

MANFAAT INSTAGRAM DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI PARIWISATA KABUPATEN PESISIR BARAT PROVINSI LAMPUNG (STUDI PADA KELOMPOK SADAR WISATA PANTAI TANJUNG SETIA TAHUN 2023)

BENEFITS OF INSTAGRAM IN PROMOTING TOURISM DESTINATIONS IN WEST
COASTAL DISTRICT, LAMPUNG PROVINCE (STUDY ON TANJUNG SETIA BEACH
TOURISM AWARE GROUP, 2023)

¹⁾ Redo Arnando, ²⁾ Imamawati Asniar, ³⁾ Mike Meiranti

^{1,2,3)}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Lampung

Jl. ZA. Pagar Alam No.14, Labuhan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar, Lampung 35132

redoarnando074@gmail.com

ABSTRAK

Teknologi informasi khususnya media sosial telah menjadi alat yang sangat berguna dalam komunikasi online dan promosi. Instagram, dengan jangkauan luas dan pengguna aktif tinggi, menawarkan potensi besar dalam mempromosikan destinasi wisata. Kabupaten Pesisir Barat di Provinsi Lampung, yang terkenal dengan keindahan alam dan pantai seperti Pantai Tanjung Setia, mengalami penurunan jumlah wisatawan, terutama sejak pandemi Covid-19. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial seperti Instagram oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) menjadi penting untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana Pokdarwis Pantai Tanjung Setia memanfaatkan Instagram sebagai alat promosi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Tanjung Setia, Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan yang dipilih secara purposive sampling, yaitu perangkat pemerintahan lokal, anggota Pokdarwis, dan wisatawan. Observasi lapangan dan analisis dokumen juga dilakukan untuk mendapatkan data yang komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi besar dalam mempromosikan Pantai Tanjung Setia. Konten visual yang menarik dan fitur interaktif Instagram membantu Pokdarwis dalam meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan. Namun, terdapat tantangan dalam pengelolaan konten dan keterampilan digital yang perlu diatasi untuk memaksimalkan manfaat dari platform ini. Strategi promosi yang melibatkan kolaborasi dengan influencer dan penggunaan konten yang berkualitas terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens.

Kata Kunci: Instagram, Promosi Wisata, Pantai Tanjung Setia

A. PENDAHULUAN

Teknologi informasi khususnya media sosial menjadi alat yang sangat berguna dalam komunikasi online. Menurut (Saragih et al., 2023) media sosial memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan mudah. (Suprayitno & Muttaqien, 2022) menyatakan bahwa media sosial juga sangat penting bagi perusahaan untuk menjangkau pelanggan. Saat ini, penggunaan media sosial untuk promosi sudah umum, terbukti dengan banyaknya akun media sosial yang dimiliki oleh daerah pariwisata. Provinsi Lampung, yang terletak di ujung selatan pulau Sumatera dan berbatasan dengan Bengkulu dan Sumatera Selatan, memiliki 15 wilayah (13 Kabupaten dan 2 Kota), masing-masing dengan destinasi pariwisata yang beragam karena geografisnya yang dikelilingi lautan. Salah satu kabupaten yang kaya akan destinasi wisata adalah Kabupaten Pesisir Barat.

Kabupaten Pesisir Barat memiliki luas sekitar 2.889,88 km² atau 8,39% dari total wilayah Provinsi Lampung, terdiri dari 11 kecamatan, 116 pekon, dan 2 kelurahan (Imam Ozali & Ida Rahayu, 2023). Krui, yang sudah berdiri selama ratusan tahun di Teluk Stabas, menjadi ibu kota Kabupaten Pesisir Barat yang dibentuk berdasarkan UU No. 22 Tahun 2012 tentang Pembentukan Daerah Otonom Baru (DOB) Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung (Hidayatullah et al.,

2022). Kabupaten ini secara geografis berbatasan langsung dengan Samudra Hindia dengan garis pantai sepanjang 210 km dan dikelilingi oleh hutan tropis Taman Nasional Bukit Barisan Selatan, menjadikannya kaya akan destinasi pariwisata, termasuk pantai Tanjung Setia. Menurut dinas pariwisata setempat, Pantai Tanjung Setia terkenal dengan ombak tinggi yang ideal untuk berselancar, serta pemandangan yang indah (Afifah et al., 2023). Namun, sejak pandemi Covid-19, terjadi penurunan jumlah pengunjung ke pantai ini.

Berdasarkan hasil observasi terdapat beberapa faktor yang menyebabkan masalah di Pantai Tanjung Setia. Pengelola pantai kurang memperhatikan kualitas dan kenyamanan lokasi wisata, ditunjukkan dengan fasilitas yang kurang lengkap dan memadai. Selain itu, kesadaran masyarakat sekitar untuk menjaga, melestarikan, dan memelihara lingkungan pantai masih rendah. Akibatnya, daya tarik Pantai Tanjung Setia menurun, baik bagi pengunjung lokal maupun non-lokal. Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat, Bapak I Nyoman Setiawan, menyatakan bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Pesisir Barat pada tahun 2023 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2022, sebagaimana terlihat pada tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Wisatawan

Jumlah Wisatawan Kabupaten Pesisir Barat		Jumlah Wisatawan Tanjung Pantai Setia	
2022	2023	2022	2023
26.106 Orang	21.537 orang	672 Orang	245 orang

Sumber : Data Olahan (2024)

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan yang terjadi ialah mengenai bagaimana cara mengembalikan kembali eksistensi destinasi pariwisata pantai Tanjung Setia agar mampu meningkatkan kembali wisatawan yang datang berkunjung sehingga dapat bersaing dengan destinasi wisata lainnya. Oleh karena itu, diperlukan suatu inovasi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, salah satunya dengan membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Pokdarwis adalah kelompok swadaya dan swakarya yang tumbuh untuk masyarakat serta bertujuan untuk mensukseskan pembangunan pariwisata nasional (Wijayanti, 2021). Kelompok ini terbentuk dari inisiatif dan kemauan serta kesadaran masyarakat 4 untuk ikut berpartisipasi aktif dalam memelihara dan melestarikan berbagai objek dan daya tarik wisata dalam rangka meningkatkan pembangunan serta daya tarik kepariwisataan di suatu daerah.

Untuk menghidupkan kembali dan mengembangkan destinasi wisata Pantai Tanjung Setia, Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) melakukan berbagai upaya seperti memperbaiki dan melengkapi fasilitas serta melakukan promosi efektif untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Mereka mempromosikan pantai dengan memposting foto dan video keindahan pantai serta fasilitas yang tersedia melalui WhatsApp dan Facebook, untuk menarik minat pengunjung. Meskipun demikian, upaya promosi ini belum optimal karena jumlah pengunjung tidak meningkat signifikan. Untuk mengatasi hal ini, Pokdarwis menciptakan akun Instagram Pantai Tanjung Setia sebagai inovasi promosi. Instagram, yang memiliki jangkauan luas dan pengguna aktif tinggi di Indonesia, memudahkan berbagi informasi dan terhubung secara online, sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung ke Pantai Tanjung Setia dan mendukung perekonomian lokal (Lusia et al., 2023).

