wilayah Kota Tanjungpinang terutama pada promosi digital.

Tanjungpinang yang dulunya merupakan kota administratif sejak 1983 resmi menjadi kota otonom pada 2001. Tanjungpinang sebagai ibu kota Provinsi Kepulauan Riau, kota ini memiliki posisi geografis yang strategis di antara Samudera Hindia dan Laut Cina Selatan, dekat dengan Batam dan Singapura yang mendukungnya sebagai pusat perdagangan. Luas wilayah 239,5 km². Tanjungpinang berkembang pesat meski ukurannya kecil, dihuni oleh penduduk yang mayoritas Melayu, serta etnis lain seperti Batak, Minang, dan Tionghoa. Beriklim tropis basah, kota ini mengalami curah hujan tinggi dan angin musiman yang mempengaruhi kehidupan sosial dan ekonomi warganya.

Kota Tanjungpinang memiliki beragam potensi wisata alam, sejarah, dan budaya yang lebih kaya dibandingkan wilayah lain di Provinsi Kepulauan Riau, baik dari segi jumlah maupun jenisnya. Beragam lokasi wisata dan jenis objek wisata di kota ini dapat menjadi destinasi bagi wisatawan internasional maupun domestik, ditambah dengan berbagai acara yang diadakan untuk menarik lebih banyak kunjungan wisata. Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009, daya tarik wisata mencakup keunikan dan keindahan alam, budaya, serta kreasi manusia. Pengembangan sektor pariwisata juga berdampak dalam meningkatkan perekonomian daerah serta memperkuat potensi alam, sosial, dan budaya di Kota Tanjungpinang.

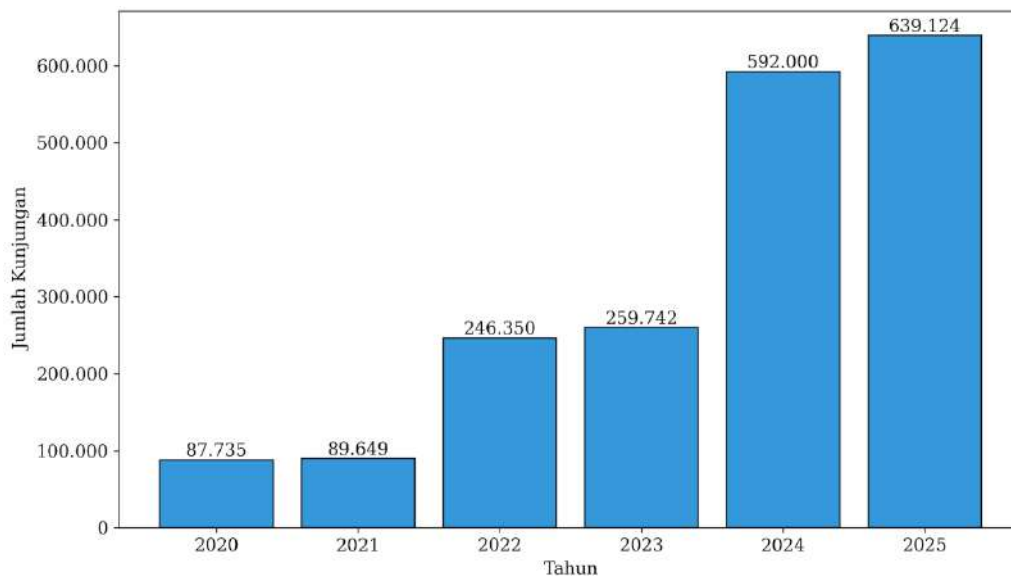
Peraturan Daerah Kota Tanjungpinang Nomor 08 Tahun 2021 menetapkan pembangunan kepariwisataan sebagai salah satu bagian penting dalam visi pembangunan daerah. Peraturan ini menegaskan bahwa sektor pariwisata merupakan sektor strategis yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, sekaligus menjadi dasar bagi pemerintah

