

Analisis Strategi Promosi Melalui Sosial Media Instagram Pada Daya Tarik Wisata Pantai Gunung Payung

Adya Putri Marindra^{a, 1}, Natasha Erinda Putri Moniaga^{a, 2}

¹ adya20@student.unud.ac.id, ² erindaputri19@unud.ac.id

^a Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Sri Ratu Mahendradatta Bukit Jimbaran, Bali 80361 Indonesia

Abstract

The research titled "Analysis of Promotion Strategies through Instagram Social Media for the Tourist Attraction of Gunung Payung Beach" is a qualitative descriptive study aimed at determining how digital promotion strategies on the Instagram social media platform are employed by the management to promote Gunung Payung Beach as a tourist attraction in Bali. By conducting interviews with the manager of Gunung Payung Beach and observing various social media platforms used, it is evident that the strategies employed by Gunung Payung Beach on their Instagram account are quite effective, based on the Kotler and Armstrong promotional mix concept, which includes five aspects: Advertising, Personal Selling, Direct Marketing, Sales Promotion, and Public Relations.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Social Media, Instagram, Tourist Attraction.

I. PENDAHULUAN

Bali merupakan tujuan wisata yang sangat dicari di Indonesia, menarik pengunjung baik dari Indonesia maupun internasional. Daya tarik estetika Bali menjadi daya tarik menarik bagi pengunjung yang mengunjungi berbagai destinasi wisata dan akses point di sekitarnya. Hal ini terlihat dari data statistik yang menunjukkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bali meningkat sebesar 6,24 persen setiap tahunnya. Sejumlah besar pengunjung sedang berlibur atau melakukan bisnis dalam konteks tujuan wisata. Bali adalah rumah bagi banyak tujuan wisata, termasuk namun tidak terbatas pada wisata kuliner, wisata air, dan wisata alam (Suriyah et al., 2018). Pantai Payung yang menjadi salah satu daya tarik wisata air laut di Bali kini menjadi pusat perhatian pengunjung. Pantai Gunung Payung tergolong salah satu pantai yang terletak di Desa Kutuh, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, dilansir Kompas.com pada tahun 2022. Pantai Gunung Payung terkenal dengan pemandangannya yang mempesona. Pantai ini menampilkan pemandangan indah yang meliputi pasir putih bersih, laut biru, dan tebing karang yang megah. Pantai Gunung Payung terletak di sebelah selatan Pulau Bali, dekat dengan pantai-pantai populer lainnya seperti Pantai Pandawa dan Pantai Padang Padang.

Berbagai macam daya tarik yang ditawarkan oleh Pantai Gunung Payung dengan suasana yang tenang dan alami. Pantai ini tidak terlalu ramai dibandingkan dengan pantai-pantai lain

di Bali, sehingga pengunjung dapat menikmati suasana pantai dengan lebih pribadi. Selain itu, Pantai Gunung Payung juga terkenal dengan ombaknya yang cocok untuk olahraga selancar. Aktivitas lain yang dapat dinikmati di pantai ini termasuk berjemur, berenang, atau hanya bersantai menikmati pemandangan alam yang indah. Adapun ciri khas yang dimiliki Pantai Gunung Payung adalah Tedung Jagat Amphitheatre, salah satu teater yang digunakan untuk pertunjukan seni yang rutin diadakan di sekitar pantai. Berbondong-bondong para wisatawan datang ke Pantai Gunung Payung semata-mata hanya melihat acara Tedung Jagat Amphitheatre sebagai kekhasan pantai dan budaya Bali Indonesia. Selain itu, keindahan alam Pantai Gunung Payung dapat ditemukan dalam kombinasi antara tebing-tebing batu karang yang menjulang tinggi, vegetasi hijau yang subur, dan air laut biru yang jernih. Pemandangan ini menciptakan suasana yang tenang dan menenangkan.

