

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Desa Wisata Krebet merupakan salah satu desa wisata unggulan di kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, yang di kenal dengan kekayaan budaya lokanya, khususnya seni batik kayu. Dalam upaya mempromosikan potensi tersebut, Desa Krebet telah memanfaatkan media sosial, salah satunya melalui akun Instagram resmi mereka, yaitu @desawisatakrebet. Berdasarkan data dari Pemerintah Kabupaten Bantul, pada tahun (2024) Desa Wisata Krebet berhasil meraih prestasi dengan masuk dalam 50 besar Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Selain itu, Desa Wisata Krebet juga mendapatkan juara satu ADWI untuk kategori kelembagaan dan sdm serta menjadi juara satu desa wisata DIY tahun 2024. Terdapat beberapa hal yang menjadikan Desa Wisata Krebet memiliki prestasi tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata, dimana Desa Wisata Krebet memberikan suguhan berupa atraksi alam, warisan budaya dan kerajinan batik kayu.
2. Adanya berbagai kegiatan komunitas yang dapat memperkuat partisipasi masyarakat.
3. Melakukan pengembangan infrastruktur guna mendukung kegiatan pariwisata, seperti pembangunan jalan, pengembangan fasilitas umum dan peningkatan aksesibilitas.
4. Melakukan promosi Desa Wisata Krebet melalui kampanye pemasaran online, berpartisipasi dalam pameran pariwisata dan melakukan kerja sama dengan agen perjalanan.
5. Menjaga keberlanjutan lingkungan dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Krebet, seperti progam pengelolaan sampah, pelestarian alam dan pendidikan lingkungan bagi wisatawan.
6. Adanya pariwisata Desa Wisata Krebet telah berhasil mempengaruhi perekonomian dan kehidupan sosial masyarakat lokal.

Desa Wisata Kreet memiliki tingkat popularitas di kalangan masyarakat masih tergolong rendah. Hal ini terlihat dari masih terbatasnya jumlah masyarakat, baik di tingkat lokal maupun internasional, yang mengetahui secara mendalam mengenai potensi dan daya tarik wisata yang dimiliki oleh desa ini, seperti seni batik kayu, kegiatan budaya, dan keunikan lokal lainnya. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul, (2025) data kunjungan wisatawan yang tercatat, jumlah pengunjung objek wisata di Kabupaten Bantul mengalami penurunan antara tahun 2023 dan tahun 2024. Pada tahun 2023, total kunjungan wisatawan mencapai angka 2.701.842 orang. Namun, pada tahun 2024, angka kunjungan tercatat menurun menjadi 2.373.156 orang. Penurunan ini menunjukkan adanya penurunan sebesar 328.686 kunjungan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Berdasarkan data dari Pemda Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (2025) kunjungan ke desa wisata di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, terjadi peningkatan jumlah wisatawan lokal dari 1.760.671 orang pada tahun 2023 menjadi 2.350.324 orang pada tahun 2024. Sebaliknya, jumlah wisatawan mancanegara mengalami penurunan dari 8.933 orang pada 2023 menjadi 7.361 orang pada 2024.

Indikator rendahnya tingkat keterkenalan dan visibilitas Desa Wisata Kreet di media sosial tercermin dari data tingkat keterlibatan (*engagement rate*) pada akun Instagram resmi mereka, @desawisatakreet. Berdasarkan hasil analisis menggunakan platform pemantauan media sosial HypeAuditor.com, *engagement rate* akun tersebut diketahui hanya berada di angka 0,25%. Adapun akun Instagram @desawisatakreet tercatat memiliki sekitar 6.700 pengikut, namun setiap unggahan rata-rata hanya mendapatkan sekitar 16 likes dan 1 komentar per post. Data ini menunjukkan bahwa meskipun jumlah pengikutnya tidak terlalu kecil, namun interaksi yang tercipta antara konten yang dibagikan dengan para pengikutnya masih sangat minim.



