

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi signifikan dalam strategi promosi pariwisata, dari pendekatan konvensional menuju promosi digital berbasis internet. Website dan media sosial menjadi sarana utama dalam menyebarkan informasi destinasi, membangun citra, serta mempengaruhi keputusan wisatawan secara cepat dan luas. Penelitian di bidang pariwisata digital menunjukkan bahwa promosi berbasis digital mampu meningkatkan daya saing destinasi melalui aksesibilitas informasi, interaktivitas, dan visualisasi pengalaman wisata (Musliha & Adinugraha, 2022).

Website adalah salah satu aplikasi yang berisikan dokumen-dokumen multimedia (teks, gambar, suara, animasi, video) di dalamnya yang menggunakan protokol HTTP (*hyper transfer protokol*) dan untuk mengakses menggunakan perangkat lunak yang disebut browser. Fungsi website diantaranya sebagai media promosi, pemasaran, informasi, dan komunikasi (Liu & Huang, 2020). Website berfungsi sebagai media resmi penyedia informasi yang komprehensif. Studi-studi pariwisata di Indonesia menunjukkan bahwa website yang di kelola secara profesional dapat meningkatkan kepercayaan wisatawan, sementara itu media sosial lebih efektif dalam membangun brand awareness dan minat berkunjung melalui konten visual dan narasi pengalaman (Musliha & Adinugraha, 2022). Sedangkan media sosial berperan sebagai sarana komunikasi dua arah yang membangun kedekatan emosional dengan wisatawan.

Taman Nasional Bunaken merupakan salah satu kawasan konservasi laut prioritas di Indonesia yang terkenal secara global berkat kekayaan keanekaragaman hayati bawah lautnya. Secara administratif, kawasan ini terletak di Teluk Manado, Provinsi Sulawesi Utara, dengan total luas area mencapai kurang lebih 89.065 hektar. Kawasan ini didominasi oleh ekosistem laut yang sangat kaya, meliputi terumbu karang (*coral reefs*), padang lamun, dan hutan mangrove, yang menjadi habitat bagi ratusan spesies ikan, mamalia laut, serta reptil. Berdasarkan Keputusan Menteri Kehutanan, Taman Nasional Bunaken

secara resmi ditetapkan sebagai kawasan pelestarian alam yang memiliki fungsi ganda, yakni sebagai perlindungan sistem penyangga kehidupan, pengawetan keanekaragaman jenis tumbuhan dan satwa, serta pemanfaatan secara lestari sumber daya alam hayati dan ekosistemnya. (Kamagi et al., 2022)

Mengingat posisinya sebagai salah satu ikon pariwisata unggulan Indonesia di kancah internasional, efektivitas penyampaian informasi dan pemasaran destinasi menjadi faktor penentu dalam menarik minat kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara. Dalam era digital saat ini, optimalisasi pemanfaatan website resmi dan berbagai platform media sosial (Instagram) menjadi instrumen promosi yang sangat krusial bagi pengelola kawasan, stakeholder pariwisata, serta pelaku industri lokal di Pulau Bunaken. Melalui media digital, informasi mengenai keindahan alam, regulasi konservasi, aksesibilitas, hingga paket wisata dapat disebarluaskan secara cepat, luas, dan interaktif guna mendongkrak daya saing pariwisata Bunaken di pasar global. (Suryanti & Sinaga, 2023).