Melihat eksistensi pariwisata Pantai Gunung Payung di Bali, pentingnya menerapkan strategi branding promosi yang tepat. Mengingat, di era zaman digital yang semakin maju Bali harus semakin memberikan eksistensi daya tarik wisata berbasis modern. Media sosial menjadi sarana di era digital saat ini dalam penyampaian informasi termasuk promosi wisata (Melati et al., 2022). Bahkan, saat ini, sebelum seseorang memutuskan untuk melakukan keputusan atau pembelian produk, mereka cenderung mencari informasi terlebih dahulu di media sosial. Mereka mencari rekomendasi yang diberikan

sebelumnya sebagai panduan dalam pengambilan keputusan yang akan dilakukan. Hal ini sama dengan keputusan untuk melakukan perjalanan wisata, seseorang akan mencari rekomendasi dari para traveler sebelumnya melalui foto-foto di media sosial atau cerita perjalanan yang mereka tulis di berbagai sosial media. Mereka akan melakukan survey baik destinasi wisata, akses dan transportasi ke tempat wisata dan berbagai komentar yang diberikan traveler sebelumnya yang telah mengunjungi tempat wisata tersebut. Melalui hal tersebut, akan memberikan trust traveling yang akan dilakukan sebelum mengunjungi tempat wisata yang dituju. (Retnasary et al., 2019)

Adapun salah satu platform media sosial yang paling populer untuk mengumpulkan informasi rekomendasi tempat wisata adalah Instagram. Instagram menyediakan berbagai fitur mulai dari foto, video, reels, tagar, snapgram bahkan fitur thread yang baru dikeluarkan Instagram. Melalui berbagai fitur yang dikeluarkan Instagram memudahkan para wisatawan mengetahui berbagai informasi untuk mengunjungi destinasi wisata. Dengan menggunakan foto-foto dan video yang menarik, Instagram berhasil menarik perhatian para traveler untuk mengunjungi kota-kota yang menawarkan pengalaman menarik. Dengan demikian, penggunaan Instagram menjadi sangat efektif dalam mempromosikan sebuah destinasi wisata kepada para traveler untuk memberikan strategi promosi bagi calon wisatawan lain yang akan mengunjungi destinasi wisata. Promosi wisata berperan penting dalam pengembangan pariwisata karena dapat meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Melalui promosi yang ditawarkan dalam bentuk informasi tentang keindahan dan daya tarik pantai dapat disampaikan kepada khalayak lebih luas. Promosi yang efektif dapat menarik perhatian wisatawan potensial dan mendorong mereka untuk mengunjungi tempat wisata. Hal ini akan berdampak positif pada peningkatan kunjungan wisata, pendapatan daerah, serta pengembangan infrastruktur dan fasilitas pariwisata.

Pantai Gunung Payung merupakan salah satu destinasi wisata pantai yang mengadopsi strategi pemasaran yang inovatif dengan memanfaatkan Instagram sebagai media

promosi. Dengan akun Instagram resmi mereka, Pantai Gunung Payung mampu memperlihatkan keunggulan dan pesona yang dimiliki pantai tersebut. Melalui berbagai konten visual seperti foto-foto indah, video singkat, dan cerita menarik, mereka berhasil menampilkan keindahan alam, keunikan atraksi, dan pengalaman seru yang bisa didapatkan di Pantai Gunung Payung. Sehingga, Pantai Gunung Payung mendapatkan eksposur yang lebih luas dan menarik minat pengunjung potensial untuk menjelajahi keindahan alam pantai ini. Promosi wisata yang efektif akan membantu meningkatkan kesadaran tentang keberagaman dan keindahan destinasi wisata di Bali. Dengan memperkenalkan berbagai tempat wisata, budaya, atraksi, dan aktivitas yang tersedia di pulau ini, wisatawan potensial akan menjadi lebih familiar dengan apa yang dapat mereka nikmati dan alami saat mengunjungi Bali. Dengan demikian, strategi promosi wisata yang efektif di Bali akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi, pelestarian budaya, dan keberlanjutan pariwisata di pulau ini.

Konsep Strategi Pemasaran

Sebagaimana diungkapkan Kotler dalam publikasinya tahun 2014. Strategi pemasaran adalah bentuk cetak biru yang digambarkan dalam domain pemasaran. Untuk mencapai hasil yang paling menguntungkan, strategi pemasaran ini mencakup berbagai elemen dalam domain pemasaran, seperti strategi penetapan harga, strategi produk, strategi layanan, dan strategi untuk menghadapi pesaing.

