

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ibu kota Provinsi Sumatera Selatan, Kota Palembang, berfungsi sebagai pusat pemerintahan dan perekonomian provinsi tersebut. Julukan lain untuk Kota Palembang adalah *venice of the east* "Venesia dari Timur." Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menetapkan Kota Palembang sebagai "Kota Wisata Air" pada tanggal 27 September 2005. Kota Palembang dikenal sebagai "Kota Wisata Air" karena beberapa sungai besar dan anak sungainya yang mengalir di wilayahnya. Selain itu, Palembang terletak di sepanjang Sungai Musi, yang merupakan sungai terpanjang kedua di Sumatera.

Kota Palembang yang berusia 1341 tahun per 17 Juni 2024 merupakan "Kota Tertua" di Indonesia dan destinasi wisata yang menarik. Destinasi wisata yang bisa dikunjungi wisatawan, yakni:

1. Jembatan Ampera
2. Benteng Kuto Besak
3. Sungai Musi
4. Monpera
5. Pulau Kemaro
6. Museum Sultan Mahmud Badaruddin II

Kunjungan wisata ke Kota Palembang dapat memberikan manfaat bagi perekonomian, pelestarian budaya, dan pengalaman petualangan. Dengan strategi yang tepat, kunjungan wisatawan ke Kota Palembang akan terus meningkat. Peningkatan jumlah wisatawan ini berkontribusi pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang.

Kunjungan wisatawan ke Kota Palembang selama tahun 2023 berada di angka 2.011.058 pengunjung. Lalu ditahun 2024 menurut data dari Dinas Pariwisata Kota Palembang, angka kunjungan wisatawan mencapai 2,1 juta, melampaui target awal yang ditargetkan sebanyak 2 juta pengunjung. Kepala Dinas Pariwisata Kota Palembang mengatakan ada beberapa hal yang menyebabkan adanya peningkatan jumlah pengunjung, yaitu adanya kegiatan dan event yang digelar sepanjang tahun, kolaborasi dengan pelaku industri pariwisata, dan promosi aktif.

Kota Palembang sebagai kota yang minim wisata alam, mencoba mengandalkan pergelaran wisata untuk menyedot animo wisatawan nasional ataupun mancanegara. Kegiatan wisata adalah cara menumbuh kembangkan geliat ekonomi kreatif di Kota Palembang, mulai dari hiburan, perhotelan, restoran, hingga Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Untuk mendongkrak jumlah wisatawan yang datang ke Kota Palembang. Promosi tengah gencar dilakukan Pemerintah Kota Palembang melalui Dinas Pariwisata Kota Palembang. Promosi berperan dalam penyebaran informasi dengan terlebih dahulu

memperkenalkan, meyakinkan, dan mengingatkan masyarakat tentang berbagai acara dan objek wisata di Kota Palembang.

Promosi dapat dilakukan oleh influencer marketing karena dapat mempengaruhi para pengikutnya. Saat ini, penggunaan influencer dianggap sebagai taktik pemasaran yang tepat, bahkan untuk bidang pariwisata. Xu & Pratt (2018), khususnya untuk kegiatan promosi.

Influencer yang utamanya menggunakan media sosial dianggap mampu menawarkan beberapa konten menarik dari industri perjalanan yang ingin mereka tonjolkan di akun mereka menggunakan gambar atau video. Pemasaran influencer memiliki kekuatan untuk memengaruhi pengikut media sosial mereka. Dalam hal ini, influencer berperan sebagai perwakilan destinasi wisata, membantu Dinas Pariwisata Kota Palembang dalam mempromosikan pengalaman, budaya, objek wisata, dan fasilitas.

Influencer marketing pariwisata berfokus pada penceritaan kisah yang menarik perhatian dan membangun hubungan emosional yang kuat dengan followers, selain mengiklankan barang dan jasa. Pengalaman nyata dan kisah pribadi influencer dapat membantu destinasi wisata memproyeksikan citra yang baik yang pada akhirnya akan menarik wisatawan.

Influencer memainkan peran penting dalam mempromosikan destinasi wisata di Kota Palembang, dengan menggunakan media sosial yang meliputi foto, ulasan, cerita dan postingan dalam mengunjungi destinasi wisata Kota Palembang. Selain itu,

penggunaan konten video dan media sosial visual lainnya yang menampilkan keindahan destinasi kota Palembang dapat memperkuat citra positif dan meningkatkan kunjungan wisatawan.

