

Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Pengembangan Desa Wisata Sombu Wakatobi

Nurhadi¹, Muhammad Agisni Khoiruman Tazaka², Mita Wahyuningsih³, Pandu Imani Satria Wibowo⁴, Gibson Samuel Imbenai⁵, Alfanora Naufal Khairi Risan⁶, Sesanti Maharani⁷, Irsalina Qurrota Ghossani⁸, Husna WarsilaSujono⁹, Wisnu¹⁰, Andi Muhammad Ahsan Rizal¹¹, Isac da Costa de Jesus¹²

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12} Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Mita Wahyuningsih

E-mail: mitawahyuningsih@student.uns.ac.id

Abstrak

Penggunaan media sosial telah menjadi landasan utama dalam strategi pemasaran digital yang efektif, terutama dalam konteks pengembangan desa wisata. Desa Wisata Sombu, Wakatobi, merupakan contoh nyata bagaimana pengelolaan media sosial dapat menjadi kunci dalam mempromosikan destinasi pariwisata lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam pengembangan Desa Wisata Sombu sebagai destinasi wisata yang menarik. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial secara efektif telah meningkatkan visibilitas Desa Wisata Sombu secara signifikan. Melalui platform Instagram informasi tentang potensi wisata, kegiatan komunitas, dan produk lokal dapat diakses secara luas oleh masyarakat lokal maupun wisatawan potensial. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti video, gambar, dan cerita, pengelola media sosial dapat menciptakan narasi yang menarik dan mengundang minat pengguna untuk mengunjungi Desa Wisata Sombu. Kesimpulannya, pengelolaan media sosial merupakan strategi pemasaran digital yang efektif dalam mempromosikan destinasi pariwisata lokal seperti Desa Wisata Sombu, Wakatobi, yang berpotensi memicu pertumbuhan ekonomi dan pengembangan masyarakat setempat.

Kata kunci - Media Sosial, Pemasaran Digital, Desa Wisata Sombu

Abstract

The use of social media has become the main basis for an effective digital marketing strategy, especially in the context of developing tourist villages. Sombu Tourism Village, Wakatobi, is a clear example of how social media management can be key in promoting local tourism destinations. This research aims to analyze the role of social media in developing the Sombu Tourism Village as an attractive tourist destination. The research methods used are interviews, observation and documentation studies. The research results show that effective social media management has significantly increased the visibility of Sombu Tourism Village. Through the Instagram platform, information about tourism potential, community activities and local products can be widely accessed by local people and potential tourists. By utilizing features such as videos, images and stories, social media managers can create interesting narratives and invite users' interest in visiting the Sombu Tourism Village. In conclusion, social media management is an effective digital marketing strategy in promoting local tourism destinations such as Sombu Tourism Village, Wakatobi, which has the potential to trigger economic growth and development of local communities.

Keywords - Social Media, Digital Marketing, Sombu Tourism Village

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor yang penting dalam ekonomi Indonesia, menyumbang secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara serta memberikan kontribusi penting terhadap pemberdayaan masyarakat lokal. Dengan kekayaan alam yang melimpah, budaya yang beragam, dan keragaman destinasi wisata yang menakjubkan, Indonesia memiliki potensi besar untuk terus berkembang sebagai salah satu tujuan wisata utama di dunia. Dalam konteks ini, penggunaan media sosial sebagai strategi pemasaran digital telah menjadi semakin penting dalam upaya mempromosikan destinasi pariwisata, termasuk dalam pengembangan Desa Wisata Sombu di Wakatobi.

Pariwisata telah menjadi salah satu pilar ekonomi terpenting di Indonesia. Negara ini menawarkan berbagai macam pengalaman wisata mulai dari keindahan alam, kekayaan budaya, hingga kekayaan kuliner yang unik. Data statistik menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam industri pariwisata Indonesia selama satu dekade terakhir, dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (Wisman) dan wisatawan domestik (Wisnus). Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam memperkuat sektor pariwisata sebagai salah satu motor penggerak utama ekonomi negara.

Dalam sepuluh tahun terakhir, industri pariwisata Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat. Data menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah kunjungan Wisman dan Wisnus, serta pendapatan yang dihasilkan dari sektor pariwisata secara keseluruhan. Destinasi wisata utama seperti Bali, Yogyakarta, dan Jakarta tetap menjadi favorit bagi wisatawan baik domestik maupun internasional.

Wakatobi, sebuah kepulauan yang terletak di Provinsi Sulawesi Tenggara, merupakan salah satu destinasi pariwisata yang menarik di Indonesia. Terkenal dengan keindahan alam bawah lautnya yang spektakuler, Wakatobi telah menarik minat wisatawan dari berbagai penjuru dunia. Selain itu, kekayaan budaya dan tradisi lokal yang masih terjaga menjadi daya tarik tambahan bagi para pengunjung.

Selama satu dekade terakhir, Wakatobi telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam sektor pariwisata. Jumlah kunjungan wisatawan ke Wakatobi, baik Wisman maupun Wisnus, terus meningkat dari tahun ke tahun. Pendapatan yang dihasilkan dari sektor pariwisata juga menunjukkan tren positif, memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian daerah.