Konsep Bauran Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong (2014), berikut ini diuraikan beberapa komponen yang menyusun bauran promosi: 1. Hubungan Masyarakat (Periklanan), Menurut Kotler dan Armstrong (2014, p.429), periklanan adalah jenis promosi impersonal dan presentasi konsep produk dan layanan, yang didanai oleh sponsor termasuk individu, organisasi nirlaba (misalnya universitas dan lembaga pemerintah), dan perusahaan. Periklanan adalah suatu bentuk media promosi yang menggunakan pesan-pesan persuasif untuk menjangkau khalayak luas guna menawarkan suatu produk atau jasa dan

mendorong individu untuk melakukan pembelian. 2. Penjualan ke Perorangan (Personal Selling), Personal sales didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong (2014) sebagai presentasi lisan yang dimaksudkan untuk menghasilkan penjualan selama percakapan dengan satu atau lebih calon pelanggan. Penjualan personal adalah saluran promosi yang efektif di mana bisnis dapat membina hubungan positif dengan pelanggan mereka. Salah satu tujuan utama pemasar adalah menghasilkan pendapatan melalui pertemuan tatap muka, yang melibatkan presentasi langsung produk oleh perwakilan perusahaan kepada pelanggan.

3. Promosi Penjualan (Sales Promotion)

Promosi penjualan adalah insentif singkat yang dirancang untuk meningkatkan pembelian atau penjualan produk atau layanan yang diharapkan akan segera dibeli, menurut Kotler dan Armstrong (2014). Promosi penjualan ini mencakup berbagai kegiatan promosi, seperti pembagian kupon, penjualan, kontes, dan pameran.

4. Humas (Publisitas dan Humas)

Menurut Kotler dan Armstrong (2014), tujuan hubungan masyarakat adalah untuk memfasilitasi hubungan yang konstruktif di antara semua elemen organisasi sehingga dapat meningkatkan pemahaman, dorongan, dan keterlibatan. Tujuan utamanya adalah untuk memupuk dan memajukan pemahaman dan itikad baik publik, sekaligus mengamankan opini publik yang baik. Berbagai inisiatif yang terdiri dari hubungan masyarakat dimaksudkan untuk menjaga dan/atau meningkatkan reputasi suatu bisnis atau produk individualnya.

5. Pemasaran langsung adalah poin kelima.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014), pemasaran langsung dapat didefinisikan sebagai membangun hubungan pribadi dengan konsumen individu untuk memperoleh respons yang cepat dan membina hubungan pelanggan yang langgeng. Pemasaran langsung biasanya melibatkan vendor atau perusahaan yang mendekati konsumen secara langsung dengan produk atau layanan mereka.

Konsep Social Media Marketing

Pemasaran media sosial adalah pendekatan pemasaran yang memanfaatkan alat-alat dari web sosial, termasuk blogging, mikroblog,

jejaring sosial, bookmark sosial, dan berbagi konten, untuk membangkitkan kesadaran, pengakuan, ingatan, dan tindakan sehubungan dengan merek, bisnis, produk, perorangan, atau badan lain (Gunelius, 2011). Sebagaimana dijelaskan oleh Gunelius (2011), partisipasi pemasaran media sosial dapat dimaksimalkan melalui pemanfaatan empat alat penting: pembuatan konten, berbagi konten, menghubungkan, dan membangun komunitas.

Content Creation

Content Creation merupakan suatu strategi yang melibatkan pembuatan konten unik yang relevan dengan usaha, memastikan bahwa konten tersebut mencerminkan identitas merek dan bermanfaat serta menarik bagi pasar target atau calon konsumen.

Content Sharing

Content Sharing melibatkan strategi untuk berbagi konten terkait usaha dengan pasar target atau calon konsumen, dan jika memungkinkan, mendorong audiens untuk membagikan kembali konten tersebut, sehingga dapat mencapai pasar potensial yang lebih luas.

Connecting

Connecting memastikan bahwa konten terhubung dengan audiens online dan jejaring sosial lainnya, dengan demikian membangun kredibilitas merek dan memperkuat loyalitas konsumen.

Community Building

Community Building melibatkan pembentukan komunitas sosial yang memungkinkan individu bertemu dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama, memperluas jaringan bisnis dan jangkauan audiens secara online.

Dengan menggunakan keempat alat ini secara efektif, bisnis dapat melibatkan diri dalam pemasaran media sosial untuk meningkatkan kehadiran merek, memperluas jangkauan, dan memperkuat loyalitas konsumen.

