

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu Negara yang terletak di benua Asia, tepatnya di Asia Tenggara, Dimana Indonesia dijuluki sebagai Negara kepulauan terbesar di dunia. Hal tersebut berdasarkan catatan data luas wilayah, jumlah penduduk, dan garis pantai oleh *Central Intelligence Agency* (CIA) pada tahun 2014. Dengan data tersebut Indonesia berada di urutan teratas sebagai negara kepulauan terbesar di dunia dari 193 negara berdaulat yang diakui oleh Internasional yang telah menjadi anggota *Perserikatan Bangsa-Bangsa* (PBB) dan 45 negara didalamnya digolongkan sebagai negara kepulauan (<http://ilmupengetahuanum.com/10-negara-kepulauan-terbesar-di-dunia/> , diakses pada 9 September 2016, pukul 2.14 WIB). Dari data yang dijelaskan diatas menunjukkan bahwa dengan luas wilayah sebesar 1.904.569 km<sup>2</sup>, garis pantai sepanjang 81.000 km, dan total pulau sebanyak 17.508 pulau, serta luas perairan mencapai 5,8 juta km<sup>2</sup> atau sama dengan 2/3 dari luas wilayah Indonesia. Maka negara khatulistiwa ini adalah negara kepulauan terbesar dibandingkan dengan negara-negara kepulauan lainnya.

**Table 1.1**

#### **10 negara kepulauan terbesar di dunia**

No	Negara
1.	<b>Indonesia</b>
2.	<b>Madagaskar</b>
3.	<b>Papua Nugini</b>
4.	<b>Jepang</b>
5.	<b>Filipina</b>
6.	<b>Selandia baru</b>
7.	<b>Britania Raya (Inggris)</b>
8.	<b>Kuba</b>
9.	<b>Islandia</b>
10.	<b>Republik Irlandia</b>

Sumber : <http://ilmupengetahuanumum.com/10-negara-kepulauan-terbesar-di-dunia/> , diakses pada 9 September 2016, pukul 2.14 WIB

Sebagai negara kepulauan membuat Indonesia memiliki luas lautan yang lebih besar dibanding daratannya, yaitu 70 berbanding 30. Hal ini pula yang membuat Indonesia kaya akan sumber daya alam, namun ini juga menjadi tantangan tersendiri untuk Indonesia dapat memajukan maritimnya. Karna seiring dengan perkembangan lingkungan strategis, peran laut menjadi signifikan serta dominan dalam mengantar kemajuan suatu negara. Kekuatan inilah yang merupakan potensi besar untuk memajukan perekonomian Indonesia. Tetapi dari banyaknya potensi alam yang dimiliki, khususnya di area perairan baru 10% yang dimanfaatkan. (<http://www.perumperindo.co.id/publikasi/artikel/171-potensi-indonesia-sebagai-negara-maritim> , diakses pada tanggal 9 September 2016, pukul 3.34 WIB)

Menurut berita, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia belum merasakan peran signifikan dari potensi maritim yang dimiliki, ditandai dengan belum dikelolanya potensi maritim Indonesia secara maksimal. Padahal sangat beragam potensi maritim yang dimiliki oleh Indonesia, antara lain industri bioteknologi kelautan, perairan dalam (*deep ocean water*), energi kelautan, mineral laut, pelayaran, pertahanan, industri maritim, serta wisata bahari yang sebenarnya dapat memberikan kontribusi besar bagi kesejahteraan dan kemakmuran rakyat Indonesia.

Hal inilah yang akhirnya menjadi perhatian khusus Presiden Republik Indonesia yang ke-7 yaitu bapak Ir. H Joko Widodo untuk menjadikan Indonesia sebagai poros maritim dunia. Hal tersebut dilanjutkan dengan fokus Kementerian Pariwisata Republik Indonesia terhadap wisata bahari yang ada. Karna wisata bahari Indonesia sangatlah besar, namun masih kurang kesadaran masyarakat akan potensi tersebut, sehingga masih minim kontribusi yang diberikan. Padahal begitu banyak nama tempat-tempat wisata bahari di Indonesia yang sudah tidak perlu diragukan keindahannya secara nasional maupun internasional, seperti pulau Weh di Aceh, Anambas dan Kepulauan Riau, Bangka Belitung, Karimun Jawa, Gili-gili di Lombok, Komodo Labuan Bajo, Kepulauan Derawan di Kalimantan Timur, Selat Lembeh dan Bunaken di Sulawesi Utara, Wakatobi di Sulawesi Tenggara, Raja Ampat di Papua Barat, Morotai di Maluku Utara, dan masih ratusan daftar