Pembuatan akun Instagram oleh Pokdarwis bertujuan untuk mempromosikan Pantai Tanjung Setia dengan memposting foto dan video yang menunjukkan keindahan pantai. Namun, berdasarkan temuan peneliti, akun Instagram @tanjung-setia hanya memposting dua kali, dengan posting terakhir pada April 2020. Setelah itu, tidak ada lagi aktivitas posting hingga 2023. Selama periode tersebut, Pokdarwis hanya fokus memperbaiki fasilitas seperti tempat sampah dan gubuk di pinggir pantai, menyebabkan akun Instagram tersebut kurang menarik dan tidak efektif dalam menarik wisatawan. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa Pokdarwis belum memaksimalkan penggunaan Instagram sebagai alat promosi Pantai Tanjung Setia.

Untuk memudahkan peneliti dalam meneliti upaya Pokdarwis menggunakan Instagram untuk mempromosikan Pantai Tanjung Setia di Kabupaten Pesisir Barat, disusun kerangka pikir sebagai pedoman agar tujuan penelitian tercapai secara optimal. Pokdarwis saat ini melakukan inovasi

dengan mengembangkan sarana dan prasarana wisata sesuai dengan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA). Potensi wisata yang besar memerlukan pengelolaan yang baik, mencakup manajemen SDM, keuangan, bahan-bahan, metode, dan pemasaran (Anggraini & Amir, 2023). Manajemen yang baik akan mencapai tujuan dengan prinsip-prinsip manajemen yang tepat, diharapkan pemerintah mengembangkan pariwisata daerah. Instagram digunakan sebagai media pemasaran, komunikasi, dan eksistensi, dengan promosi melalui iklan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung, diharapkan meningkatkan jumlah pengunjung Pantai Tanjung Setia (Ratu Nadira Elfandari & Imam Nuraryo, 2023).

Peneliti menganggap isu tentang potensi besar destinasi pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat sangat mendesak untuk diangkat. Meski memiliki potensi yang dapat menyaingi objek wisata di daerah lain dan menciptakan lapangan kerja baru untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal. Untuk itu, Pokdarwis berusaha mencari solusi dengan memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan wisata Pantai Tanjung Setia. Berdasarkan uraian dan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji "Manfaat Instagram Dalam Mempromosikan Destinasi Pariwisata Pantai Tanjung Setia Kabupaten Pesisir Barat Tahun 2024" dengan studi pada Kelompok Sadar Wisata Pantai Tanjung Setia.

B. LANDASAN TEORI

1. Manfaat

Menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia (2008), manfaat diartikan sebagai kegunaan atau daya guna dari suatu hal serta pekerjaan yang dilakukan. Fungsi, dalam konteks ini, adalah sekelompok aktivitas yang tergolong pada jenis yang sama berdasarkan sifatnya, pelaksanaan, atau pertimbangan lainnya. (Hefrizal, 2018) menegaskan bahwa fungsi adalah rincian tugas yang sejenis atau erat hubungannya yang dilakukan oleh pegawai tertentu, berdasarkan sekelompok aktivitas sejenis menurut sifat atau pelaksanaannya.

2. Media Sosial

Media sosial adalah platform di internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain, membentuk ikatan sosial secara virtual (Saraswati & Afifi, 2022). Media sosial terdiri dari berbagai alat dan teknologi, seperti Facebook dan Instagram. (Octora & Alvin, 2022) menyatakan bahwa Instagram dan Facebook memiliki fitur yang dapat digunakan untuk mendukung bisnis para pelaku usaha. Saat ini, media sosial memiliki peran besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai aspek kehidupan manusia (Suprayitno & Muttaqien, 2022).

3. Instagram

Instagram berasal dari kata "instan" yang berarti mampu menampilkan gambar secara cepat, seperti Polaroid, dan "gram" dari kata telegram yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara cepat (Giantika, 2019). Instagram memungkinkan pengguna mengunggah gambar melalui internet dan memastikan pesan dapat langsung terlihat. (Octora & Alvin, 2022) menjelaskan bahwa Instagram menggabungkan konsep instan dan telegram, memungkinkan pengguna untuk mengambil dan mengirim foto dengan cepat. Instagram juga menjadi gaya hidup baru di kalangan anak muda yang menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari (Belanche et al., 2021).

4. Promosi Pariwisata

Promosi adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan individu atau organisasi kepada masyarakat umum dengan tujuan memperkenalkan sesuatu, seperti barang, jasa, merek, atau perusahaan, dan membujuk masyarakat untuk membeli atau memanfaatkan produk tersebut (Kusuma, 2022). Promosi adalah aspek penting dalam kesuksesan pemasaran, bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, dan mengingatkan mereka untuk melakukan pembelian ulang (Yani, 2021). Berbagai jenis promosi meliputi iklan,

hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung (Chaniago et al., 2019), yang semuanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen.

5. Pokdarwis

Untuk memudahkan penelitian terkait upaya Pokdarwis dalam memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan destinasi wisata Pantai Tanjung Setia di Kabupaten Pesisir Barat, Lampung, peneliti menyusun kerangka pikir sebagai pedoman agar tujuan penelitian tercapai secara optimal. Pokdarwis saat ini tengah berinovasi dalam mengembangkan berbagai sarana dan prasarana penunjang wisata, baik di bidang rekreasi, infrastruktur, dan lainnya, sesuai dengan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA). Potensi wisata tidak akan maksimal tanpa pengelolaan yang baik, sehingga instrumen penelitian meliputi manajemen sumber daya manusia (SDM), uang, bahan-bahan, metode, dan pemasaran. Manajemen yang baik, disertai dengan penerapan prinsip-prinsip manajemen, diharapkan dapat mengembangkan pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat sesuai dengan RIPPDA.

C. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, suatu jenis penelitian yang fokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial dari perspektif partisipan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menciptakan gambaran yang jelas dan kompleks yang dapat disampaikan melalui kata-kata, dengan mendapatkan pandangan terperinci dari informan, dan dilakukan dalam konteks yang alami (Sugiyono, 2019). Metode kualitatif mengutamakan wawancara langsung dengan informan untuk memperoleh informasi yang mendalam, didukung oleh observasi lapangan. Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang sedang terjadi secara akurat, sistematis, dan faktual, serta dianalisis secara sistematis. Dengan demikian, penelitian deskriptif kualitatif ini akan memberikan gambaran tentang bagaimana Pokdarwis menggunakan fungsi Instagram dalam mempromosikan destinasi pariwisata Pantai Tanjung Setia tahun 2024 dan dianalisis secara sistematis.

Lokasi penelitian ini berada di objek wisata pantai Tanjung Setia, Kabupaten Pesisir Barat, Lampung. Penelitian ini dilakukan karena penurunan jumlah wisatawan dalam beberapa tahun terakhir di lokasi tersebut. Hal ini disebabkan oleh kurang optimalnya promosi dari Pokdarwis dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana promosi, kurangnya fasilitas yang memadai, serta kesadaran masyarakat sekitar dalam menjaga lingkungan dan melestarikan wisata. Sebagai solusi, penelitian ini akan fokus pada promosi melalui media sosial seperti Instagram oleh Pokdarwis, dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan minat wisatawan terhadap wisata pantai Tanjung Setia agar dapat diakses dan dipahami dengan lebih mudah.

