

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang mempunyai kekayaan yang luar biasa, mulai dari keindahan alam, tumbuh-tumbuhan, fauna dan budaya. Keindahan alam Indonesia merupakan bagian dari kekayaan alam yang melimpah mulai dari Sabang hingga Merauke. Keindahan alam Indonesia juga banyak dimanfaatkan sebagai objek wisata, salah satunya wisata mangrove. Mangrove mempunyai potensi yang besar sebagai destinasi wisata karena keindahan hutan mangrove yang unik mampu menawarkan daya tarik dan keunikan tersendiri sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke kawasan hutan mangrove tersebut.

Luasnya negara Indonesia membuat wisatawan kurang mendapat informasi terkait lokasi objek wisata tersebut. Oleh sebab itu adanya teknologi informasi membantu dalam penyebaran informasi yang disajikan secara elektronik dan dapat diakses melalui gadget. Teknologi informasi telah menjadi kebutuhan penting bagi suatu objek wisata untuk dapat memenuhi segala urusan salah satunya sebagai media promosi. Sosial media merupakan bagian dari teknologi informasi yang sedang populer. Sosial media banyak dimanfaatkan sebagai media promosi karena melalui pemanfaatan sosial media informasi mengenai objek wisata dapat diperoleh, sehingga dapat menarik kunjungan wisatawan ke objek wisata tersebut. Menurut Juliana *et al.* (2022), sosial media juga digunakan sebagai sarana penyedia tempat wisata dan sebagai media promosi yang berbentuk foto, video maupun keterangan yang dapat memunculkan kesan agar pengunjung wisata tertarik untuk mengunjungi ketempat wisata yang ditawarkan melalui sosial media.

Kota Batam merupakan salah satu kota yang berada di Provinsi Kepulauan Riau. Kota Batam menjadi tujuan wisatawan karena menyediakan berbagai jenis wisata alam, salah satunya Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu yang berlokasi di Kampung Tua Bakau Serip Pantai Kecamatan Nongsa Kota Batam. Sebelum terbentuknya Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu tersebut kawasan mangrove di Kampung Tua Bakau Serip Pantai Kecamatan Nongsa dijadikan sebagai tempat pembuangan sampah. Pada tahun 2017 Terdapat tokoh masyarakat

dan kelompok sadar wisata Kota Batam berinisiatif membersihkan area kawasan tersebut karena prihatin terhadap kondisi di hutan mangrove tersebut yang kotor akibat sampah. Pada tahun 2018 masyarakat Kampung Tua Bakau Serip Pantai Kecamatan Nongsa dilibatkan dalam pengelolaan hutan mangrove yang kini menjadi kawasan wisata dengan luas sekitar kurang lebih 7 hektar.

Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu menjadikan mangrove sebagai daya tarik utama untuk menarik wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Untuk menunjang hal tersebut, sejumlah fasilitas telah dibangun. Seperti panggung yang besar, kantin, *selfie* area, toko cinderamata, serta dilengkapi jaringan *wifi*. Tak hanya fasilitas penunjang wisata namun juga dilengkapi dengan fasilitas penunjang dalam memberikan kenyamanan kepada wisatawan, seperti *musholla* dan kamar mandi umum. Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu melakukan promosi wisatanya melalui sosial media pada akun *instagram*, *facebook* dan *twitter (x)* dengan mengunggah setiap kegiatannya. Promosi melalui sosial media pada Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu dilakukan sejak tahun 2019. Sebelum dilakukan promosi melalui sosial media oleh pengelola wisata, jumlah kunjungan pada Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu rata-rata berjumlah 50-70 kunjungan wisatawan perbulan dan setelah melakukan promosi melalui sosial media kunjungan wisatawan pada Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu Meningkat menjadi 100-200 perbulan. Berdasarkan penjelasan latar belakang, maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian tentang strategi pemasaran digital melalui sosial media pada Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu Kota Batam.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran digital yang dilakukan pada Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu Kota Batam?
2. Bagaimana rumusan strategi pemasaran digital melalui sosial media yang baik untuk diterapkan pada Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu Kota Batam?

1.3. Tujuan

Tujuan penelitian adalah untuk:

1. Mengidentifikasi strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh pengelola Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu Kota Batam.
2. Merumuskan strategi pemasaran digital melalui sosial media yang baik untuk diterapkan pada Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu Kota Batam melalui sosial media.

1.4. Manfaat

1. Bagi penulis

Dapat memperdalam pemahaman mengenai teori dan konsep pemasaran digital, khususnya dalam konteks pariwisata serta penerapannya melalui sosial media.

2. Bagi pengelola wisata

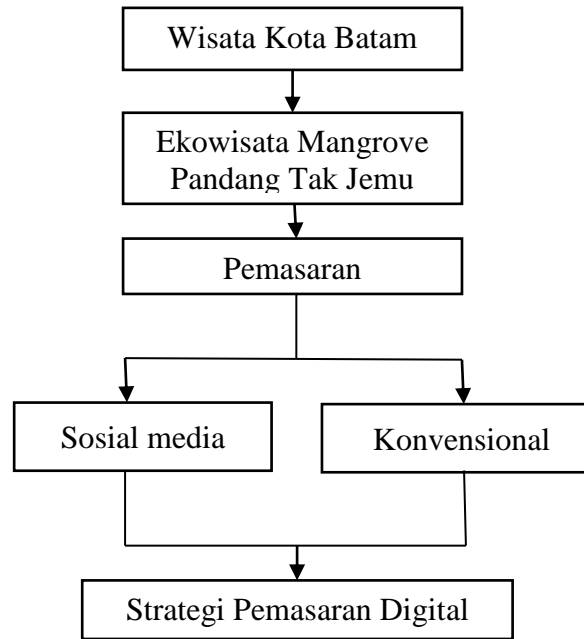
Hasil Penelitian dapat membantu mengidentifikasi masalah atau tantangan strategi pemasaran khususnya terkait strategi pemasaran digital melalui sosial media bagi pengelola Wisata Mangrove Pandang Tak Jemu Kota Batam.

3. Bagi peneliti lain.

Sebagai sumber referensi dan landasan untuk penelitian selanjutnya terkait strategi pemasaran digital di sektor pariwisata.

4. Bagi pengembangan daerah

Hasil penelitian dapat berkontribusi pada upaya promosi wisata lokal di Kota Batam dalam Meningkatkan kunjungan wisatawan dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah



Gambar 1. Kerangka pikir penelitian