wisata bahari lainnya yang menakjubkan. Tak bisa dipungkiri besarnya potensi kelautan Indonesia, jadi andalan utama untuk mengembangkan wisata bahari demi mencapai target 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara dan 275 juta pergerakan wisata oleh wisatawan lokal pada tahun 2019. Seperti apa yang dikatakan dan diharapkan oleh Menteri Pariwisata Republik Indonesia bapak Arief Yahya dalam kata sambutannya saat membuka pameran *Deep and Extreme Indonesia 2016* di Jakarta Convention Center (JCC), Senayan, akhir Maret 2016. (<http://bisniswisata.co.id/wisata-bahari-besar-potensi-kecil-konstrubusi/> , diakses pada tanggal 9 September 2016, pukul 3.50 WIB).

Menyadari besarnya potensi wisata bahari Indonesia, Kementerian Pariwisatapun melakukan berbagai cara untuk mempromosikan wisata bahari di Indonesia, agar dapat lebih banyak mengundang wisatawan asing maupun meningkatkan kesadaran dan kecintaan wisatawan lokal pada keindahan alam Indonesia, khususnya laut. Upaya promosi yang dilakukan sangatlah beragam, seperti mengikuti pameran wisata dalam negeri maupun luar negeri, mengadakan berbagai festival di tiap-tiap daerah, sampai dengan membuat ajang duta wisata khusus untuk mempromosikan wisata bahari, salah satunya adalah ajang “Miss Scuba Indonesia”.

Miss Scuba Indonesia adalah ajang duta wisata yang memiliki perhatian khusus pada laut dan pesisir, adapula tujuan dari diadakannya sebuah ajang wisata, yaitu untuk mendapatkan figur atau ikon yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, dan nantinya diharapkan dapat membantu tahap promosi wisata itu sendiri. Ajang ini pun memiliki beberapa tahapan acara, pertama tahap pemilihan dimana ada serangkaian seleksi yang dikemas dalam bentuk pemilihan dengan format serupa kontes kecantikan. Lalu setelah terpilih, tahap selanjutnya adalah menjalankan tugas selama periode masa jabatan tersebut berlaku, biasanya jangka waktu untuk satu periode adalah 1 tahun. Setelah masa jabatan selesai bukan berarti tugas dari seorang duta wisata pun berhenti, namun diharapkan akan tumbuh rasa tanggung jawab untuk tetap mempromosikan dan mengenalkan wisata Indonesia kepada masyarakat Indonesia maupun dunia. Karna sesungguhnya kewajiban untuk mempromosikan wisata Indonesia bukan hanya tugas dari para duta wisata namun seluruh warga Indonesia.

Duta wisata di Indonesia cukup beragam, ada yang diperuntukan untuk mempromosikan budaya dan kearifan lokal, serta ada pula yang bertugas khusus untuk area

laut dan pesisir, mengingat bahwa wilayah lautan Indonesia lebih luas dibanding daratannya. Hal ini pun berlaku untuk wilayah dunia yang memang lebih besar wilayah perairannya dibanding daratannya. Oleh karena itu sejak 2011 Mr. Robert Lo sebagai pendiri maupun ketua Miss Scuba Internasional berinisiatif untuk membuat ajang pemilihan duta yang terfokus pada laut serta pesisir. Akhirnya didirikan lah ajang “Miss Scuba International” yaitu sebuah ajang kontes kecantikan pertama berskala internasional yang didedikasikan untuk olahraga menyelam. Melibatkan Asosiasi Selam dan *Lembaga Sosial Masyarakat* (LSM) Konservasi Internasional, mengandung nilai-nilai kecantikan lahir-batin dan keberanian perempuan. Dan pemenang akan diberi gelar "International Diving Ambassador" yang akan berperan penting dalam mempromosikan olah raga selam dan konservasi kelautan di seluruh dunia. Penyelenggaraan pertama “Miss Scuba International” diadakan di Sabah – Malaysia, melibatkan setidaknya partisipasi dari 5 negara yaitu Malaysia, Indonesia, Singapore, Thailand, dan China. Dalam ajang bertingkat Internasional ini, Indonesia mengirimkan 3 perwakilannya yaitu Dayu Hatmanti, Nendy Yunizar, dan Farah Seza. Yang tentunya bermodalkan dukungan penuh dari Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Alhasil di tahun pertama Indonesia meraih kebanggaan dimata Internasional karna Dayu Hatmanti berhasil memenangkan ajang tersebut dan meraih predikat sebagai Miss Scuba Internasional yang pertama. Diikuti diperingkat dua oleh Nendy yang juga wakil Indonesia, serta peringkat tiga oleh salah satu perwakilan dari Malaysia. ([http://www.missscuba.com/title\\_hol.cfm?id=2011](http://www.missscuba.com/title_hol.cfm?id=2011) , di akses pada tanggal 9 September 2016, pukul 5.25 WIB). Sejak saat itu ajang Miss Scuba Indonesia pun mulai berkembang untuk mencari perwakilan Indonesia di tahun-tahun berikutnya.

