

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial memiliki potensi besar untuk membantu pertumbuhan bisnis, dan masyarakat Indonesia sangat aktif di platform media sosial. Oleh karena itu, platform media sosial baru terus diperkenalkan di Indonesia dan mendapatkan basis pengguna yang kuat. *Facebook* adalah contoh platform yang sangat sukses di Indonesia. Mereka yang ingin dikenal luas oleh masyarakat sering menggunakan platform media sosial terbuka publik, seperti *facebook*, karena memberikan ruang bagi pengguna untuk berinteraksi secara bebas dan terbuka. Oleh karena itu jumlah pembaruan dan postingan pengguna adalah ukuran popularitas atau ketenaran. Penggunaan media sosial *facebook* menawarkan manfaat yang signifikan bagi kelompok swadaya dalam hal mempromosikan Wisata Bakul Tani dan penjualan produk serta meminimalkan biaya.

Kelompok swadaya merupakan media center dalam perkembangan pariwisata Bakul Tani, sehingga kelompok swadaya melakukan banyak cara untuk memasarkan pariwisata Bakul Tani, agar pariwisata Langkat terkenal maka adanya strategi untuk mempromosikan pariwisata Langkat. Strategi promosi merupakan upaya membesarkan nama suatu produk/jasa.

Kegiatan pariwisata merupakan salah satu bentuk pemanfaatan sumber daya. Pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam mempunyai nilai ekonomi besar bagi suatu daerah. Pariwisata sebagai salah satu penggerak di sektor perekonomian, yang menjadi solusi bagi pemerintah dalam meningkatkan pembangunan ekonomi. Sektor pariwisata tidak hanya berdampak pada kelompok

tertentu saja, namun dapat menjangkau kelompok ekonomi bawah. Pembangunan pariwisata berperan penting dalam meningkatkan tenaga kerja, mendorong pemerataan pembangunan nasional dan memberikan kontribusi terhadap devisa negara yang dihasilkan dari jumlah kunjungan wisatawan, serta berperan dalam mengentaskan kemiskinan, yang pada akhirnya akan memperbaiki situasi penduduk dalam meningkatkan kesejahteraan. Kegiatan sektor pariwisata mengalami perkembangan dalam segi sosial, ekonomi, pendidikan dan sarana transportasi yang semakin maju. (Safitri, 2018)

Wisata Bakul Tani Tanjung Pasir, yang terletak di Pangkalan Susu, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara, memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata agraris yang menarik dan edukatif. Dengan visi untuk menjadi tempat yang mendukung pemberdayaan masyarakat lokal, Wisata Bakul Tani bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pertanian berkelanjutan dan menyediakan pengalaman interaktif bagi pengunjung. Wisata Bakul Tani mempunyai banyak daya tarik seperti makanan tradisional yang sudah jarang dijual di pasaran, sebanyak 227 jenis makanan yang berbeda dari 50 stand yang ada sekarang, beberapa jenis makanan yang paling dicari oleh masyarakat seperti lupis, getuk dan apem. Wisata bakul tani juga memiliki luas 3,5 hektar yang terdiri dari 2,5 hektar lahan danau dan 1 hektar daratan. Di tengah danau terdapat wahana sepeda air dan pengembangbiakan ikan. Wisata Bakul Tani ini dikelola oleh Kelompok Swadaya. Ahmad Wahyudin, S.E., M.Mar.Eng selaku ketua Kelompok Swadaya menjelaskan bahwa Kelompok Swadaya berperan sebagai penggerak UMKM dan pembangunan Wisata Bakul Tani dan memberikan edukasi kepada masyarakat.

Namun, meskipun memiliki daya tarik yang besar, beberapa tantangan

masih perlu diatasi untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan pengelolaan objek wisata ini. Pertama, terdapat kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kesadaran masyarakat lokal tentang pentingnya pertanian berkelanjutan dan pengelolaan sumber daya alam yang bijak. Masyarakat sebelumnya tidak mengelola lahan dengan baik, dan kerusakan lingkungan yang terjadi menjadi pengingat akan perlunya pendekatan yang lebih berkelanjutan.

Kedua, peran Kelompok Swadaya dalam pengelolaan Wisata Bakul Tani sebagai penggerak UMKM dan edukator masyarakat menjadi kunci untuk memaksimalkan potensi wisata ini. Namun, masih terdapat kesenjangan dalam pelibatan masyarakat dan pemahaman mereka tentang manfaat ekonomi dan sosial dari pengembangan pariwisata ini. Dengan adanya pemimpin seperti Ahmad Wahyudin, S.E., M.Mar.Eng., diharapkan ada upaya yang lebih sistematis untuk memberdayakan masyarakat lokal agar lebih terlibat dalam pengelolaan dan promosi wisata.

Ketiga, dalam konteks kompetisi pariwisata yang semakin ketat, diperlukan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik lebih banyak pengunjung. Meskipun tiket masuk yang terjangkau dengan sistem barter menggunakan kepingan batok kelapa menjadi daya tarik tersendiri, 1 keping batok bernilai Rp. 2000,-. Promosi yang lebih agresif melalui media sosial dan kolaborasi dengan influencer perlu dipertimbangkan agar Wisata Bakul Tani dapat bersaing dengan destinasi lain.