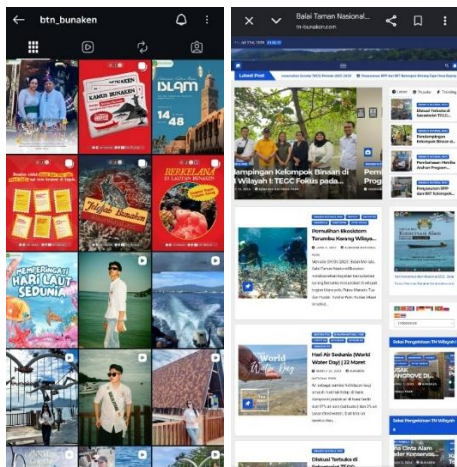
Pulau Bunaken, yang terletak di pesisir utara Sulawesi, merupakan salah satu kawasan konservasi laut paling penting di Indonesia karena keanekaragaman hayatinya yang tinggi dan posisi strategisnya di “*Coral Triangle*”. Kawasan ini menjadi tujuan wisata bahari (*snorkeling* dan menyelam) yang signifikan dan berkontribusi pada pendapatan lokal serta citra pariwisata regional. Sebagai salah satu destinasi wisata bahari unggulan Indonesia, Taman Nasional Bunaken memiliki nilai ekologis dan ekonomis yang tinggi. Pemanfaatan website dan media sosial sebagai sarana promosi digital menjadi instrumen penting dalam memperkenalkan potensi kawasan sekaligus menyampaikan informasi konservasi kepada publik. (Kamagi et al., 2022)

Pengelolaan website dan media sosial Taman Nasional Bunaken masih menghadapi sejumlah kendala signifikan yang menghambat optimalisasi fungsi digitalnya. Kendala utama tersebut meliputi pembaruan konten website yang tidak konsisten dan cenderung kadaluarsa (*outdated*), dengan catatan pembaruan terakhir website pada tanggal 28 Maret 2025. Selain itu, kualitas konten promosi maupun edukasi masih sangat minim, dalam pengelolaan media sosial (Instagram)

tidak ditemukan konten khusus promosi destinasi, dan hanya ada satu unggahan video tentang edukasi konservasi. Dari segi teknis pemasaran digital website, penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) maupun *Search Engine Marketing* (SEM) belum dimanfaatkan secara strategis. Meskipun pemanfaatan media digital semakin meluas, berbagai penelitian menunjukkan bahwa banyak destinasi wisata di Indonesia masih belum mengoptimalkan website dan media sosial secara efektif. Permasalahan yang sering muncul meliputi pembaruan konten yang tidak konsisten, minimnya pemanfaatan data analitik serta belum terefektivitasnya pesan promosi dengan tujuan pengelolaan destinasi. Kondisi ini menyebabkan efektivitas promosi digital belum optimal (Tulung et al., 2024).

Sebagai salah satu destinasi wisata bahari unggulan Indonesia, Pulau Bunaken memiliki nilai ekologis dan ekonomis yang tinggi. Pemanfaatan website dan media sosial sebagai sarana promosi digital menjadi instrumen penting dalam memperkenalkan potensi kawasan sekaligus menyampaikan informasi konservasi kepada publik, namun hingga saat ini pengelolaan media sosial dan website Taman Nasional Bunaken belum optimal, masih terjadi adanya kejenuhan tentang konten promosi dan edukasi untuk wisatawan, pihak Balai Taman Nasional Bunaken juga masih kurang memaksimalkan terkait pengelolaan media sosial (Instagram) dan website milik Balai Taman Nasional Bunaken. Terbukti pada tangkapan layar di bawah dari instagram dan website tidak ada konten visual tentang promosi atau video edukasi tentang konservasi.

Penelitian ini dilakukan karena adanya ketimpangan antara potensi besar yang dimiliki oleh Taman Nasional Bunaken, terutama di Pulau Bunaken, sebagai destinasi wisata bahari unggulan dunia dengan realitas pengelolaan digitalnya yang masih belum optimal. Sebagai kawasan konservasi laut yang telah dikenal secara internasional karena kekayaan terumbu karang dan keanekaragaman hayati bawah lautnya, Taman Nasional Bunaken semestinya mampu bersaing dengan destinasi wisata bahari dunia lainnya, khususnya di era digital saat ini di mana keputusan wisatawan sangat dipengaruhi oleh informasi yang tersedia secara daring.