Ajang Miss Scuba Indonesia adalah kegiatan yang dilakukan dibawah naungan dari Miss Scuba International. Ajang ini adalah kegiatan yang didukung penuh oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, serta dibawah manajemen Yayasan Cinta Laut Indonesia, dan untuk lisensi Miss Scuba International di Indonesia dipegang oleh PT. Xnet Indonesia yang di pimpin oleh bapak Dharmawan Sutanto. Adapula 3 tujuan utama dari ajang ini, yang pertama adalah untuk memperkenalkan olahraga rekreasi menyelam pada masyarakat, kedua untuk mempromosikan potensi wisata bahari yang ada, ketiga melakukan kontribusi untuk menjaga lingkungan laut Indonesia, dan tujuan Miss Scuba Indonesia menurut bapak Dharmawan Sutanto sebagai pemegang lisensi sebagai berikut

*"Pada dasarnya kegiatan ini adalah salah satu upaya yang bisa kami lakukan, sebagai penggiat aktifitas kelautan, yang tentunya dengan harapan mampu mendorong promosi pariwisata kelautan di Indonesia ke kancah internasional menjadi lebih baik lagi"* (<http://www.missscubaindonesia.com/> , diakses pada tanggal 10 September 2016, pukul 11.35 WIB).

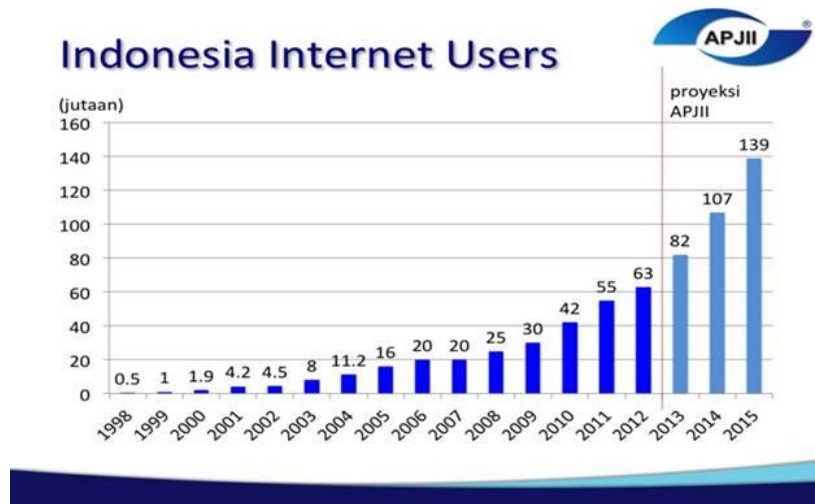
Tahapan dalam pemilihan di ajang Miss Scuba Indonesia diawali dengan proses seleksi, yang pendaftarannya dibuka melalui website resminya yaitu [www.missscubaindonesia.com](http://www.missscubaindonesia.com) , lalu setelah itu akan dipilih 30 besar berdasarkan data yang telah dikirim oleh seluruh pendaftar. Kemudian akan dilanjutkan dengan penilaian tahap wawancara, yang bertujuan untuk mengecilkan jumlah dari 30 besar menjadi 12 besar. Setelah itu yang terpilih menjadi 12 besar finalis akan menjalani masa karantina sekaligus tahap pembekalan, karena dalam masa karantina seluruh finalis akan mendapatkan banyak materi, seperti materi pengembangan potensi diri, public speaking, cara berjalan yang baik, hingga informasi seputar olahraga rekreasi menyelam, serta pengetahuan tentang keadaan laut dan potensi wisata bahari yang ada di Indonesia. Adapun syarat dan ketentuan untuk pendaftaran awal adalah wanita Indonesia usia 18-26 tahun, belum pernah menikah atau melahirkan, dalam keadaan sehat lahir bathin dengan tinggi badan minimal 165cm dan berat badan proporsional, bisa renang, senang berkegiatan dilaut, peduli dan ramah lingkungan, berkelakuan baik, memiliki komitmen yang tinggi, memiliki bakat seni yang bisa ditampilkan, dan tidak terikat kontrak dengan pihak manapun yang dapat mempengaruhi kepesertaan dalam kontes ini.