daerah dalam merumuskan kebijakan, strategi promosi, serta melakukan koordinasi dengan sektor swasta dan para pemangku kepentingan guna meningkatkan kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara. Meskipun Kota Tanjungpinang lebih dikenal sebagai destinasi wisata budaya dan sejarah, daerah ini juga memiliki beragam potensi wisata lain yang meliputi wisata alam, wisata buatan, wisata belanja dan kuliner, wisata religi, serta penyelenggaraan berbagai event pariwisata. Keberagaman potensi tersebut menjadi peluang besar yang perlu didukung melalui strategi promosi digital yang optimal agar mampu menarik lebih banyak kunjungan wisatawan.

Promosi wisata menjadi salah satu fungsi utama Dinas Pariwisata sebagai penggerak pembangunan sektor pariwisata terutama pada Promosi digital yang dilakukan secara terencana yang memiliki tujuan untuk mempromosikan tempat wisata secara konsisten dan efektif yang memberikan kesan terbaik saat wisatawan melihat promosi mengenai Kota Tanjungpinang. Promosi tersebut membantu meningkatkan daya tarik wisata sehingga dapat meningkatkan kunjungan di seluruh objek wisata yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang. Promosi yang telah dilakukan dapat menarik peluang investasi di sektor pariwisata yang cukup luas dengan berbagai alternatif yang dapat dikembangkan, hal ini memungkinkan pengembangan dan pengelolaan pariwisata secara berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas pariwisata di Kota Tanjungpinang. Beragam lokasi wisata dan jenis objek wisata di kota ini dapat menjadi destinasi bagi wisatawan internasional maupun domestik ditambah dengan adanya promosi melalui digital dan berbagai acara yang diadakan untuk menarik lebih banyak kunjungan wisata.

Peningkatan kunjungan wisatawan sangat penting dan berpengaruh pada sektor pariwisata yang merupakan bagian penting dalam perkembangan ekonomi daerah, Dinas Pariwisata sangat ambisius dalam penetapan target kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2024 dikarenakan pada tahun 2023 telah mencapai target kunjungan (Ogen, 2024). Tahun 2024 optimalisasi sektor pariwisata masih menghadapi berbagai tantangan yang memerlukan perhatian khusus. Data Badan Pusat Statistik terdapat kesenjangan yang cukup signifikan antara target kunjungan wisatawan mancanegara yang ditetapkan oleh Dinas pariwisata yang dimana jumlah kunjungan diharapkan tercapai hingga 100.000 kunjungan, tetapi pada realisasinya dapat dilihat total kunjungan hanya mencapai 55.472 kunjungan pada tahun 2024 dan pada tahun 2025 juga memiliki target yang sama yaitu 100.000 wisatawan mancanegara, tetapi pada realisasinya hanya mencapai 57.230 kunjungan. Kondisi ini mencerminkan bahwa hasil implementasi kebijakan belum sepenuhnya sejalan dengan upaya-upaya yang telah dilakukan. Kesenjangan tersebut juga mengindikasikan bahwa strategi pengembangan pariwisata yang diterapkan belum berjalan secara optimal dalam meningkatkan daya tarik destinasi serta minat kunjungan wisatawan. Kondisi tersebut menuntut Dinas Pariwisata untuk melakukan evaluasi dan inovasi dalam strategi promosi yang diterapkan.