Sayangnya masyarakat Sumatera Utara masih ada yang belum mengetahui tentang Wisata Bakul Tani ini. Hal ini terjadi karena terpencilnya desa, akses jalan yang susah dan kurangnya promosi sehingga masyarakat yang tahu tentang Wisata

Bakul Tani pun masih sedikit bahkan masyarakat banyak yang belum pernah pergi langsung kesana. (Pike, 2020, p. 2)

Oleh karena itu dengan adanya media sosial yang tersebar luas di seluruh dunia, orang mulai mengubah cara promosi dari cara konvensional menjadi modern, terutama menggunakan media sosial *facebook*. Salah satu kegiatan promosi yang sering dilakukan oleh pengguna *facebook* saat ini adalah promosi wisata.

Upaya kelompok swadaya untuk meningkatkan kedatangan pengunjung ke Wisata Bakul Tani melalui promosi pemasaran dengan memperkenalkan wisata kepada masyarakat dengan memasang iklan melalui Sosial Media *facebook*, dengan informasi yang akurat dan pelayanan yang jelas serta optimal/komprehensif bagi pengunjung. (Fahlevi, 2018, p. 245)

Dengan menggunakan konten dan fitur yang dimiliki *facebook*, dapat melakukan berbagai aktivitas kegiatan usaha bisnis secara online seperti mempublikasikan, menginformasikan, mempromosikan wisata kepada konsumen dengan cara mengunggah foto-foto wisata yang akan di promosikan, dengan membuat *caption* yang menarik dengan tujuan agar konsumen yang melihatnya tertarik dan ingin mengunjungi wisata. (Syahrullah, 2021, p. 5) Facebook menawarkan berbagai fitur yang mendukung promosi dan pemasaran secara online. Beberapa fitur utama yang dapat dimanfaatkan seperti, Halaman Bisnis: Kelompok swadaya dapat membuat halaman resmi untuk Wisata Bakul Tani, yang berfungsi sebagai pusat informasi tentang lokasi, jam operasional, dan kegiatan yang ditawarkan, Postingan Foto dan Video: Mengunggah foto-foto menarik dari objek wisata, termasuk makanan tradisional, kebun, dan fasilitas yang ada. Video yang

memperlihatkan pengalaman pengunjung juga dapat meningkatkan daya tarik, Caption Menarik: Membuat deskripsi dan caption yang menarik untuk setiap postingan, yang tidak hanya memberikan informasi tetapi juga mengajak audiens untuk berkunjung, Event dan Pengumuman: Memanfaatkan fitur pembuatan acara untuk menginformasikan kepada publik tentang kegiatan khusus, festival, atau promo yang berlangsung di Wisata Bakul Tani, Interaksi dengan Pengunjung: Fitur komentar dan pesan langsung memungkinkan kelompok swadaya untuk menjawab pertanyaan dan berinteraksi langsung dengan calon pengunjung, sehingga meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh kelompok swadaya ini merupakan salah satu cara untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang Wisata Bakul Tani agar wisata dapat diketahui oleh masyarakat yang kemudian tertarik untuk mengunjungi Wisata Bakul Tani, yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah pengunjung.

Melalui masalah yang ada di latar belakang diatas, peneliti tertarik meneliti tentang media sosial *facebook* sebagai media promosi sebagai upaya mengenalkan potensi Wisata Bakul Tani kepada masyarakat setempat, luar daerah mapun luar provinsi.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian menyatakan pokok permasalahan dalam penelitian. Fokus penelitian dalam rancangan skripsi ini adalah: Dalam penelitian ini berfokus pada objek kelompok swadaya untuk mempromosikan Wisata Bakul Tani kabupaten langkat dengan menggunakan media sosial *facebook*, serta menggunakan metode penelitian kualitatif tipe deskriptif. Peneliti berusaha untuk menjabarkan secara

jelas yang terjadi di lapangan kemudian dianalisis untuk memperoleh hasil yang digunakan sebagai bahan penelitian.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah Bagaimana pemanfaatan media sosial (*Facebook*) dalam mempromosikan Wisata Bakul Tani Tanjung Pasir, Kecamatan Pangkalan Susu, Kabupaten Langkat.

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mempelajari dan mendeskripsikan Wisata Bakul Tani Tanjung Pasir, Kecamatan Pangkalan Susu, Kabupaten Langkat dengan menggunakan media sosial *Facebook* sebagai upaya mengenalkan potensi Wisata kepada masyarakat setempat, luar daerah maupun luar provinsi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

a. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat di dalam dunia Ilmu Komunikasi dan pariwisata untuk memperkenalkan destinasi Wisata Bakul Tani di Tanjung Pasir kepada masyarakat setempat, luar daerah maupun luar provinsi.

b. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dalam kajian Ilmu Komunikasi dan menambah wawasan pengetahuan tentang strategi promosi pariwisata.