Seluruh peserta yang terpilih menjadi 12 besar secara langsung dinyatakan resmi menjadi bagian dari Miss Scuba Indonesia, yang nantinya akan menandatangani kontrak kesediaan mengikuti segala rangkaian acara dan ketentuan yang berlaku selama 1 periode

atau 1 tahun masa jabatan. Rangkaian acara yang di maksud bukan hanya masa karantina sampai dengan malam final sekaligus pengumuman pemenang, tetapi seluruh rangkaian kegiatan selama setahun menjabat sebagai Miss Scuba Indonesia. Karna setelah terpilih menjadi Miss Scuba Indonesia akan ada beberapa agenda kegiatan yang akan dilakukan, yang memang menjadi bagian dari kegiatan dan tugas seorang Miss Scuba Indonesia. Diantara nya, untuk pemenang utama akan mewakili Indonesia diajang Miss Scuba International, lalu kegiatan lainnya adalah menghadiri berbagai festival bahari di Indonesia dalam rangka mempromosikan destinasi wisata khususnya wisata bahari, menghadiri pameran-pameran wisata, kemudian menjadi pembicara atau narasumber untuk acara-acara yang berkaitan dengan olahraga rekreasi menyelam, wisata bahari atau konservasi lingkungan, serta turut serta dalam setiap kegiatan yang memang memiliki kesamaan tujuan dengan tujuan Miss Scuba Indonesia. Karna salah satu tujuannya adalah untuk mempromosikan wisata bahari di Indonesia, maka para peserta diwajibkan untuk memberikan kontribusi nyata, seperti mempromosikan wisata bahari Indonesia melalui akun sosial media yang mereka miliki, seperti Instagram. Mengingat bahwa saat ini semakin meningkatnya pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya, serta semakin besarnya pengaruh teknologi dalam kehidupan masyarakat. Seperti data berikut yang menunjukkan peningkatan pengguna internet setiap tahunnya di Indonesia sampai dengan tahun 2015 yang dikeluarkan oleh *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (APJII).

### **Grafik 1.1**

#### **Pengguna Internet di Indonesia**



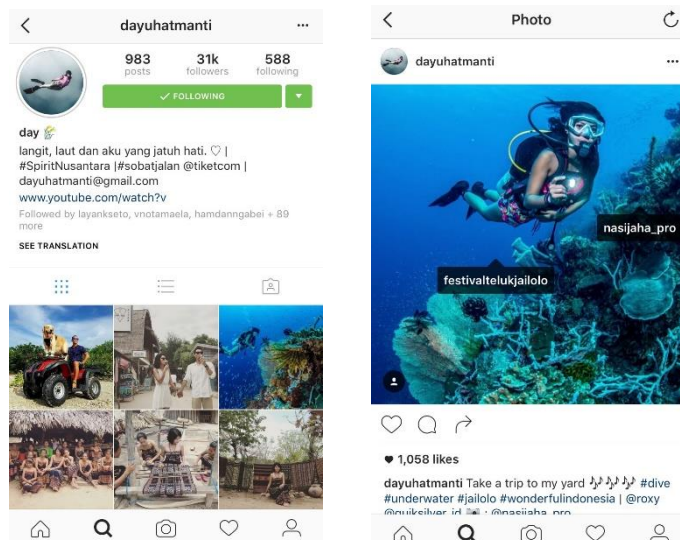
Sumber : <http://harianti.com/kini-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-82-juta-pengguna/> , diakses pada tanggal 16 September 2016, pukul 02.15 WIB