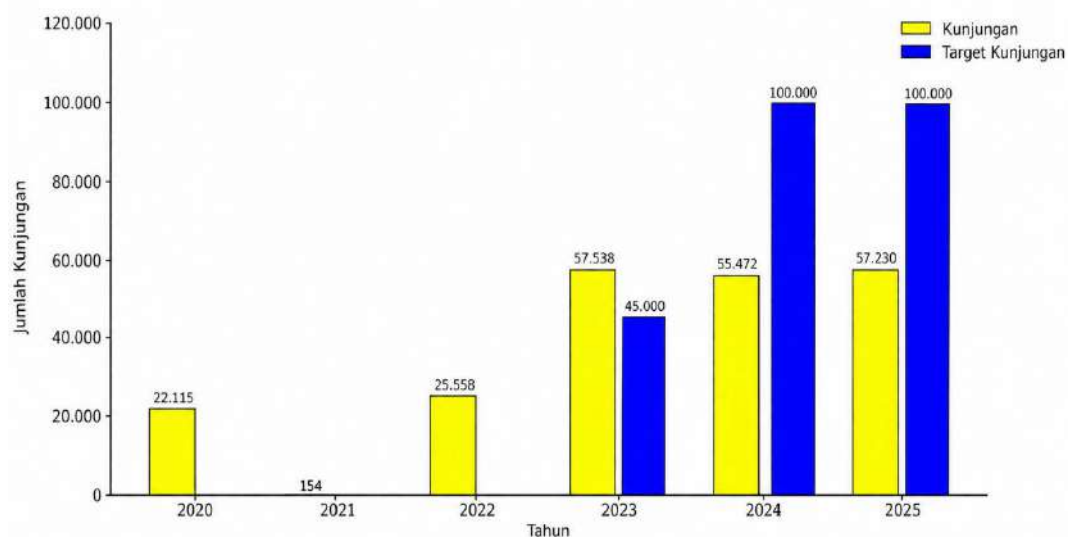
Gambar 1. 1 Grafik Kunjungan Wisatawan Domestik 2020-2025.



Sumber: Olahan Data Peneliti (2025)

Perkembangan pariwisata di Kota Tanjungpinang dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan domestik tahun 2020 hingga 2025. Tahun 2020 dan 2021 jumlah kunjungan masih relatif rendah, masing-masing sebesar 87.735 dan 89.649 kunjungan akibat pembatasan aktivitas perjalanan selama pandemi COVID-19. Tahun 2022 kunjungan wisatawan domestik meningkat signifikan menjadi 246.350 kunjungan. Peningkatan berlanjut pada tahun 2023 dengan jumlah kunjungan sebesar 259.742 kunjungan. Peningkatan yang lebih tajam terjadi pada tahun 2024 yang di mana jumlah kunjungan mencapai 592.000 kunjungan dan terus meningkat pada tahun 2025 menjadi 639.124 kunjungan.

Gambar 1. 2 Grafik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2020-2025



Sumber : Olahan Data Peneliti (2025)

Data kunjungan wisatawan mancanegara di Kota Tanjungpinang menunjukkan perubahan dari tahun 2020 hingga 2025. Tahun 2020 jumlah kunjungan tercatat sebanyak 22.115 wisatawan mancanegara. Jumlah kunjungan turun sangat drastis pada tahun 2021 dengan total hanya 154 orang kondisi ini terjadi karena pandemi COVID-19 yang membatasi perjalanan internasional. Jumlah kunjungan mulai meningkat kembali pada tahun 2022 yaitu sebanyak 25.558 wisatawan mancanegara. Peningkatan yang cukup besar terjadi pada tahun 2023 dengan jumlah kunjungan mencapai 57.538 orang dan telah melampaui target yang ditetapkan sebesar 45.000 wisatawan. Tahun 2024 mencatat jumlah kunjungan sebanyak 55.472 wisatawan mancanegara, namun angka tersebut belum mencapai target kunjungan sebesar 100.000 wisatawan. Tahun 2025 menunjukkan jumlah kunjungan sebanyak 57.230 wisatawan mancanegara jumlah ini masih berada di bawah target kunjungan yang ditetapkan sebesar 100.000 wisatawan. Data

kunjungan tahun 2025 menjadi data kunjungan tertinggi pada 5 tahun terakhir tetapi data tersebut belum mencapai target dari target yang telah ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang.