Gambar 1.1 Engagement rate @desawisatakrebet

Sumber: (hypeauditor, 2025)

Berdasarkan data yang ditampilkan oleh situs Social Blade, akun Instagram @desawisatakrebet menunjukkan bahwa tingkat interaksi (engagement rate) berada pada angka 0,36% dengan rata-rata 23 likes dan 0,81 komentar per unggahan. Akun ini memiliki total 6.666 pengikut, mengikuti 2.099 akun, dan telah mengunggah sebanyak 457 konten. Dalam 30 hari terakhir, terjadi penurunan 137 pengikut, meskipun terdapat 19 unggahan baru selama periode tersebut. Secara peringkat, akun ini berada di posisi 44.934 (SB Rank) secara keseluruhan, 466.302 (Followers Rank), dan 41.051 (Engagement Rate Rank). Data ini menunjukkan bahwa meskipun jumlah konten terus bertambah, interaksi dengan audiens masih tergolong rendah. Hal ini menandakan perlunya strategi optimalisasi yang lebih efektif agar akun Instagram tersebut mampu meningkatkan jangkauan, keterlibatan pengguna, dan memperkuat citra digital Desa Wisata Krebet.



Gambar 1.2 Engagement rate @desawisatakrebet

Sumber: (Social Blade, 2025)

*Engagement* sendiri merujuk pada tingkat keterlibatan audiens terhadap konten, seperti melalui likes, komentar, share, atau interaksi lainnya. Hal ini menjadi salah satu elemen paling krusial dalam aktivitas digital marketing karena menciptakan brand experience yang positif. Pengalaman inilah yang kemudian dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan memastikan ketertarikan mereka terhadap merek dalam jangka panjang (Marta, 2025).

Desa Wisata Wukirsari merupakan salah satu desa wisata budaya di Kabupaten Bantul yang menonjol melalui kekayaan tradisi dan kerajinan batik tulis. Desa ini sering dijadikan pembanding atau bahkan kompetitor dari Desa Wisata Kreet karena memiliki kesamaan karakteristik sebagai desa wisata berbasis seni dan budaya. Berdasarkan laporan dari Majalah Tempo, (2023) Desa Wukirsari mencatatkan angka kunjungan wisatawan yang cukup tinggi pada tahun 2019, yakni sekitar 29.000 orang. Namun, pada tahun 2020, jumlah tersebut mengalami penurunan drastis menjadi sekitar 4.000 pengunjung, serta Desa Wukirsari masuk ke dalam daftar 75 desa wisata terbaik dalam ajang Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) tahun 2023 yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.

Akun Instagram resmi Desa Wisata Wukirsari, yaitu @desawisata\_wukirsari, menjadi salah satu sarana utama dalam memperkenalkan potensi wisata desa. Berdasarkan data dari Social Blade per 9 Juli 2025, akun ini memiliki 507 pengikut dan telah mengunggah 775 konten. Engagement rate-nya tercatat sebesar 0,84%, dengan rata-rata 4,19 likes dan 0,06 komentar per postingan.



Gambar 1.3 Engagement rate @desawisatakrebet

Sumber: (Social Blade, 2025)

Berdasarkan kondisi *engagement rate* pada instagram @desawisatakrebet tersebut akan dikaji menggunakan *Teori The Circular Model of Some*. Teori ini merupakan sebuah model yang di ciptakan oleh Regina Ruttel (2015) untuk memudahkan praktisi media sosial untuk melakukan perencanaan komunikasi pada media sosial. Dimana teori ini memiliki empat aspek, yaitu *Share, Optimize, Manage, Engage*.

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah, khususnya di wilayah yang memiliki potensi sumber daya alam dan budaya. Sutedjo & Sudaryono, (2018) pariwisata yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat lokal mampu mendorong pertumbuhan ekonomi rumah tangga serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan. Dengan pengelolaan yang efektif, pariwisata berbasis masyarakat dapat memberikan dampak positif secara ekonomi, lingkungan, maupun sosial.

Pariwisata yang bertujuan untuk memperkenalkan berbagai potensi lokal, seperti kekayaan budaya, keindahan alam, dan kearifan lokal, memerlukan strategi promosi yang tepat agar informasi tersebut dapat menjangkau khalayak yang lebih luas. Salah satu media yang sangat efektif untuk tujuan ini adalah media sosial khususnya media instagram. Gyardani & Dama, (2024) Instagram merupakan salah satu platform media sosial populer yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto dan video serta interaksi dengan audiens secara langsung. Sholeh, *et al*, (2020) pemanfaatan

media sosial sebagai sarana promosi merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan dalam menyebarkan informasi. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses media sosial yang dapat diakses kapan pun dan di mana pun.