Tidak hanya karena pengguna internet di Indonesia yang selalu meningkat jumlah penggunaannya, tapi hal ini juga dikarenakan oleh perubahan zaman, dimana saat ini teknologi semakin canggih, segala sesuatunya pun semakin berkembang, dan terjadilah perubahan tren. Termasuk dalam cara pemasaran dan promosi wisata. Menurut Hermawan Kartajaya dan Sapta Nirwandar dalam buku *Tourism Marketing 3.0* (2013) saat ini sub-kultur dari usia muda, wanita, dan *netizen* adalah kelompok yang dapat mengendalikan perubahan di Indonesia untuk era baru saat ini. Generasi muda Indonesia adalah generasi yang ekspresif. Dapat dilihat dari aktivitas mereka dalam sosial media. Mayoritas dari mereka, sekitar 76,7% suka meng-*update* status dan lokasi mereka melalui sosial media. Tidak hanya berbagi informasi, orang-orang muda juga ingin mempengaruhi orang-orang sekitar mereka melalui informasi dan mereka cenderung mudah terpengaruh oleh informasi yang mereka terima dari orang disekitar mereka. Hal ini menegaskan bahwa generasi muda lebih terbuka dan suka bersosialisasi dengan orang-orang sekitar mereka, yang membuat mereka lebih mempercayai rekomendasi dari orang-orang yang mereka anggap mampu memberikan informasi. (Hermawan, Sapta, 2013:31)

Hal inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa para Miss Scuba Indonesia diwajibkan untuk mempromosikan destinasi wisata bahari melalui akun sosial media yang

mereka miliki. Seperti yang telah dilakukan oleh Dayu Hatmanti sebagai pemenang Miss Scuba Indonesia 2011, Nadhilah Dhina pemenang Miss Scuba Indonesia 2015, dan Risyia Nurfitriani sebagai juara ke-2 Miss Scuba Indonesia 2014. Berikut riset yang diambil dari media sosial Instagram 3 Miss Scuba Indonesia yang mewakili untuk jangka waktu 5 periode (2011-2015) :

**Gambar 1.1**



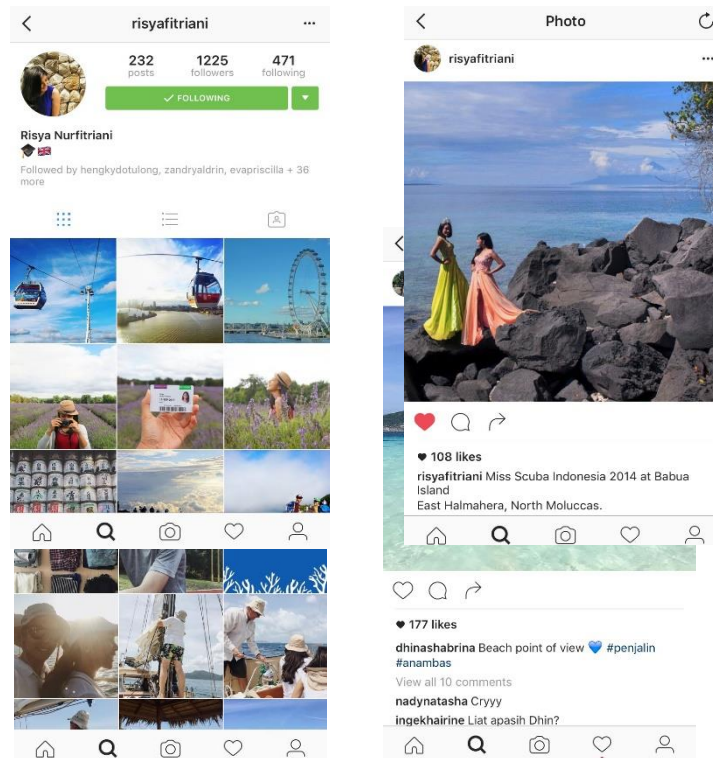
*Sumber :*

<https://www.instagram.com/dayuhatmanti/?hl=en> , diakses pada tanggal 16 September 2016, pukul 12. 04 WIB

1. Dalam *posting*-an nya Dayu selalu memberikan informasi nama lokasi destinasi wisata bahari dan kegiatan yang berlangsung. Seperti salah satu foto yang ada di akun Instagram



nya, saat ia berada di Jailolo untuk acara festival teluk Jailolo. Dan ia juga menggunakan hastag “Wonderful Indonesia”.