Fokus penelitian ini difokuskan pada bagaimana Pokdarwis memanfaatkan fungsi Instagram dalam mempromosikan destinasi pariwisata Pantai Tanjung Setia Kabupaten Pesisir Barat Provinsi Lampung. Peneliti membatasi fokus ini untuk membuat pembahasan dan subjek penelitian lebih terfokus dan terarah karena sudah jelas batasannya. Informan penelitian dipilih melalui *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut: tinggal di sekitar lokasi wisata Pantai Tanjung Setia Kabupaten Pesisir Barat minimal selama 3 tahun, bekerja di pantai Tanjung Setia, dan memiliki pemahaman tentang kejadian atau masalah terkait pantai Tanjung Setia. Dengan kriteria tersebut, peneliti memilih Perangkat Pemerintahan Pekon Tanjung Setia yang Bernama Bapak AB, seorang wisatawan Mas EI dan Mbak FA, dan salah satu anggota Pokdarwis yang Bernama Bapak MB sebagai informan penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan 2 jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli atau langsung dari objek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan informan yang terlibat dalam pengelolaan dan promosi Pantai Tanjung Setia. Informan penelitian dipilih melalui *purposive sampling* dengan kriteria tinggal di sekitar lokasi wisata Pantai Tanjung Setia Kabupaten Pesisir Barat minimal selama 3 tahun, bekerja di pantai Tanjung Setia, dan memiliki pemahaman

tentang masalah terkait pantai Tanjung Setia. Informan yang dipilih meliputi perangkat pemerintahan Pekon Tanjung Setia, Bapak AB seorang wisatawan, Mas EI dan Mbak FA, serta anggota Pokdarwis, Bapak MB. Melalui wawancara tatap muka dengan para informan ini, peneliti mendapatkan informasi mendalam mengenai strategi media sosial yang digunakan oleh Pokdarwis dalam mempromosikan Pantai Tanjung Setia serta pandangan mereka tentang efektivitas penggunaan Instagram sebagai alat promosi.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang sudah ada, seperti dokumen, laporan, jurnal, buku, artikel, dan berbagai literatur yang relevan. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari studi literatur terkait penggunaan media sosial, khususnya Instagram, dalam promosi destinasi wisata penelitian sebelumnya yang membahas tentang promosi pariwisata melalui media sosial, data statistik dan dokumen resmi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat mengenai jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Tanjung Setia, laporan tahunan Pokdarwis tentang upaya promosi dan pengelolaan Pantai Tanjung Setia, serta artikel dan publikasi dari media cetak yang mengulas tentang kondisi pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat. Data sekunder ini digunakan untuk memperkaya pemahaman tentang bagaimana Pokdarwis memanfaatkan Instagram dalam mempromosikan Pantai Tanjung Setia serta untuk memberikan konteks yang lebih luas mengenai tren dan strategi promosi pariwisata melalui media sosial.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan mencakup :

- a. Observasi langsung yang memungkinkan peneliti untuk memahami lingkungan secara nyata, dengan mengamati langsung bagaimana Pokdarwis menggunakan Instagram untuk promosi pada tahun 2024.
- b. Wawancara tatap muka dengan informan untuk mendapatkan informasi mendalam tentang strategi media sosial yang digunakan.
- c. Dokumentasi yang melibatkan pengambilan gambar atau dokumen yang relevan dengan strategi media sosial dalam promosi wisata di Pantai Tanjung Setia, membantu dalam mengumpulkan data dan informasi terkait.

Penelitian ini berfokus pada upaya Pokdarwis menggunakan Instagram untuk mempromosikan Pantai Tanjung Setia di Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung. Pokdarwis saat ini sedang melakukan inovasi dengan mengembangkan sarana dan prasarana penunjang wisata, seperti rekreasi dan infrastruktur, sesuai dengan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA). Pengelolaan yang baik sangat diperlukan untuk memaksimalkan potensi wisata yang besar. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji bagaimana manajemen yang melibatkan sumber daya manusia (SDM), keuangan, bahan-bahan, metode, dan pemasaran dapat diterapkan secara efektif oleh Pokdarwis. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menggambarkan upaya Pokdarwis dalam memanfaatkan Instagram sebagai media promosi yang efektif, serta bagaimana strategi ini dapat membantu meningkatkan jumlah pengunjung Pantai Tanjung Setia.

Instagram dipilih sebagai media promosi karena memiliki jangkauan luas dan pengguna aktif yang tinggi di Indonesia, memungkinkan berbagi informasi dan terhubung dengan audiens secara online. Dalam kerangka pikir ini, Instagram dijabarkan sebagai media sosial pemasaran, media komunikasi, dan wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi pengguna (Angraini & Amir, 2023). Promosi dilakukan melalui berbagai strategi seperti iklan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung (Ratu Nadira Elfandari & Imam Nuraryo, 2023). Dengan strategi ini, diharapkan terjadi peningkatan jumlah pengunjung Pantai Tanjung Setia. Penelitian ini akan menggabungkan data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung dengan data sekunder dari studi literatur, laporan, dan dokumen resmi, untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas penggunaan Instagram oleh Pokdarwis dalam mempromosikan Pantai Tanjung Setia.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bapak AB menjelaskan bahwa pemanfaatan Instagram oleh Pokdarwis Pantai Tanjung Setia sebagai alat promosi dimulai sejak 2020. Ia menekankan bahwa tujuan utama penggunaan

Instagram adalah untuk meningkatkan eksposur destinasi wisata dan menarik lebih banyak pengunjung, baik domestik maupun mancanegara. "Instagram dipilih karena memiliki jangkauan yang luas dan pengguna aktif yang tinggi di Indonesia," ujarnya. Namun, Bapak AB mengakui bahwa upaya promosi melalui Instagram belum maksimal karena kurangnya pemahaman teknis dalam mengelola akun media sosial dan kurangnya konten yang menarik. "Kami memang sempat membuat akun Instagram @tanjung-setia, tetapi hanya sempat memposting dua kali pada tahun 2020, dan setelah itu aktivitas posting terhenti," jelasnya. Menurut Bapak AB, salah satu hambatan utama adalah kurangnya sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang pemasaran digital.

Bapak AB juga menyoroti pentingnya pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan anggota Pokdarwis dalam menggunakan media sosial secara efektif. "Kami membutuhkan pelatihan intensif tentang cara membuat konten yang menarik, strategi pemasaran digital, dan analisis data media sosial untuk meningkatkan efektivitas promosi," katanya. Ia juga menyatakan bahwa selain promosi melalui Instagram, perbaikan fasilitas di Pantai Tanjung Setia juga menjadi fokus utama mereka. "Kami telah memperbaiki beberapa fasilitas seperti tempat sampah dan gubuk di pinggir pantai, namun itu saja tidak cukup untuk menarik kembali wisatawan jika tidak didukung oleh promosi yang efektif," tambahnya.

Mas EI seorang wisatawan yang sering mengunjungi Pantai Tanjung Setia, memberikan pandangannya mengenai penggunaan Instagram sebagai alat promosi oleh Pokdarwis. Menurutnya, Instagram merupakan platform yang sangat efektif untuk promosi pariwisata karena visualnya yang menarik dan kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas. "Instagram sangat ideal untuk mempromosikan keindahan alam Pantai Tanjung Setia. Foto-foto dan video pantai yang indah bisa menarik banyak perhatian jika diposting secara konsisten," ujarnya. Namun, Mas EI merasa bahwa akun Instagram Pantai Tanjung Setia kurang aktif dan tidak memanfaatkan fitur-fitur yang ada di platform tersebut, seperti Stories, Reels, dan IGTV. "Sayang sekali, potensi Instagram belum dimanfaatkan sepenuhnya. Seharusnya mereka bisa membuat konten yang lebih variatif dan menarik, seperti video tentang aktivitas surfing, testimoni pengunjung, atau live session saat sunset di pantai," katanya.