Konten yang menarik dan kreatif sangat penting dalam promosi destinasi wisata di Kota Palembang, dan membuat wisatawan ke Kota Palembang. Salah satu bentuk konten kreatif yang paling populer adalah video. Video memiliki kemampuan untuk menangkap dan menyampaikan keindahan serta keunikan Kota Palembang dengan cara dinamis dan menarik. Pembuatan video perjalanan yang berkualitas tinggi yang menampilkan pemandangan indah, budaya Kota Palembang dan aktivitas seru.

Platform seperti Youtube, Instagram dan Tiktok menjadi alat utama dalam penyebaran konten. Konten kreatif potensi untuk viral. Konten kreatif juga dapat menginspirasi audiens, mereka akan berbagi konten tersebut dengan orang lain, baik melalui media sosial ataupun secara langsung.

Dari data yang didapatkan dari Dinas Pariwisata Kota Palembang dari tahun 2020 hingga 2025.

Tabel 1.1

Kunjungan Wisatawan Kota Palembang dari tahun 2020-2024

Tahun	Jumlah Wisatawan 5 Tahun Terakhir		Jumlah Orang
	Nusantara	Mancanegara	
2020	893.890	2022	895.012
2021	1.206.448	0	1.206.448
2022	1.542.485	0	1.542.485
2023	2.011.040	18	2.011.058
2024	2.137.828	940	2.138.768

Sumber Data: Kantor Imigrasi Kelas 1 Palembang dan Dispar Kota Palembang
Tahun: 2025

Dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan jumlah pengunjung ke Kota Palembang dari tahun 2020 hingga 2025, hal ini dapat diindikasikan bahwa Dinas Pariwisata Kota Palembang berperan aktif untuk menarik kunjungan wisatawan ke Kota Palembang melalui event dan promosi di media sosial dengan memanfaatkan influencer dan konten kreatif.

Bersumber uraian latar belakang, peneliti termotivasi untuk mengkaji dan membahas **“Pengaruh Konten Kreatif dan Influencer Marketing dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Kota Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bersumber latar belakang, jadi permasalahan di penelitian ini dirumuskan:

1. Apakah konten kreatif dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke kota Palembang?
2. Apakah influencer marketing dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan ke kota Palembang?
3. Apakah konten kreatif dan influencer marketing berpengaruh terhadap peningkatan kunjungan wisatawan ke kota Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Bersumber rumusan masalah, jadi tujuan penelitian ini, yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruh konten kreatif dalam menarik minat wisatawan agar berkunjung ke kota Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh influencer marketing dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke kota Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh konten kreatif dan influencer marketing terhadap peningkatan kunjungan wisatawan ke kota Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dilaksanakan untuk memajukan pemahaman ilmiah serta memperdalam pemahaman penulis mengenai Pengaruh Konten Kreatif dan Influencer Marketing dalam Meningkatkan Kunjungan ke Kota Palembang.

2. Bagi Peneliti lain

Sebagai referensi untuk dijadikan panduan bagi penelitian masa depan di bidang yang sama.

3. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam mengetahui pengaruh konten kreatif dan influencer marketing dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Kota Palembang serta dijadikan bahan referensi penelitian selanjutnya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup di penelitian ini hanya membatasi pada pengaruh konten kreatif dan influencer marketing dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Kota Palembang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan menyediakan ringkasan yang ringkas dan mudah dipahami dari topik-topik setiap bab dari bagian skripsi secara keseluruhan. Sistematika penulisan berikut akan digunakan dalam lima bab yang menyusun skripsi ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini disajikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, ruang lingkup serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini disajikan mengenai landasan teori, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, kerangka berpikir serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas objek penelitian, operasional variabel, jenis serta sumber data, teknik pengumpulan data, populasi serta sampel, serta teknik analisis.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis membahas hasil penelitian serta pembahasan mengenai masalah yang meliputi pengaruh konten kreatif dan influencer marketing dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Kota Palembang.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini adalah Kesimpulan serta saran. Temuan akhir penelitian disajikan dalam kesimpulan, sedangkan pandangan penulis disajikan dalam saran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**