Menurut Apriyani (2024), Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang memiliki target kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 100.000 kunjungan tetapi dalam target tersebut masih memiliki kesenjangan yang dimana target tersebut tidak tercapai sepenuhnya, karena pada tahun 2024 data kunjungan wisatawan yang masuk ke Kota Tanjungpinang hanya 54.931 wisatawan mancanegara. Menurut Mohamad Ismail (2024) kesulitan dalam mencapai target wisatawan juga memiliki faktor yang disebabkan kurangnya *event* yang digelar untuk menarik kunjungan wisatawan serta kurangnya optimalisasi perawatan pada objek wisata dan infrastruktur sehingga terlihat kurang menarik.

Menurut Ismail (2026), wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Tanjungpinang masih di dominasi oleh wisatawan yang berasal dari Malaysia dan Singapura yang berkunjung untuk menikmati wisata religi, budaya, dan kuliner. Pemerintah perlu melakukan dan merumuskan strategi yang memiliki sifat berkepanjangan terutama di promosi digital pariwisata di Kota Tanjungpinang, pola aktivitas wisata saat ini cenderung bersifat musiman sehingga peran pelaku seni dan industri kreatif hanya aktif di musim-musim tertentu. Masalah ini juga dipicu oleh strategi promosi yang tidak terpadu serta lemahnya kerja sama lintas sektor antara pemerintah, akademisi, dan pihak swasta. Diperlukan perbaikan pada aspek kenyamanan destinasi, seperti standarisasi produk kuliner, ketersediaan atraksi yang rutin, serta legalitas UMKM untuk memastikan peningkatan kunjungan wisatawan di masa depan (Satriadi, 2025).

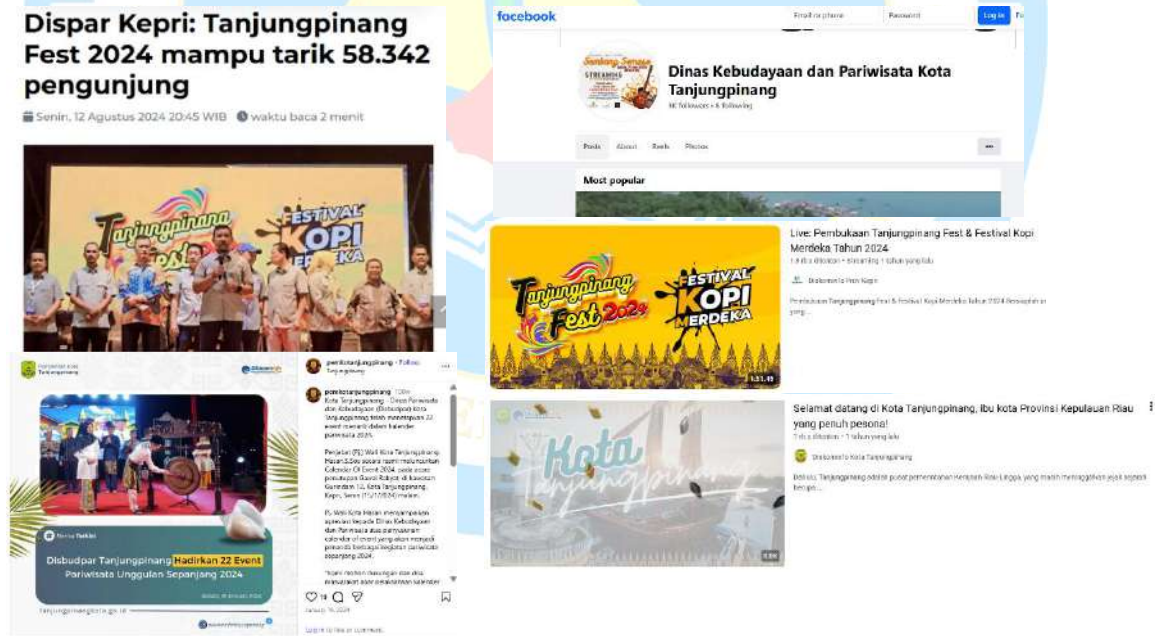
Tahun 2025 Dinas Pariwisata merancang agenda yang mencakup berbagai kegiatan. Agenda ini dimulai sejak Januari 2025 dengan kegiatan penyambutan wisatawan mancanegara di Pelabuhan Sri Bintan Pura, ziarah dan peringatan hari jadi kota Tanjungpinang, serta perayaan hari jadi Museum Sultan Sulaiman Badrul Alamsyah. Penetapan agenda pariwisata ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga akan berdampak pada pelaku UMKM dan masyarakat lokal. *Event* unggulan yang berskala nasional diselenggarakan pada tahun 2025 ialah Tanjungpinang Fest atau bisa disebut Festival Kopi Merdeka.