Mas EI juga menambahkan bahwa interaksi dengan pengikut di Instagram sangat penting. "Interaksi dengan pengikut, seperti membalas komentar dan pesan, serta membuat polling atau Q&A di Stories, bisa meningkatkan engagement dan membuat pengunjung merasa lebih dekat dengan destinasi wisata tersebut," jelasnya. Ia berharap Pokdarwis dapat lebih aktif dan kreatif dalam mengelola akun Instagram mereka untuk menarik lebih banyak pengunjung ke Pantai Tanjung Setia.

Mbak FA seorang wisatawan lain menyampaikan pandangannya tentang bagaimana Instagram dapat digunakan untuk mempromosikan Pantai Tanjung Setia. Menurutnya, Instagram adalah platform yang sangat kuat untuk promosi pariwisata karena visualnya yang menarik dan kemampuan untuk menjangkau audiens yang luas. "Instagram sangat cocok untuk mempromosikan keindahan Pantai Tanjung Setia. Dengan memposting foto dan video yang menarik, mereka bisa menarik perhatian banyak orang," katanya. Namun, Mbak FA juga menyadari bahwa akun Instagram Pantai Tanjung Setia kurang aktif dan tidak memanfaatkan fitur-fitur yang ada di platform tersebut, seperti Stories, Reels, dan IGTV. "Akun Instagram mereka kurang aktif dan kurang menarik. Mereka bisa membuat konten yang lebih variatif dan menarik, seperti video tentang aktivitas surfing, testimoni pengunjung, atau live session saat sunset di pantai," jelasnya. Mbak FA juga menekankan pentingnya interaksi dengan pengikut di Instagram. "Interaksi dengan pengikut, seperti membalas komentar dan pesan, serta membuat polling atau Q&A di Stories, bisa meningkatkan engagement dan membuat pengunjung merasa lebih dekat dengan destinasi wisata tersebut," tambahnya. Ia berharap Pokdarwis dapat lebih aktif dan kreatif dalam mengelola akun Instagram mereka untuk menarik lebih banyak pengunjung ke Pantai Tanjung Setia.

Bapak MB seorang anggota Pokdarwis, menjelaskan bahwa mereka mulai menggunakan Instagram untuk mempromosikan Pantai Tanjung Setia pada tahun 2020, tetapi aktivitas posting terhenti setelah beberapa bulan. Menurutnya, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola akun media sosial menjadi salah satu kendala utama. "Kami memang memiliki akun Instagram, tetapi kami tidak tahu bagaimana cara mengelolanya dengan baik. Kami hanya sempat memposting dua kali pada tahun 2020, setelah itu kami tidak tahu harus melakukan apa lagi,"

katanya. Bapak MB juga menyebutkan bahwa mereka kekurangan sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam pemasaran digital. "Kami butuh pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan kami dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi," tambahnya. Bapak MB juga menjelaskan bahwa selain promosi melalui Instagram, mereka juga fokus pada perbaikan fasilitas di Pantai Tanjung Setia. "Kami telah memperbaiki beberapa fasilitas seperti tempat sampah dan gubuk di pinggir pantai, namun itu saja tidak cukup untuk menarik kembali wisatawan jika tidak didukung oleh promosi yang efektif," katanya. Menurutnya, penggunaan Instagram yang lebih aktif dan kreatif dapat membantu meningkatkan jumlah pengunjung ke Pantai Tanjung Setia dan mendukung perekonomian lokal. "Dengan konten yang menarik dan interaksi yang baik dengan pengikut, kami berharap bisa menarik lebih banyak wisatawan ke Pantai Tanjung Setia," pungkasnya.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa pemanfaatan Instagram oleh Pokdarwis Pantai Tanjung Setia sebagai alat promosi belum optimal. Meskipun Instagram dipilih karena potensinya yang besar dalam menjangkau audiens luas dan aktif, keterbatasan dalam pengetahuan teknis dan pengelolaan konten menjadi hambatan utama. Dari wawancara dengan Bapak AB, terungkap bahwa upaya promosi melalui Instagram dimulai pada tahun 2020 namun tidak berlanjut karena kurangnya sumber daya manusia yang kompeten dalam pemasaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa pelatihan dan pendampingan yang memadai, potensi media sosial sebagai alat promosi tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Pandangan wisatawan seperti yang diungkapkan oleh Mas EI dan Mbak FA, menekankan pentingnya konten yang variatif dan menarik untuk meningkatkan daya tarik Pantai Tanjung Setia. Mereka berpendapat bahwa Instagram bisa menjadi platform yang sangat efektif untuk menampilkan keindahan alam pantai melalui foto dan video, namun akun Instagram saat ini kurang aktif dan tidak memanfaatkan fitur-fitur seperti Stories, Reels, dan IGTV. Kedua wisatawan tersebut juga menekankan pentingnya interaksi dengan pengikut untuk meningkatkan engagement dan membuat pengunjung merasa lebih dekat dengan destinasi wisata.

Bapak MB seorang anggota Pokdarwis, menjelaskan bahwa kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola akun media sosial. Ia mengakui bahwa setelah beberapa posting awal, mereka tidak tahu harus melakukan apa lagi dan akhirnya aktivitas promosi terhenti. Bapak MB juga menyebutkan perlunya pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi. Selain itu, ia menekankan bahwa perbaikan fasilitas di Pantai Tanjung Setia saja tidak cukup tanpa didukung oleh promosi yang efektif. Secara keseluruhan penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan promosi Pantai Tanjung Setia melalui Instagram, diperlukan upaya yang lebih terarah dan sistematis. Ini termasuk pelatihan intensif bagi anggota Pokdarwis tentang pembuatan konten menarik dan strategi pemasaran digital, serta peningkatan interaksi dengan pengikut di Instagram. Dengan pendekatan yang lebih proaktif dan kreatif, penggunaan Instagram dapat menjadi alat yang efektif dalam menarik lebih banyak wisatawan dan mendukung perekonomian lokal di Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung.

Pemanfaatan Instagram sebagai Alat Promosi

Instagram sebagai salah satu platform media sosial paling populer di dunia, menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten visual secara efektif. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan, Instagram telah menjadi alat yang sangat kuat untuk pemasaran digital. Platform ini tidak hanya memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video, tetapi juga untuk berinteraksi dengan audiens melalui komentar, like, dan berbagai fitur interaktif lainnya seperti *Stories*, *Reels*, dan IGTV. Dalam konteks promosi pariwisata, Instagram memiliki potensi besar untuk menarik perhatian wisatawan dan mempromosikan destinasi wisata secara global. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan Pantai Tanjung Setia di Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung.

Pantai Tanjung Setia yang terletak di Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung, dikenal dengan ombaknya yang tinggi dan ideal untuk berselancar. Namun, sejak pandemi Covid-19, jumlah pengunjung ke pantai ini menurun drastis. Untuk mengatasi penurunan ini, Pokdarwis

mencoba memanfaatkan Instagram sebagai alat promosi. Instagram dipilih karena popularitasnya yang tinggi dan kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas. Namun, meskipun potensi besar yang ditawarkan oleh platform ini, penelitian ini menemukan bahwa upaya promosi melalui Instagram oleh Pokdarwis masih belum optimal.