Gambar 1.1 Media sosial dan Website TNB
Sumber: Olahan data peneliti



Gambar 1.2 Data Kunjungan
Sumber: Balai Taman Nasional Bunaken

Berdasarkan data kunjungan, terdapat penurunan kunjungan wisatawan nusantara pada tahun 2025 yang mengindikasikan adanya kejenuhan informasi (*information overload*) serta kurangnya pengoptimalan promosi melalui pengelolaan website dan media sosial seperti Instagram seperti :

- a) Kendala *Framing* Negatif dan Publikasi Digital: Kepala Balai Taman Nasional Bunaken pernah mengungkapkan bahwa salah satu hambatan utama belum maksimalnya jumlah kunjungan dan pendapatan adalah adanya *framing* atau narasi di ruang publik yang menyebutkan bahwa kawasan Bunaken kotor dan banyak sampah. Hal ini membuktikan bahwa minimnya penangkalan isu melalui komunikasi digital yang proaktif di

website dan media sosial menciptakan distorsi informasi bagi calon wisatawan.

- b)** Teori *Information Overload* (Kejenuhan Informasi): Dalam literatur komunikasi digital, *information overload* terjadi ketika pengguna terpapar terlalu banyak informasi tanpa adanya kurasi, kebaruan (*novelty*), atau visual yang menarik, sehingga berakibat pada kelelahan kognitif dan keengganan mengambil keputusan (dalam hal ini, keputusan berkunjung). Akun media sosial (seperti Instagram) dan website instansi yang pasif atau hanya memuat informasi administratif gagal memberikan *value* emosional yang menyegarkan bagi audiens.
- c)** Kurangnya Optimalisasi Media Digital Instansi: Pengelolaan media sosial yang bersifat insidental (hanya di sela-sela tugas administratif tanpa adanya *content calendar* atau strategi *digital marketing* yang terukur) menyebabkan konten destinasi tenggelam di tengah masifnya algoritma platform modern. Akibatnya, wisatawan nusantara beralih melirik destinasi lain yang promosinya jauh lebih interaktif dan masif secara digital.

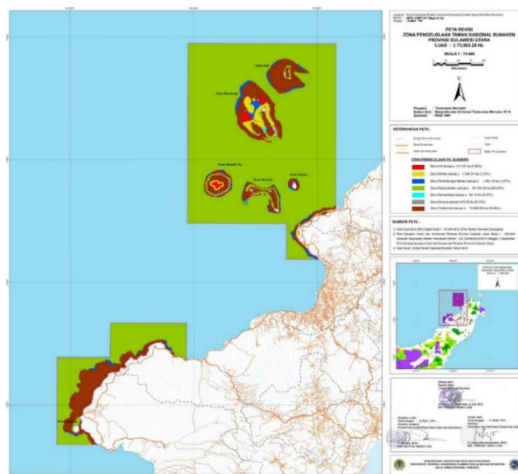
Fenomena ini menunjukkan bahwa permasalahan yang dihadapi bukan hanya terletak pada minimnya visibilitas digital, melainkan juga pada ketidakmampuan kanal-kanal informasi yang ada dalam menyajikan konten yang relevan, menarik, dan mudah diakses oleh calon wisatawan di tengah derasnya arus informasi pariwisata dari berbagai destinasi lain.

Dari sisi infrastruktur digital, website resmi BTNB masih bersifat satu arah seperti papan pengumuman, jarang diperbarui (pembaruan terakhir tercatat pada 28 Maret 2025), serta belum menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO) dan *Search Engine Marketing* (SEM) secara efektif. Kondisi ini menyebabkan website tersebut sulit ditemukan melalui mesin pencari maupun kalah bersaing dengan situs-situs pihak ketiga yang justru sering kali menyajikan informasi yang kurang akurat atau tidak terverifikasi mengenai Taman Nasional Bunaken.

Selain itu, pengelolaan media sosial, khususnya Instagram, juga belum dimanfaatkan secara maksimal untuk mempromosikan destinasi maupun edukasi

konservasi. Padahal, Instagram sebagai platform visual memiliki potensi besar untuk menampilkan keindahan bawah laut Bunaken secara menarik, membangun interaksi dengan audiens, serta menyampaikan pesan-pesan konservasi kepada generasi muda yang menjadi mayoritas pengguna media sosial saat ini. Minimnya frekuensi unggahan, kurangnya konsistensi konten, serta rendahnya tingkat interaksi (*engagement*) turut memperlihatkan bahwa pengelolaan akun tersebut belum didasarkan pada strategi komunikasi digital yang terencana.