Desa Sombu merupakan salah satu dari beberapa desa di Wakatobi yang telah dikembangkan menjadi desa wisata. Terletak di pulau yang indah dan memiliki keunikan tersendiri, Desa Sombu memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata yang menarik bagi para wisatawan yang mencari pengalaman budaya dan alam yang autentik. Dengan dukungan infrastruktur yang memadai dan keberagaman atraksi wisata, Desa Sombu memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai tujuan wisata yang berkelanjutan.

Dalam konteks ini, pengelolaan media sosial sebagai strategi pemasaran digital menjadi semakin penting dalam upaya mempromosikan Desa Wisata Sombu kepada audiens yang lebih luas, menciptakan kesadaran merek, dan meningkatkan kunjungan wisatawan. Melalui pendekatan yang terarah dan efektif dalam pengelolaan media sosial, diharapkan Desa Wisata Sombu dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat lokal dan industri pariwisata secara keseluruhan.

METODE

Langkah pertama dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini adalah melakukan wawancara dengan berbagai pihak terkait, termasuk pengelola Desa Wisata Sombu, anggota masyarakat lokal, dan pemangku kepentingan lainnya. Wawancara akan difokuskan pada pemahaman tentang bagaimana media sosial dikelola dalam upaya pemasaran digital, tantangan yang dihadapi, dan dampaknya terhadap pengembangan desa wisata. Observasi langsung juga akan dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang aktivitas pemasaran digital yang dilakukan di lapangan.

Kemudian, langkah selanjutnya sebagai bagian dari upaya pemberdayaan masyarakat lokal, telah dilakukan penyuluhan kepada organisasi Karang Taruna di Desa Sombu. Penyuluhan membahas tentang pentingnya pemasaran digital melalui media sosial dalam pengembangan pariwisata lokal, serta memberikan pelatihan praktis tentang cara menggunakan platform media sosial untuk tujuan pemasaran.

Setelah mendapatkan wawasan dan masukan dari berbagai sumber, langkah terakhir adalah mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang telah dirumuskan. Ini melibatkan pembuatan dan pengelolaan konten media sosial yang menarik, berpartisipasi dalam kampanye promosi daring, dan melakukan kegiatan lain yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik Desa Wisata Sombu di platform media sosial terutama Instagram. Dengan mengikuti serangkaian metode ini, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran dan dampak pengelolaan media sosial sebagai strategi pemasaran digital dalam upaya pengembangan Desa Wisata Sombu di Wakatobi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

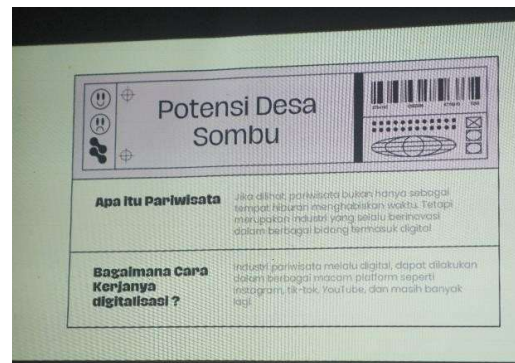
Pengembangan Desa Wisata Sombu di Wakatobi merupakan sebuah upaya yang melibatkan berbagai aspek, termasuk pemasaran digital melalui media sosial. Desa Wisata Sombu memiliki potensi besar dalam menarik wisatawan dengan keindahan alamnya yang unik serta kekayaan budaya lokalnya. Dalam rangka mengembangkan desa wisata ini, pengelolaan media sosial menjadi salah satu strategi utama untuk meningkatkan visibilitasnya, menarik minat wisatawan, dan mempromosikan berbagai kegiatan serta produk lokal yang ditawarkan.

Dalam upaya mempromosikan Desa Wisata Sombu melalui ranah digital, platform yang dipilih yakni platform Instagram. Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer dan efektif dalam pemasaran digital. Dengan fitur-fitur seperti foto, video, cerita, serta fitur terbarunya yakni *reels*, Instagram memberikan ruang yang luas bagi pengelola destinasi pariwisata seperti Desa Wisata Sombu untuk membangun branding, menampilkan keindahan alam dan budaya, serta berinteraksi langsung dengan pengikut mereka. Melalui konten visual yang menarik dan cerita yang autentik, Desa Wisata Sombu dapat memperkuat identitas mereknya dan menarik perhatian target pasar yang lebih luas.

Hasil dari perencanaan untuk media promosi baru Desa Wisata Sombu yakni menghasilkan akun dengan nama pengguna *@pesonasombu*. Akun ini merupakan salah satu upaya konkrit dalam pengelolaan media sosial untuk mempromosikan Desa Wisata Sombu. Dengan mengelola akun Instagram ini, pengelola desa wisata dapat secara langsung berinteraksi dengan pengikut, membagikan konten menarik tentang destinasi wisata, kegiatan lokal, dan pengalaman wisatawan. Data terkait jumlah pengikut, tingkat interaksi, dan kinerja posting akan memberikan gambaran tentang efektivitas strategi pemasaran digital ini.