Pemerintah merancang suatu percepatan *transformasi* digital melalui penguatan kebijakan *e-government* dan Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) yang tidak hanya berorientasi pada digitalisasi administrasi tetapi juga pada transformasi tata kelola pemerintahan yang lebih adaptif, partisipatif, dan kolaboratif (Peraturan presiden No. 83 Tahun 2025). Digitalisasi dipahami sebagai instrumen untuk memperkuat *good governance* melalui peningkatan keterbukaan informasi, akuntabilitas, serta partisipasi publik dalam proses pemerintahan. Strategi promosi digital dapat masuk dalam instrumen *Good Governance* melalui keterbukaan informasi yang berkaitan dengan promosi yang dilakukan melalui digital, hal ini merupakan turunan langsung dari kebijakan transformasi digital pemerintah pusat. Strategi promosi digital ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang lebih efisien, berbasis data, dan terhubung secara nasional (Sofia, 2025).

Transformasi digital menjadi bagian penting dari strategi pemerintah daerah terutama pada Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang yang memiliki strategi dan

tujuan dalam meningkatkan kualitas layanan publik dan memperkuat daya saing wilayah sebagai Ibu Kota Provinsi Kepulauan Riau. Pemerintah Kota Tanjungpinang mulai mengadopsi prinsip *digital governance* melalui pemanfaatan teknologi informasi dalam tata kelola pemerintahan, baik pada aspek perencanaan, pelaksanaan, maupun evaluasi kebijakan publik. Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk mempromosikan Kota Tanjungpinang dan destinasi wisata yang bertujuan untuk menarik perhatian para wisatawan, *Website* resmi guna penyediaan informasi secara terbuka yang berkaitan dengan destinasi wisata dan cagar budaya, serta teknologi berbasis *QR Code* pada situs cagar budaya sebagai bagian dari strategi promosi digital (Nengsih et al., 2022).

Gambar 1. 3 Bentuk Promosi Melalui Media Sosial



Sumber: Olahan Data Peneliti (2025)

Tahun 2025 Dinas Pariwisata juga melakukan berbagai strategi promosi, berikut strategi promosi yang telah dijalankan pada tahun 2025:

Tabel 1. 1 Program promosi 2025

No	Nama Program	Lokasi Pelaksanaan	Kegiatan
1	Launching Calendar of Event (CoE)	Gedung Daerah Tanjungpinang (Area Tepi Laut).	Kegiatan ini bertujuan mempublikasikan seluruh agenda pariwisata kota selama setahun penuh kepada mitra industri dan media massa untuk memastikan paket wisata Tanjungpinang mulai dipasarkan sejak awal tahun.
2	Kepri Malay Food	Tugu Sirih Kota Tanjungpinang	Kegiatan ini berfokus pada festival kuliner yang mengangkat dan mempromosikan ragam makanan khas Melayu Kepulauan Riau secara meluas. Melalui publikasi pamflet dan konten kreatif digital, festival ini dikemas sebagai ajang pelestarian warisan kuliner lokal sekaligus instrumen penggerak ekonomi kreatif di lapangan.
3	Parade Tari Kreasi Melayu	Panggung Tugu Sirih.	kompetisi tari ini, dinas pariwisata memberikan ruang kreativitas bagi para seniman lokal untuk menampilkan inovasi seni tari berbasis akar budaya Melayu.
4	Lomba Vlog "Heritage Tpi"	Kawasan Kota Lama (Jl. Merdeka) dan Gedung Gonggong.	Menggerakkan promosi melalui konten kreatif yang dibuat oleh pengguna (<i>User-Generated Content</i>) untuk meningkatkan destinasi sejarah kota di media sosial.
5	Aktivasi UMKM di Event KACI (Kepri Art dan Culture International)	Pelataran Tugu Sirih (Kawasan Gurindam 12).	Kolaborasi strategis dengan event provinsi untuk memberikan ruang bagi pengrajin kota dalam mempromosikan produk ekonomi kreatif kepada wisatawan internasional, serat menarik kunjungan dengan menampilkan beberapa artis dalam dan luar negri.
6	Lomba Jong Indera Sakti	Pantai Kampung Bugis dan Pantai Pulau Penyengat.	Promosi ikonik permainan tradisional perahu Jong sebagai daya tarik wisata bahari unggulan yang sangat diminati oleh wisatawan mancanegara dan komunitas fotografi.
7	Digital Signage dan QR Code History	Kompleks Makam Penyengat, Gedung Mesiu, dan Rumah Tabib.	Implementasi teknologi melalui pemasangan kode QR di titik cagar budaya utama (Makam Raja Haji Fisabilillah, Makam Raja Ali Haji, dan Gudang Mesiu) untuk memudahkan akses data sejarah secara mandiri.
8	Pawai Budaya dan Mobil Hias Kota Tanjungpinang.	Panggung Tugu Sirih, Tepi Laut, Jalan Hang Tuah, Kota Tanjungpinang.	Event ini merupakan agenda tahunan terbesar yang menyedot perhatian masyarakat luas, menampilkan parade seni budaya, pakaian adat Nusantara, serta mobil hias yang kreatif, memeriahkan hari jadi Kota Otonom Tanjungpinang ke-24.

Sumber: Olahan Data Peneliti (2025)

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang memanfaatkan berbagai platform digital, seperti website resmi, QR Code, Instagram, Facebook, dan YouTube untuk menyebarluaskan informasi destinasi wisata, paket perjalanan,

serta berbagai kegiatan pariwisata (Ogen, 2024). Pengembangan terintegrasi dengan portal resmi PulauPenyengat.id dan website disbudpar.tanjungpinangkota.go.id memudahkan wisatawan mengakses informasi sejarah dan budaya secara real-time di kawasan cagar budaya. Akun media sosial resmi seperti Instagram @pesona_tanjungpinang_official dan Facebook Disbudpar Tanjungpinang membagikan konten berupa reels destinasi unggulan, infografis paket wisata, serta informasi kepariwisataan. YouTube Dispar Kepri Official dimanfaatkan untuk menayangkan dokumenter budaya dan siaran langsung berbagai event, seperti Kepri International Art and Culture Festival (KACI), Gurindam 12 Purnama, dan Lomba Jong Indera Sakti sebagai upaya memperluas jangkauan promosi serta meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Kota Tanjungpinang.

Meskipun Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang telah melaksanakan berbagai kegiatan promosi dan *event* pariwisata sepanjang tahun terutama pada tahun 2024 dan 2025 target kunjungan wisatawan mancanegara belum tercapai secara optimal. kunjungan wisatawan mancanegara tidak stabil beberapa tahun terakhir dan belum menunjukkan peningkatan yang signifikan meskipun beberapa promosi berskala nasional dan internasional telah dilaksanakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan belum sepenuhnya mampu mendorong peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara secara berkelanjutan, sehingga berpengaruh pada kurangnya target yang telah ditetapkan pada tahun 2025.