Konsep Instagram

Salah satu konsekuensi dari kemajuan teknologi di internet adalah Instagram yang dianggap sebagai salah satu platform media sosial terpopuler di kalangan masyarakat saat ini. Hal ini ditunjukkan dengan pertumbuhan basis pengguna Instagram setiap tahunnya. Instagram melaporkan pada bulan April 2017

bahwa jumlah pengguna aktif bulanan telah melampaui 800 juta, meningkat dari tahun sebelumnya (Yusuf, 2017).

Instagram, berbeda dengan platform media sosial lainnya, menekankan pada publikasi foto dan video buatan pengguna. Ciri khas yang membedakan Instagram dengan platform media sosial lainnya. Selain itu, Instagram sering menyegarkan sistemnya. Sejak diluncurkan pada tahun 2010, Instagram sering menerapkan penyempurnaan pada fungsinya saat ini, dengan tujuan menjadikannya lebih komprehensif dan menarik.

Konsep Daya Tarik Wisata

Peraturan Perundang-undangan No. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 mendefinisikan daya tarik wisata sebagai suatu kesatuan atau benda yang mempunyai kekhasan, daya tarik estetis, dan nilai ekonomi berupa berbagai komoditas alam, budaya, atau buatan dan dijadikan sebagai alasan atau tujuan kunjungan wisatawan. Sebaliknya, Zaenuri (2012) mendefinisikan daya tarik wisata sebagai suatu kesatuan estetis dan menyenangkan yang memiliki manfaat untuk dipasarkan ke industri pariwisata. Menurut Suwartono (2004), daya tarik wisata disebut juga daya tarik wisata adalah kemampuan yang memotivasi pengunjung untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata tertentu. Atribut suatu daya tarik wisata merupakan komponen utama yang menarik pengunjung untuk berkunjung dan mengapresiasi komponen tersebut.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dan subjeknya terletak di Desa Adat Kutuh, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali.

Ruang lingkup atau keterbatasan penelitian ini berkaitan dengan strategi promosi seperti yang didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong (2014) dalam konsep bauran promosinya. Berbeda dengan tipe data yang sudah ada sebelumnya, Nur Indrianto dan Bambang Supomo (2013:142) menegaskan bahwa sumber data memegang peranan terpenting dalam menentukan metode perolehan data.

Sugiyono (2015) membedakan sumber data primer dan sekunder sebagai dua jenis sumber. Data pokok penelitian ini diperoleh melalui kunjungan langsung, observasi, dan wawancara kepada pengelola atau operator pariwisata di Pantai Gunung Payung yang menjadi lokasi penelitian. Selain mengutip sumber sekunder yang diperoleh dari literatur dan perpustakaan, juga dimanfaatkan sumber tidak langsung. Pengumpulan data dilakukan melalui kombinasi observasi, wawancara, tinjauan pustaka, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk memperoleh pemahaman langsung terhadap situasi dan melengkapi temuan yang diperoleh di lapangan. Wawancara dengan Unit Manager Pantai Gunung Payung bertujuan untuk memperkuat kesimpulan yang diambil dari penelitian lapangan. Dalam penelitian ini informan dipilih melalui penerapan purposive sampling. Purposive sampling menurut Sugiyono (2010) adalah teknik yang digunakan untuk memastikan bahwa ilustrasi penelitian dipilih dengan kriteria tertentu agar diperoleh data yang lebih representatif.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Salah satu pantai yang terletak di Desa Kutuh, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali adalah Pantai Gunung Payung. Desa Kutuh terletak di wilayah selatan Pulau Bali, kurang lebih 30 kilometer ke arah selatan Denpasar, ibu kota pulau. Pantai Gunung Payung terkenal dengan estetika indahnya yang masih alami. Garis pantai Pandawa berdekatan dengan garis pantai di sebelah timur. Air laut biru laut yang masih asli dan pasir putih halus menghiasi garis pantai ini. Melewati tebing-tebing yang menjulang tinggi dan pepohonan rindang, pemandangan di sekitar pantai ini sungguh menakjubkan. Namun, untuk meningkatkan kenyamanan pengunjungnya, pihak hotel telah melakukan peningkatan pada fasilitas dan aksesibilitas sebagai respons terhadap popularitasnya yang semakin meningkat.