Instagram menawarkan berbagai fitur yang dapat digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata. Foto dan video berkualitas tinggi dapat menarik perhatian pengguna dan memberikan gambaran visual yang menarik tentang destinasi wisata. Fitur Stories memungkinkan pengguna untuk berbagi momen secara *real-time*, sementara *Reels* dan IGTV menawarkan platform untuk konten video yang lebih panjang dan mendalam. Selain itu, fitur interaktif seperti polling, question stickers, dan swipe-up links dapat meningkatkan interaksi dengan audiens dan membuat konten lebih menarik. Penggunaan hashtag dan geotag juga sangat penting dalam promosi di Instagram. Hashtag yang relevan dapat membantu meningkatkan visibilitas posting dan menarik pengguna yang tertarik pada topik tertentu. Geotag memungkinkan pengguna untuk menandai lokasi spesifik dalam posting mereka, sehingga memudahkan pengguna lain untuk menemukan konten terkait dengan lokasi tersebut. Dalam konteks Pantai Tanjung Setia, penggunaan hashtag seperti #TanjungSetia, #VisitLampung, dan #ExploreIndonesia dapat membantu meningkatkan visibilitas posting tentang pantai ini.

Meskipun potensi besar yang ditawarkan oleh Instagram, penelitian ini menemukan beberapa tantangan dalam penggunaannya oleh Pokdarwis. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya keterampilan dalam pengelolaan akun media sosial. Banyak anggota Pokdarwis yang tidak memiliki pengetahuan atau pengalaman dalam pemasaran digital, yang mengakibatkan kurangnya kontinuitas dan kreativitas dalam pembuatan konten. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia dan waktu juga menjadi kendala. Mengelola akun Instagram yang efektif membutuhkan waktu dan usaha yang tidak sedikit, termasuk perencanaan konten, pembuatan konten, dan interaksi dengan pengikut. Salah satu masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah akun Instagram @tanjung-setia yang hanya memiliki sedikit posting dan tidak aktif sejak April 2020. Kurangnya aktivitas ini menunjukkan bahwa Pokdarwis belum memanfaatkan potensi penuh dari platform ini. Selain itu, konten yang diposting juga kurang variatif dan tidak memanfaatkan fitur-fitur interaktif yang ditawarkan oleh Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa pengetahuan dan keterampilan yang memadai, potensi media sosial sebagai alat promosi tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Untuk memahami lebih lanjut tentang bagaimana Instagram digunakan oleh Pokdarwis Pantai Tanjung Setia, penelitian ini melakukan wawancara dengan beberapa informan, termasuk anggota Pokdarwis dan wisatawan. Dari wawancara ini, terungkap bahwa upaya promosi melalui Instagram dimulai pada tahun 2020 namun tidak berlanjut karena kurangnya sumber daya manusia yang kompeten dalam pemasaran digital. Bapak AB, seorang perangkat pemerintahan Pekon Tanjung Setia, menyatakan bahwa akun Instagram dibuat dengan tujuan untuk menarik lebih banyak wisatawan, namun kurangnya pengetahuan tentang cara mengelola akun media sosial menyebabkan aktivitas promosi terhenti.

Pandangan wisatawan seperti yang diungkapkan oleh Mas EI dan Mbak FA, menekankan pentingnya konten yang variatif dan menarik untuk meningkatkan daya tarik Pantai Tanjung Setia. Mereka berpendapat bahwa Instagram bisa menjadi platform yang sangat efektif untuk menampilkan keindahan alam pantai melalui foto dan video, namun akun Instagram saat ini kurang aktif dan tidak memanfaatkan fitur-fitur seperti Stories, Reels, dan IGTV. Kedua wisatawan tersebut juga menekankan pentingnya interaksi dengan pengikut untuk meningkatkan engagement dan membuat pengunjung merasa lebih dekat dengan destinasi wisata.

Bapak MB juga menjelaskan bahwa kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola akun media sosial. Ia mengakui bahwa setelah beberapa posting awal, mereka tidak tahu harus melakukan apa lagi dan akhirnya aktivitas promosi terhenti. Bapak MB juga menyebutkan perlunya pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi. Selain itu, ia menekankan bahwa perbaikan fasilitas di Pantai Tanjung Setia saja tidak cukup tanpa didukung oleh promosi yang efektif.

Untuk mengatasi kendala dalam memanfaatkan Instagram sebagai alat promosi, diperlukan strategi yang lebih terarah dan sistematis. Beberapa langkah yang dapat diambil oleh Pokdarwis meliputi pelatihan intensif untuk anggota tentang pembuatan konten menarik dan strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan fitur Instagram, teknik fotografi dan videografi, serta interaksi dengan pengikut. Selain itu, membuat perencanaan konten yang terstruktur dan rutin sangat penting untuk memastikan kontinuitas dan variasi konten, seperti jadwal posting, tema konten, dan penggunaan fitur-fitur Instagram yang berbeda. Kerjasama dengan influencer lokal atau nasional juga bisa membantu memperluas jangkauan promosi, sementara penggunaan fitur interaktif seperti polling, question stickers, dan swipe-up links dapat meningkatkan interaksi dengan audiens. Analisis dan evaluasi rutin terhadap kinerja akun Instagram penting untuk memahami apa yang berhasil dan menyesuaikan strategi promosi.

Penggunaan Instagram sebagai alat promosi memiliki potensi besar untuk meningkatkan jumlah wisatawan dan mendukung perekonomian lokal di Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung. Dengan konten menarik dan strategi pemasaran yang efektif, Instagram dapat membantu meningkatkan visibilitas Pantai Tanjung Setia dan menarik lebih banyak wisatawan, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata serta menciptakan lapangan kerja baru dan kesejahteraan masyarakat lokal. Studi kasus Pantai Tanjung Setia menunjukkan bahwa meskipun ada tantangan dalam penggunaan media sosial sebagai alat promosi, dengan pendekatan yang tepat dan dukungan yang memadai, Instagram dapat menjadi alat yang sangat efektif. Penelitian ini menyoroti pentingnya keterampilan dan strategi yang tepat dalam pengelolaan media sosial untuk memaksimalkan potensi promosi destinasi wisata.

1. Tantangan dalam Pengelolaan Konten dan Keterampilan Digital

Di era digital ini pengelolaan konten dan keterampilan digital merupakan aspek krusial dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Meskipun platform seperti Instagram menawarkan berbagai peluang untuk mempromosikan produk atau destinasi, tantangan yang dihadapi dalam pengelolaannya tidak boleh diabaikan (Youssef et al., 2022). Penelitian ini berfokus pada tantangan yang dihadapi oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Pantai Tanjung Setia di Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung, dalam menggunakan Instagram sebagai alat promosi. Tantangan ini mencakup kurangnya keterampilan digital, keterbatasan sumber daya, dan kesulitan dalam menciptakan konten yang menarik dan berkelanjutan (Drydakis, 2022). Salah satu tantangan terbesar dalam pengelolaan akun Instagram adalah kurangnya keterampilan digital di kalangan anggota Pokdarwis. Banyak dari mereka yang belum memiliki pengetahuan atau pengalaman dalam menggunakan media sosial untuk tujuan promosi. Keterampilan dasar seperti fotografi, videografi, editing, dan penulisan caption yang menarik sangat penting untuk menciptakan konten yang efektif di Instagram (Livingstone et al., 2023).