Kurang optimalnya dalam manajemen pengelolaan destinasi wisata serta lemahnya kolaborasi dan koordinasi antar sektor atau instansi yang berperan dalam

pengembangan pariwisata dapat menjadi hambatan dan tantangan dalam pengelolaan dan promosi objek wisata (Suryanti Nengsih et al. 2022). Permasalahan dalam proses dan tata kelola ini berpotensi mengakibatkan pesan promosi tidak tersampaikan secara efektif atau bahkan menimbulkan ketidaksesuaian antara informasi yang dipromosikan dengan pengalaman wisatawan di lapangan, sehingga hal tersebut dapat menjadi tantangan dalam upaya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.

Penelitian Sanyi, (2020) Menjelaskan bahwa pemerintah sudah memberikan Upaya peningkatan objek wisata di Pulau Penyengat Kota Tanjungpinang Dinas Pariwisata sudah memberikan subsidi berupa becak dan pompon, tetapi terdapat tantangan yang bisa dibilang muncul dari Masyarakat setempat. Seperti kurangnya kesadaran Masyarakat terhadap objek wisata atau atraksi budaya yang dapat mereka tampilkan dan dibudidayakan, kurangnya kesadaran akan kebersihan diwilayah Pulau Penyengat, serta Masyarakat memiliki ketergantungan terhadap pemerintah untuk menggerakkan kegiatan pengembangan wisata dan pengelolaan objek wisata. Jurnal tersebut bisa menjadi acuan bahwa adanya salah satu tantangan *eksternal* yang dihadapi Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang dalam promosi objek wisata yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan Kota Tanjungpinang.

Melihat potensi besar yang dimiliki Kota Tanjungpinang serta berbagai tantangan yang dihadapi dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata di daerah ini membutuhkan strategi promosi yang lebih efektif dikarenakan angka kunjungan wisatawan mancanegara yang tidak mencapai target. Pentingnya untuk melihat lebih dalam bagaimana Dinas Pariwisata merancang strategi promosi guna meningkatkan angka kunjungan wisatawan. Penelitian ini memiliki kebaruan

karena menyoroti strategi promosi digital Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang yang berfokus pada analisis mendalam terhadap strategi promosi digital yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kota Tanjungpinang. Latar belakang yang telah diuraikan maka penelitian ini mengambil judul “Strategi Promosi Digital Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kota Tanjungpinang”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi promosi digital yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Tanjungpinang?
2. Apa saja faktor-faktor penghambat dalam pelaksanaan promosi digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi promosi digital yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan strategi tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

1.1.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori Ilmu pemerintahan khususnya dalam konteks promosi

destinasi wisata. Temuan dari penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang strategi promosi yang efektif untuk objek wisata daerah, terutama dalam menghadapi tantangan rendahnya kunjungan. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi dan studi selanjutnya mengenai optimalisasi peran pemerintah dalam memajukan pariwisata daerah.

1.1.2 Manfaat Praktis

1. Bagi pemerintah

Memberikan informasi serta masukan konkret bagi pemerintah daerah, khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang dalam mengidentifikasi kendala-kendala seperti kurangnya *event*, minimnya kolaborasi antar instansi, serta kurang optimalnya pengelolaan destinasi wisata. Mendukung proses dalam penyusunan strategi promosi yang lebih inovatif dan berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan daya saing pariwisata Kota Tanjungpinang.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat merasakan peningkatan ekonomi jika bertambahnya kunjungan wisatawan ke Kota Tanjungpinang, yang akan berpengaruh pada peluang usaha dan keterbukaannya lapangan pekerjaan. Menumbuhkan rasa kesadaran serta partisipasi masyarakat dalam kegiatan pariwisata seperti *event* budaya, dan atraksi wisata sehingga hal tersebut dapat meningkatkan rasa bangga terhadap budaya dan potensi lokal.

3. Bagi Pelaku Usaha Pariwisata

Memberikan dasar bagi pelaku usaha untuk berkolaborasi dengan pemerintah dalam mendukung dan merancang *event*, paket wisata, atau membuka peluang promosi bersama antara pelaku usaha dan pemerintah. Secara tidak langsung juga memberikan manfaat dalam peningkatan jumlah pelanggan ketika strategi promosi pemerintah berjalan dengan efektif.