Kesenjangan antara potensi wisata bahari kelas dunia dan pengelolaan digital yang masih konvensional inilah yang mendorong perlunya kajian lebih mendalam mengenai optimalisasi pengelolaan website dan media sosial Taman Nasional Bunaken, agar promosi destinasi dan edukasi konservasi dapat berjalan lebih efektif, tepat sasaran, dan mampu meningkatkan kembali minat kunjungan wisatawan di masa mendatang.



Gambar 1.3 Peta Taman Nasional Bunaken
Sumber: Balai Taman Nasional Bunaken

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk menganalisis bagaimana pemanfaatan website dan media sosial sebagai alat promosi digital yang mampu menyeimbangkan antara daya tarik pariwisata komersial dan penegakan aturan zonasi, serta kawasan konservasi agar wisatawan tetap berkunjung tanpa merusak ekosistem laut. Meskipun berbagai studi terdahulu seperti Prasetio et al., (2025) sepakat bahwa website dan media sosial memegang peranan vital dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing destinasi wisata, pada

kenyataannya implementasi di lapangan menunjukkan kesenjangan yang signifikan. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya memfokuskan analisisnya pada aspek peningkatan volume kunjungan komersial atau pelestarian budaya semata, tanpa mengkaji bagaimana platform digital sebuah kawasan konservasi dikelola untuk menjembatani kepentingan promosi wisata dengan edukasi aturan zonasi. Di Pulau Bunaken sendiri, potensi besar sebagai pusat ekowisata dunia belum didukung oleh manajemen digital yang professional di mana website resmi masih bersifat pasif dan tidak terbarukan, serta media sosial gagal membangun keterikatan audiens. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut melalui analisis komprehensif mengenai pemanfaatan website dan media sosial sebagai sarana promosi digital yang berwawasan konservasi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemanfaatan website dan media sosial sebagai sarana promosi dalam mendorong minat kunjungan wisatawan di Pulau Bunaken?
2. Bagaimana efektivitas pemanfaatan website dan media sosial oleh Balai Taman Nasional Bunaken dalam menyebarluaskan informasi pariwisata bahari dan pesan konservasi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pemanfaatan website dan media sosial sebagai sarana promosi dalam mendorong minat kunjungan wisatawan di Pulau Bunaken.
2. Menganalisis efektivitas pemanfaatan website dan media sosial oleh Balai Taman Nasional Bunaken dalam menyebarluaskan informasi pariwisata bahari dan pesan konservasi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi perkembangan ilmu pariwisata, khususnya dalam kajian komunikasi pemasaran digital (*digital tourism marketing*) terkait pentingnya

efektivitas antar-platform digital pada pengelolaan destinasi wisata berbasis konservasi (Taman Nasional), serta menjadi referensi akademik dan memperkaya literatur bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada pengukuran efektivitas promosi digital dan sinkronisasi pesan edukasi konservasi dengan promosi wisata komersial

2. Manfaat Praktis:

Bagi Pengelola (Balai Taman Nasional Bunaken): Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan rujukan konkret untuk membenahi manajemen konten, membangun keterhubungan yang kuat antar-platform, serta merumuskan langkah promosi digital yang lebih terarah dan berkelanjutan. Melalui hasil kajian ini, pengelola diharapkan dapat mengoptimalkan penerapan SEO dan pembaruan konten website secara berkala, meningkatkan kualitas serta variasi konten media sosial agar lebih menarik dan edukatif, memperkuat interaksi dengan audiens guna meningkatkan engagement, hingga merancang sistem konversi digital yang lebih efektif, kampanye kolaboratif berbasis *User-Generated Content* (UGC) bersama pelaku usaha lokal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu mendukung BTNB dalam meningkatkan visibilitas, daya saing, dan efektivitas promosi digital Taman Nasional Bunaken secara menyeluruh.