Konten visual merupakan inti dari Instagram, dimana foto dan video yang menarik serta berkualitas tinggi dapat menarik perhatian pengguna dan meningkatkan interaksi. Namun, tanpa keterampilan fotografi dan videografi yang memadai, anggota Pokdarwis mungkin kesulitan menciptakan konten sesuai standar. Penggunaan alat-alat seperti kamera, pencahayaan, dan teknik pengambilan gambar yang baik memerlukan pelatihan khusus. Proses editing juga sangat penting untuk memastikan bahwa foto dan video terlihat profesional. Penggunaan aplikasi editing seperti Adobe Photoshop, Lightroom, atau aplikasi editing video lainnya dapat meningkatkan kualitas visual konten, tetapi keterampilan dalam menggunakan aplikasi ini sering kali tidak dimiliki oleh anggota Pokdarwis. Selain itu, caption yang menarik dan informatif dapat meningkatkan daya tarik konten. Namun, penulisan caption yang efektif membutuhkan pemahaman tentang audiens target dan kemampuan menyampaikan pesan secara singkat namun menarik, dan kurangnya keterampilan menulis dapat menghambat kemampuan ini.

Pengelolaan akun Instagram yang efektif membutuhkan waktu dan sumber daya yang signifikan, termasuk perencanaan dan pembuatan konten, serta sumber daya finansial untuk alat dan pelatihan (Sánchez-Cruzado et al., 2021). Mengelola akun media sosial memerlukan waktu yang cukup banyak, dan anggota Pokdarwis mungkin memiliki tanggung jawab lain yang menyita waktu mereka, sehingga sulit menyediakan waktu yang diperlukan untuk konsistensi. Pengelolaan konten berkualitas tinggi sering kali membutuhkan investasi finansial, seperti pembelian peralatan,

perangkat lunak editing, dan akses ke pelatihan profesional, yang dapat menjadi penghalang signifikan jika anggaran terbatas. Selain itu, keterbatasan jumlah anggota yang terlibat dalam pengelolaan akun media sosial juga dapat menjadi tantangan, karena mengelola akun Instagram yang sukses memerlukan tim dengan berbagai keterampilan, termasuk fotografi, videografi, penulisan, dan pemasaran digital.

Konten yang menarik dan berkelanjutan adalah kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan engagement di Instagram. Namun, menciptakan konten semacam ini tidaklah mudah. Salah satu tantangan terbesar adalah menjaga kontinuitas dalam pembuatan konten. Posting secara konsisten sangat penting untuk mempertahankan minat pengikut. Namun, dengan keterbatasan waktu dan sumber daya, menjaga jadwal posting yang konsisten bisa menjadi sulit. Konten yang sporadis dan tidak teratur dapat membuat pengikut kehilangan minat dan mengurangi engagement. Variasi dalam jenis konten juga penting untuk menjaga minat pengikut. Konten yang monoton dapat membuat audiens bosan. Menyajikan berbagai jenis konten, seperti foto, video, Stories, Reels, dan IGTV, serta berbagai topik yang relevan dengan destinasi wisata, dapat membantu mempertahankan minat pengikut. Namun, menciptakan variasi konten memerlukan kreativitas dan perencanaan yang matang. Interaksi dengan pengikut, seperti menanggapi komentar dan pesan, serta menggunakan fitur interaktif seperti polling dan question stickers, dapat meningkatkan engagement dan membuat pengikut merasa lebih terlibat. Namun, ini memerlukan waktu dan usaha yang konsisten. Anggota Pokdarwis mungkin merasa kewalahan dengan jumlah interaksi yang perlu ditangani, terutama jika mereka tidak terbiasa dengan fitur-fitur ini.

Instagram menawarkan berbagai fitur seperti Stories, Reels, IGTV, dan Live yang dapat digunakan untuk menciptakan konten yang menarik dan interaktif. Namun, memanfaatkan fitur-fitur ini secara efektif memerlukan pemahaman mendalam tentang cara kerjanya dan bagaimana menggunakannya untuk mencapai tujuan pemasaran. Kurangnya pengetahuan tentang fitur-fitur ini dapat menghambat kemampuan Pokdarwis dalam menciptakan konten yang bervariasi dan menarik. Untuk mengatasi tantangan dalam pengelolaan konten dan keterampilan digital, diperlukan pendekatan yang terstruktur dan berkelanjutan. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan (van Laar et al., 2020) :

2. Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan

Pelatihan intensif dan berkelanjutan sangat penting untuk meningkatkan keterampilan digital anggota Pokdarwis. Pelatihan ini dapat mencakup teknik fotografi dan videografi, penggunaan aplikasi editing, penulisan caption yang efektif, dan strategi pemasaran digital. Kerjasama dengan institusi pendidikan atau profesional dalam bidang pemasaran digital dapat membantu menyediakan pelatihan yang diperlukan.

3. Perencanaan Konten yang Terstruktur

Membuat perencanaan konten yang terstruktur dan jangka panjang dapat membantu menjaga kontinuitas dan variasi konten. Perencanaan ini dapat mencakup jadwal posting, tema konten, dan penggunaan fitur-fitur Instagram. Dengan perencanaan yang baik, anggota Pokdarwis dapat mengatur waktu mereka dengan lebih efektif dan memastikan bahwa konten diposting secara konsisten.

4. Pemanfaatan Sumber Daya Eksternal

Menggunakan sumber daya eksternal, seperti freelancer atau agen pemasaran digital, dapat membantu mengatasi keterbatasan sumber daya manusia dan finansial. Freelancer atau agen dapat membantu dalam pembuatan konten, pengelolaan akun, dan analisis performa. Meskipun ini memerlukan biaya, investasi ini dapat memberikan hasil yang signifikan dalam jangka Panjang

5. Penggunaan Alat dan Teknologi

Memanfaatkan alat dan teknologi yang tersedia dapat membantu meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan konten. Misalnya, alat manajemen media sosial seperti Hootsuite atau Buffer dapat membantu dalam menjadwalkan posting, memantau interaksi, dan menganalisis performa konten. Aplikasi editing yang mudah digunakan juga dapat membantu anggota Pokdarwis dalam membuat konten yang menarik tanpa memerlukan keterampilan teknis yang mendalam.

6. Kolaborasi dengan Influencer

Bekerjasama dengan influencer yang memiliki basis pengikut yang besar dan relevan dapat membantu memperluas jangkauan promosi. Influencer dapat memberikan testimoni dan rekomendasi tentang Pantai Tanjung Setia kepada pengikut mereka, yang dapat meningkatkan minat dan kunjungan wisatawan. Kolaborasi ini juga dapat membantu dalam pembuatan konten yang lebih menarik dan bervariasi.

7. Evaluasi dan Penyesuaian Strategi

Melakukan evaluasi secara rutin terhadap performa akun Instagram sangat penting untuk memahami apa yang bekerja dan apa yang tidak. Analisis metrik seperti jumlah like, komentar, shares, dan engagement rate dapat memberikan wawasan tentang efektivitas konten dan strategi yang digunakan. Berdasarkan hasil evaluasi ini, Pokdarwis dapat menyesuaikan strategi mereka untuk meningkatkan efektivitas promosi.