Pelaksanaan dalam mempromosikan produk, layanan, atau destinasi melalui platform Instagram tidak selalu berjalan mudah sangatlah perlu optimalisasi dalam melakukan promosi di Instagram. Meskipun Instagram menawarkan berbagai fitur menarik seperti *Stories*, *Reels*, dan *Feed* yang mendukung konten visual, namun untuk mencapai hasil yang efektif diperlukan strategi yang tepat dan konsistensi dalam pengelolaan konten. Atikah, (2023) mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi menjadi langkah awal yang penting bagi para pelaku usaha di era digital saat ini. Melalui platform seperti Instagram, mereka dapat menjangkau calon konsumen secara lebih luas tanpa batasan lokasi geografis.

Menurut *we are social*, pada tahun 2023, jumlah pengguna media sosial di Indonesia tercatat mencapai sekitar 139 juta orang, dengan sekitar 49,9% dari total populasi dari seluruh penduduk Indonesia. Angka ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2024, dengan pengguna aktif media sosial mencapai sekitar 167 juta jiwa, atau setara dengan 60,4% dari seluruh penduduk Indonesia. Pengguna media sosial di Indonesia didominasi oleh sejumlah platform utama. Berikut merupakan ringkasan tentang penggunaan media sosial dan Instagram dapat dimanfaatkan untuk promosi di Indonesia, didominasi oleh sejumlah platform utama. Berikut merupakan ringkasan tentang penggunaan media sosial dan Instagram dapat dimanfaatkan untuk promosi di Indonesia.



memudahkan dalam memasarkan produk dan berintraksi langsung dengan konsumen (Gyardani, 2024).

Berdasarkan uraian di atas, sangat diperlukan adanya strategi yang lebih terarah, terstruktur, dan berkelanjutan dalam mengelola media sosial sebagai sarana promosi bagi desa wisata. Media sosial, khususnya Instagram, memiliki potensi besar untuk menjangkau khalayak luas secara cepat, efektif, dan tanpa batasan geografis. Namun, potensi tersebut tidak akan maksimal jika tidak didukung dengan pengelolaan konten yang strategis dan pemahaman mendalam terhadap karakteristik audiens digital. Dengan strategi yang terarah, promosi melalui media sosial tidak hanya akan meningkatkan visibilitas dan keterkenalan potensi lokal seperti budaya, kerajinan, dan keindahan alam desa wisata, tetapi juga mampu menarik minat kunjungan wisatawan dalam jumlah yang lebih besar, baik dari dalam negeri maupun mancanegara. Hal ini secara langsung dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat, membuka peluang usaha baru, menciptakan lapangan kerja, serta memperkuat identitas dan kebanggaan masyarakat terhadap daerahnya.

#### **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana optimalisasi media sosial instagram @desawisatakrebet dalam meningkatkan promosi Desa Wisata Krebet?

#### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan optimalisasi media sosial Instagram @desawisatakrebet dalam meningkatkan promosi Desa Wisata Krebet.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Penelitian ini difokuskan pada optimalisasi konten Instagram @desawisatakrebet dalam mendukung promosi Desa Wisata Krebet. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada analisis konten yang dipublikasikan dalam kurun waktu April 2025 hingga Juni 2025. Batasan ini ditetapkan agar penelitian lebih terarah dan memungkinkan peneliti melakukan pengamatan

mendalam terhadap jenis konten, strategi unggahan, serta interaksi audiens yang terjadi dalam periode tersebut.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan teori pemasaran khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran yang diterapkan di sektor pariwisata. Dengan menganalisis strategi komunikasi yang efektif, studi ini akan menambah wawasan akademis dalam konteks pemasaran objek wisata.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan langsung bagi pengelola Desa Wisata Kribet dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial, khususnya Instagram. Dengan adanya temuan dari penelitian ini, pengelola diharapkan mampu membuat konten yang lebih menarik, informatif, dan sesuai tren, sehingga dapat meningkatkan daya tarik bagi wisatawan potensial.