Gambar 1.
Pemaparan materi digital marketing



Gambar 2.
Slide materi digital marketing

Content plan atau rencana konten menjadi landasan dalam pengelolaan akun Instagram @pesonasombu. Rencana ini mencakup berbagai jenis konten melalui gaya edukasi, entertainment, dan selipan sastra. Melalui variasi konten dan *copywriting* yang menarik, pengelola akun dapat mempertahankan minat pengikut dan menjangkau audiens potensial dengan lebih efektif. Sebagai konten unggulan dari @pesonasombu yakni konten *reels* yang mampu menjangkau lebih dari 4.000 pengguna Instagram dalam kurun waktu satu bulan. Dari data tersebut menunjukkan bahwa konten *reels* merupakan konten yang menghasilkan kinerja tertinggi dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Melalui akun @pesonasombu, data hasil Instagram Insight memberikan wawasan yang berharga tentang kinerja akun Instagram. Ini termasuk informasi tentang jumlah pengikut, tingkat keterlibatan, demografi pengikut, serta analisis kinerja posting berdasarkan waktu dan jenis konten. Melalui pemahaman yang mendalam tentang data ini, pengelola dapat mengevaluasi strategi pemasaran digital mereka, mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan, dan mengoptimalkan upaya pemasaran untuk mencapai tujuan pengembangan Desa Wisata Sombu dengan lebih efektif. Dengan menggabungkan pengelolaan media sosial melalui platform seperti Instagram dengan strategi pemasaran digital yang terarah dan efektif, Desa Wisata Sombu dapat meningkatkan visibilitasnya, menarik minat wisatawan, serta memberdayakan masyarakat lokal untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengelolaan media sosial sebagai strategi pemasaran digital telah membuktikan keberhasilannya dalam upaya pengembangan Desa Wisata Sombu di Wakatobi. Melalui pendekatan yang terarah dan efektif, Desa Wisata Sombu mampu memanfaatkan platform media sosial, terutama Instagram, sebagai alat utama dalam mempromosikan destinasi pariwisata, membangun citra baru, dan meningkatkan interaksi dengan pengikut serta wisatawan potensial. Dengan adanya akun Instagram @pesonasombu, pengelola dapat secara langsung mengkomunikasikan keindahan alam, kekayaan budaya, serta berbagai kegiatan dan produk lokal kepada audiens yang lebih luas.

Penyuluhan kepada organisasi Karang Taruna dan serangkaian diskusi dengan masyarakat lokal juga menjadi bagian penting dalam pengembangan Desa Wisata Sombu. Melalui penyuluhan tersebut, kesadaran akan pentingnya pemasaran digital melalui media sosial dapat ditingkatkan, dan keterlibatan masyarakat lokal dapat diperkuat dalam mendukung upaya pengembangan pariwisata. Selain itu, *content plan* yang disusun dengan baik memberikan variasi konten yang menarik bagi pengikut akun Instagram, sehingga dapat mempertahankan minat dan meningkatkan keterlibatan pengikut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam momen yang berharga ini, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam pembahasan mengenai pengelolaan media sosial sebagai strategi pemasaran digital dalam upaya pengembangan Desa Wisata Sombu di Wakatobi. Terlebih dahulu, kami mengucapkan terima kasih kepada masyarakat Desa Wisata Sombu dan seluruh anggota Karang Taruna yang telah membuka pintu hati dan pikiran mereka untuk menerima Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini. Kerjasama dan dukungan yang diberikan oleh mereka sangatlah berarti dalam menyelenggarakan wawancara, observasi, serta diskusi yang telah memberikan wawasan yang mendalam tentang kondisi dan potensi desa wisata ini. Akhir kata, kami berharap bahwa hasil dari pembahasan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan Desa Wisata Sombu dan juga dapat menjadi sumbangan yang berarti dalam pengembangan pariwisata Indonesia secara keseluruhan. Terima kasih atas segala dukungan dan kerjasama yang telah diberikan. Semoga langkah kita selanjutnya akan membawa kebaikan dan kemajuan bagi semua pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. A., & Wenas, R. S. (2022). Digital Marketing Melalui Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2).
- Handayani, K., Sulistyadi, Y., & Hasibuan, B. (2022, April). Optimalisasi Implementasi Prinsip-Prinsip Ekowisata Berbasis Masyarakat di Pulau Wangi-Wangi. In *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 1, pp. 7-29).
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan media sosial sebagai strategi digital marketing pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76-83.
- Setiawan, H., & Shaadikin, R. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Community Based Tourism (CBT) Dalam Mewujudkan Desa Wisata Di Desa Sombu Kec. Wangi-wangi Kab. Wakatobi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 1(02 April), 7-14.
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 24-31.
- Widyaningrum, P. W. (2016). Peran media sosial sebagai strategi pemasaran pada sewa kostum Meiyu Aiko Malang. *Al Tijarah*, 2(2), 230-257.