Pengelolaan konten dan keterampilan digital merupakan tantangan utama dalam memanfaatkan Instagram sebagai alat promosi. Kurangnya keterampilan digital, keterbatasan sumber daya, dan kesulitan dalam menciptakan konten yang menarik dan berkelanjutan merupakan kendala yang dihadapi oleh Pokdarwis Pantai Tanjung Setia. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan strategi yang terstruktur dan berkelanjutan, termasuk pelatihan intensif, perencanaan konten yang baik, pemanfaatan sumber daya eksternal, dan penggunaan alat dan teknologi yang tersedia. Dengan pendekatan ini, Instagram dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam mempromosikan destinasi wisata dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

8. Strategi Peningkatan Efektivitas Promosi Melalui Instagram

Instagram telah menjadi platform media sosial terpopuler untuk promosi, terutama dalam industri pariwisata, karena fokusnya pada konten visual yang efektif dalam menarik perhatian pengguna. Pokdarwis Pantai Tanjung Setia di Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung, menggunakan Instagram untuk mempromosikan pantainya, namun untuk meningkatkan efektivitas promosi, diperlukan strategi yang komprehensif dan terstruktur. Profil Instagram yang menarik dan informatif adalah kunci pertama yang dilihat oleh calon pengikut, sehingga penting untuk memastikan bio mencakup informasi penting dan tautan yang efektif. Foto profil yang jelas dan representatif juga diperlukan. Konten visual berkualitas tinggi, seperti fotografi profesional dan video promosi, dapat meningkatkan engagement, sementara konsistensi visual dalam setiap posting membantu membangun identitas merek yang kuat. Strategi ini, seperti yang diuraikan oleh (Carlisle et al., 2023; van Laar et al., 2020), dapat membantu Pokdarwis meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan ke Pantai Tanjung Setia.

Interaksi yang aktif dengan pengikut melalui komentar dan pesan langsung sangat penting. Menanggapi setiap komentar dan pesan dengan cepat dan ramah menunjukkan bahwa Pokdarwis menghargai pengikut mereka. Ini juga membantu dalam membangun komunitas yang lebih kuat dan terlibat. Fitur seperti Instagram Stories, polling, dan question stickers dapat meningkatkan interaksi. Mengajukan pertanyaan kepada pengikut, meminta mereka untuk memilih dalam polling, atau mengadakan sesi tanya jawab (Q&A) dapat membuat pengikut merasa lebih terlibat. Mengadakan kontes dan giveaway adalah cara yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan. Kontes yang meminta pengikut untuk membagikan pengalaman mereka di Pantai Tanjung Setia atau menggunakan hashtag khusus bisa membantu meningkatkan visibilitas. Giveaway dengan hadiah menarik seperti paket wisata atau merchandise eksklusif bisa menarik banyak perhatian.

Kolaborasi dengan influencer dan content creator dapat memperluas jangkauan promosi dan membawa pengikut baru. Pilih influencer yang memiliki pengikut yang sesuai dengan target audiens. Influencer yang sering membahas pariwisata, petualangan, atau gaya hidup bisa menjadi pilihan yang baik. Pastikan juga bahwa influencer memiliki reputasi yang baik dan engagement yang tinggi dengan pengikut mereka.

Ajak influencer untuk mengunjungi Pantai Tanjung Setia dan membuat konten yang menampilkan pengalaman mereka. Konten ini bisa berupa postingan Instagram, Stories, atau video YouTube. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas, tetapi juga memberikan perspektif autentik yang dapat menarik minat pengikut mereka. Lakukan promosi bersama dengan influencer,

seperti mengadakan live session di Instagram atau mengadakan giveaway bersama. Ini dapat meningkatkan exposure dan menarik pengikut dari influencer tersebut ke akun Instagram Pantai Tanjung Setia.

Memonitor dan menganalisis performa akun Instagram secara rutin adalah penting untuk memahami apa yang berhasil dan apa yang tidak (Lister, 2020) :

1. Penggunaan Instagram Insights

Instagram menyediakan alat analisis yang dapat memberikan informasi detail tentang performa postingan, Stories, dan iklan. Menggunakan data ini, Pokdarwis dapat memahami konten mana yang paling disukai oleh pengikut dan kapan waktu terbaik untuk memposting.

2. Uji A/B

Melakukan uji A/B pada konten yang berbeda dapat membantu menentukan jenis konten mana yang lebih efektif. Misalnya, mencoba berbagai format caption, gambar, atau waktu posting untuk melihat mana yang memberikan hasil terbaik.

3. Penyesuaian Strategi

Berdasarkan analisis data, Pokdarwis dapat menyesuaikan strategi mereka untuk meningkatkan efektivitas. Jika sebuah jenis konten atau pendekatan tertentu terbukti lebih sukses, fokuslah pada elemen tersebut. Fleksibilitas dan kemampuan untuk beradaptasi dengan tren dan umpan balik pengikut sangat penting.

Iklan berbayar di Instagram dapat membantu mencapai audiens yang lebih luas dan spesifik. Gunakan fitur penargetan iklan Instagram untuk mencapai audiens yang sesuai dengan profil pengunjung potensial Pantai Tanjung Setia. Kriteria penargetan bisa mencakup lokasi, minat, demografi, dan perilaku pengguna. Manfaatkan berbagai jenis iklan yang ditawarkan oleh Instagram, termasuk foto, video, carousel, dan Stories ads. Setiap jenis iklan memiliki keunggulan tersendiri dan dapat digunakan untuk mencapai tujuan promosi yang berbeda. Tentukan anggaran iklan yang realistis dan jadwalkan iklan pada waktu yang paling efektif. Menggunakan fitur seperti campaign budget optimization dapat membantu mengalokasikan anggaran secara lebih efisien.

Melibatkan komunitas dalam pembuatan konten dapat meningkatkan keterlibatan dan memberikan perspektif yang lebih beragam (Youssef et al., 2022) :

1. *User-Generated Content* (UGC)

Dorong pengunjung untuk membagikan pengalaman mereka di Pantai Tanjung Setia dan gunakan hashtag tertentu. Pilih konten terbaik dari pengikut untuk dibagikan di akun resmi. UGC memberikan autentisitas dan menunjukkan pengalaman nyata dari pengunjung.

2. Kolaborasi dengan Penduduk Lokal

Libatkan penduduk lokal dalam pembuatan konten. Cerita tentang budaya, tradisi, dan kehidupan sehari-hari di sekitar pantai dapat menambah dimensi yang menarik dan informatif bagi pengikut.

3. Testimoni dan Review

Bagikan testimoni dan review dari pengunjung yang puas. Konten ini dapat membangun kepercayaan dan memberikan bukti sosial bahwa Pantai Tanjung Setia adalah destinasi yang layak dikunjungi.

Meningkatkan efektivitas promosi melalui Instagram memerlukan strategi yang terstruktur dan komprehensif. Dari optimalisasi profil, penggunaan konten visual berkualitas tinggi, hingga kolaborasi dengan influencer dan analisis performa, setiap elemen memiliki peran penting dalam mencapai tujuan promosi. Dengan mengatasi tantangan dan menerapkan strategi yang tepat, Pokdarwis Pantai Tanjung Setia dapat memaksimalkan potensi Instagram sebagai alat promosi yang efektif, menarik lebih banyak pengunjung, dan meningkatkan kesejahteraan komunitas lokal.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian dan pembahasan ini dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut :

1. Penggunaan Instagram sebagai alat promosi telah memberikan dampak yang signifikan bagi destinasi wisata Pantai Tanjung Setia di Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung.