**Gambar 1.2**

Sumber :

<https://www.instagram.com/dhinashabrina/?hl=en> , diakses pada tanggal 16 September 2016, pukul 12.15 WIB

2. Di profil akun instagram nya, Dhina memberikan informasi bahwa ia adalah Miss Scuba Indonesia 2015 dan di *posting*-an nya ia juga memberikan informasi nama lokasi destinasi wisata bahari dan kegiatan yang berlangsung. Seperti salah satu foto yang ada di akun Instagram nya, saat ia berada di kepulauan Anambas untuk acara festival lestari Anambas 2016. Dan ia juga menggunakan *hastag* lokasi tersebut, seperti #Penjalin #Anambas . kata Dhina tujuan nya agar lebih mudah diakses oleh para *followers* nya.

**Gambar 1.3**

Sumber : <https://www.instagram.com/risyafitriani/> , diakses pada tanggal 16 September 2016, pukul 12.38 WIB

3. Risyafitriani memberikan informasi nama lokasi destinasi wisata bahari dalam penjelasan singkat pada beberapa foto di akun Instagram nya, dan ia pun menambahkan informasi bahwa ia adalah bagian dari Miss Scuba Indonesia. Seperti salah satu foto yang ada di akun Instagram nya, saat ia berada di Maluku Utara.

Dari data di atas menunjukkan bahwa secara tidak langsung para Miss Scuba Indonesia melakukan kegiatan *branding* tempat destinasi wisata bahari di Indonesia, melalui akun pribadi sosial media Instagram yang mereka miliki. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji tentang peran ajang Miss Scuba Indonesia dalam rangka mendukung *branding* wisata bahari di Indonesia. Dengan demikian, peneliti pun mengajukan penelitian dengan judul **“Peran *Event Miss Scuba Indonesia 5 Periode (2011-2015)* dalam Mendukung *Branding Wisata Bahari di Indonesia*” (Studi Deskriptif pada *Miss Scuba Indonesia*).**

## 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana peran *event Miss Scuba*

Indonesia selama 5 periode (2011-2015) dalam melakukan *branding* wisata bahari di Indonesia?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *event Miss Scuba* Indonesia selama 5 periode (2011-2015) dalam melakukan *branding* wisata bahari di Indonesia.

### 1.4 Manfaat dan Kegunaan

#### 1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, terutama yang berkaitan dengan peran duta wisata dalam mempromosikan destinasi wisata di Indonesia khususnya wisata bahari.
2. Sebagai masukan bagi penelitian-penelitian relevan selanjutnya, sehingga dapat dijadikan studi perbandingan.

#### 1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi, masukan, dan indikator *Miss Scuba* Indonesia dalam mengaktualisasikan perannya untuk mempromosikan destinasi wisata bahari di Indonesia.
2. Sebagai bahan referensi duta wisata lainnya dalam memaksimalkan peran tersebut untuk mempromosikan wisata di Indonesia.

### 1.5 Jadwal Penelitian

**Tabel 1.2**  
**Jadwal Penelitian**

No	Tahapan	Bulan					
		Sep 2016	Okt 2016	Nov 2016	Des 2016	Jan 2017	Feb 2017

1.	Pengajuan judul proposal						
2.	Penyusunan Proposal						
3.	Pendaftaran sidang proposal dan pelaksanaan sidang proposal						
4.	Revisi dan Penelitian						
5.	Pendaftaran sidang akhir dan pelaksanaan sidang akhir						
6.	Revisi						

Sumber : Olahan Peneliti 2016

## 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini mengikuti tempat informan penelitian berada, maka dari itu lokasi penelitian akan difokuskan di Kota Jakarta. Hal ini didasarkan pada keberadaan para informan yang berada di Jakarta, diantaranya pihak Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, pemegang lisensi *Miss Scuba International* di Indonesia, serta para Miss Scuba Indonesia. Di samping itu, kantor Kementerian Pariwisata Republik Indonesia juga berlokasi di Jakarta Pusat dan kantor Yayasan Cinta Laut Indonesia yang menaungi Miss Scuba Indonesia terletak di Jakarta Selatan.

### 1.6.2 Waktu Penelitian

Data penelitian ini diperoleh dalam rentang waktu antara bulan September 2016 sampai dengan bulan Februari 2017.