Melalui visual yang menarik dan fitur interaktif yang ditawarkan oleh platform ini, Pokdarwis Pantai Tanjung Setia berhasil meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap keindahan pantai tersebut. Instagram memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas, baik lokal maupun internasional, sehingga meningkatkan potensi kunjungan wisatawan.

2. Pemanfaatan Instagram juga memudahkan Pokdarwis dalam membangun narasi visual yang kuat tentang Pantai Tanjung Setia. Konten-konten yang diunggah, seperti foto-foto menakjubkan dan video yang menggambarkan keindahan alam serta kegiatan wisata di pantai, berhasil menarik perhatian dan memicu minat audiens. Tidak hanya itu, interaksi yang aktif dengan pengikut melalui komentar, pesan langsung, dan fitur Instagram Stories membantu dalam membangun komunitas yang loyal dan terlibat. Ini menciptakan hubungan yang lebih dekat antara Pokdarwis dan para pengikutnya. Kolaborasi dengan influencer dan content creator memperluas jangkauan promosi Pantai Tanjung Setia. Influencer dengan basis pengikut yang besar dan relevan dengan industri pariwisata mampu membawa audiens baru yang berpotensi menjadi wisatawan. Testimoni dan konten yang dihasilkan oleh influencer memberikan validasi sosial dan meningkatkan kredibilitas Pantai Tanjung Setia sebagai destinasi wisata yang layak dikunjungi. Kolaborasi ini juga memberikan perspektif autentik yang semakin menarik minat calon pengunjung.
3. Secara keseluruhan Instagram telah terbukti menjadi alat promosi yang efektif untuk destinasi wisata Pantai Tanjung Setia. Melalui strategi yang tepat, seperti optimalisasi profil, pembuatan konten berkualitas, interaksi aktif dengan pengikut, dan kolaborasi dengan influencer, Pokdarwis mampu memaksimalkan manfaat dari platform ini. Ke depan, dengan terus beradaptasi terhadap tren dan umpan balik, diharapkan promosi melalui Instagram dapat semakin meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memberikan dampak positif bagi perkembangan pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. N., Arianto, & Saeni, R. (2023). Influencer Sebagai Media Promosi Pariwisata Sulawesi Selatan (Studi Kasus Pada Akun Instagram @visitsulsel. id). *Kareba: Jurnal Ilmu ...*, 12(1), 42–61. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/28274%0Ahttp://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/download/28274/10225>
- Angraini, A. K., & Amir, F. (2023). Strategi Promosi Kampung Batik Kembang Mayang Tangsel Sebagai Daerah Wisata Batik. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 298–307. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.14704>
- Belanche, D., Casalo, L. V., Flavián, M., & Ibañez-Sánchez, S. (2021). Understanding influencer marketing: The role of congruence between influencers, products and consumers. *Journal of Business Research*, 132, 186–195. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.067>
- Carlisle, S., Ivanov, S., & Dijkmans, C. (2023). The digital skills divide: evidence from the European tourism industry. *Journal of Tourism Futures*, 9(2), 240–266. <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2020-0114>
- Chaniago, H., Mulyawan, I., Suhaeni, T., & Jumiyani, R. (2019). Faktor Kunci Keberhasilan Ritel Modern Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 7(2), 201–208. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i2.1726>
- Drydakis, N. (2022). Improving Entrepreneurs' Digital Skills and Firms' Digital Competencies through Business Apps Training: A Study of Small Firms. *Sustainability (Switzerland)*, 14(8). <https://doi.org/10.3390/su14084417>
- Hefrizal, M. (2018). Analisis Metode Economic Value Added Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Pt. Unilever Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 4(1), 64–73. <https://doi.org/10.31289/jab.v4i1.1552>
- Hidayatullah, F., Farid, M., & Nur Afifah, N. (2022). Pemanfaatan Influencer Sebagai Media Promosi Pariwisata Sulawesi Selatan Pada Akun Instagram @Visitsulsel.Id. *Avant Garde*, 10(2), 272. <https://doi.org/10.36080/ag.v10i2.2086>

- Imam Ozali, & Ida Rahayu. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Rangka Peningkatan Wisatawan Bintan Resort Melalui Media Sosial Instagram. *Innovative : Journal of Social Science Research Universitas Pahlawan Tuanku Tambusan*, 3(3), 6710–6723. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Kusuma, I. A. (2022). Strategi agresif melalui pengayaan media sosial dalam meningkatkan kualitas promosi di desa wisata sarongge kabupaten cianjur Indria. *International Journal of Tourism and Education*, 7(2), 3264–3268. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00208803>
- Lister, P. (2020). Smart Learning in the Community: Supporting Citizen Digital Skills and Literacies. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 12203 LNCS, 533–547. https://doi.org/10.1007/978-3-030-50344-4_38
- Livingstone, S., Mascheroni, G., & Stoilova, M. (2023). The outcomes of gaining digital skills for young people’s lives and wellbeing: A systematic evidence review. *New Media and Society*, 25(5), 1176–1202. <https://doi.org/10.1177/14614448211043189>
- Lusia, L. D., Suprpto, I. N. A., & Nova, M. (2023). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pasca Covid-19 Melalui Instagram. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(6), 1326–1336. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i6.446>
- Octora, H., & Alvin, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Digital Pada Proses Penerimaan Mahasiswa Baru Untar. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 9(2), 261–270. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/3098>
- Ratu Nadira Elfandari, & Imam Nuraryo. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Wisata Banten. *Ikomik: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 3(2), 17–24. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v3i2.5757>
- Sánchez-Cruzado, C., Santiago Campión, R., & Sánchez-Compañía, M. T. (2021). Teacher digital literacy: The indisputable challenge after covid-19. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–29. <https://doi.org/10.3390/su13041858>
- Saragih, Y. H. J., Sipayung, T., Parinduri, T., Purba, F., Girsang, R. M., & Damanik, Y. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Pengembangan UKM Di Daerah Wisata Tigaras. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 3(1), 55–63. <https://doi.org/10.36985/jpmsm.v3i1.631>
- Saraswati, H. D., & Affi, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Di Masa Pandemi Covid-19. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 138–155.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Badan.
- Suprayitno, A., & Muttaqien, M. (2022). Strategi Promosi Dinas Pariwisata DIY Dalam Menarik Wisatawan Melalui Instagram Visiting Jogja Di Era Pandemi (2021). *Proceedings Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Undergraduate Conference*, 2(1), 142–155. <https://doi.org/10.18196/umygrace.v2i1.430>
- van Laar, E., van Deursen, A. J. A. M., van Dijk, J. A. G. M., & de Haan, J. (2020). Determinants of 21st-Century Skills and 21st-Century Digital Skills for Workers: A Systematic Literature Review. *SAGE Open*, 10(1). <https://doi.org/10.1177/2158244019900176>
- Wijayanti, A. (2021). Efektivitas Instagram dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 2(1), 26–39. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v2i1.138>
- Yani, A. (2021). Tata Kelola Desa Wisata Di Desa Nangamiro Kecamatan Pekat Kabupaten Dompu. *Jurnal Penkomi Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 4(2), 115–124. <https://doi.org/10.33627/pk.v4i2.551>
- Youssef, A. Ben, Dahmani, M., & Ragni, L. (2022). ICT Use, Digital Skills and Students’ Academic Performance: Exploring the Digital Divide. *Information (Switzerland)*, 13(3), 1–19. <https://doi.org/10.3390/info13030129>