Melihat potensi Pantai Gunung Payung yang terdapat di Desa Kutuh, Desa Adat Kutuh membentuk suatu badan yang bertanggung jawab atas pengelolaan usaha-usaha di desa tersebut. Badan ini dikenal sebagai Bhaga Usaha Manunggal Desa Adat (BUMDA), yang bertujuan untuk mengelola potensi pariwisata yang ada. BUMDA memiliki peran penting dalam

mengoordinasikan dan mengatur berbagai kegiatan terkait pariwisata di Pantai Gunung Payung. BUMDA bertanggung jawab untuk merencanakan, mengembangkan, dan mengelola infrastruktur pariwisata di Pantai Gunung Payung. Mereka bekerja sama dengan pemerintah, komunitas lokal, dan pihak terkait lainnya untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan pariwisata di daerah tersebut. BUMDA juga bertugas untuk mengelola kegiatan pemasaran dan promosi guna meningkatkan kunjungan wisatawan ke Pantai Gunung Payung. Selain itu, BUMDA juga berperan dalam menjaga dan melestarikan aspek budaya dan lingkungan sekitar Pantai Gunung Payung. Mereka berusaha untuk mengintegrasikan kegiatan pariwisata dengan adat dan budaya setempat, serta melindungi keanekaragaman hayati dan sumber daya alam yang ada di sekitar pantai.

Terlebih dengan perkembangan digitalisasi yang semakin canggih dengan kemajuan teknologi yang pesat, maka Desa Kutuh dengan segala potensi yang ada berhasil menjadi salah satu desa wisata percontohan di era digitalisasi. Salah satu contohnya adalah penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial sebagai alat promosi memiliki manfaat yang signifikan dalam mengembangkan pariwisata di Pantai Gunung Payung. Pertama, media sosial memiliki jangkauan yang luas dan dapat mencapai khalayak yang lebih besar. Dengan memanfaatkan platform seperti Tik Tok, Facebook, Instagram, Twitter, dan lain sebagainya, BUMDA Kutuh dapat dengan mudah memperkenalkan Pantai Gunung Payung kepada wisatawan potensial di seluruh dunia. Mereka dapat membagikan informasi tentang atraksi, fasilitas, acara, dan pengalaman unik yang ditawarkan oleh pantai ini. Selain itu, media sosial juga memungkinkan adanya interaksi langsung dengan pengguna, sehingga wisatawan dapat mengajukan pertanyaan, memberikan ulasan, atau berbagi pengalaman mereka, yang semuanya dapat membantu dalam membangun citra positif Pantai Gunung Payung.

Dalam menjadikan Desa Kutuh sebagai desa percontohan dalam digitalisasi, BUMDA Kutuh mengakui pentingnya adaptasi dengan teknologi modern dalam mempromosikan pariwisata dan menjaga keberlanjutan destinasi wisata mereka. Mereka memahami bahwa digitalisasi merupakan alat yang kuat untuk

mencapai tujuan tersebut, termasuk meningkatkan visibilitas, mencapai audiens yang lebih luas, membangun hubungan yang lebih erat dengan wisatawan, dan menyediakan informasi yang relevan dan menarik. Dengan memanfaatkan media sosial, BUMDA Kutuh mampu memanfaatkan potensi digitalisasi untuk memperkenalkan Pantai Gunung Payung kepada dunia dan menciptakan dampak positif bagi masyarakat lokal melalui peningkatan kunjungan wisatawan dan pengembangan ekonomi pariwisata. Tak hanya itu, Bhabha Usaha Manunggal Desa Adat (BUMDA) menyadari pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi pariwisata, terutama untuk destinasi potensial seperti Pantai Wisata Indah Gunung Payung di Desa Kutuh. Platform media sosial memiliki kemampuan untuk mencapai audiens yang luas di seluruh dunia, menjadikannya saluran yang ideal untuk mempublikasikan dan menarik minat wisatawan lokal maupun internasional.

Dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi, BUMDA Kutuh dapat efektif memperlihatkan fitur dan daya tarik unik dari Pantai Gunung Payung kepada audiens global. Melalui foto-foto yang menarik, video, dan konten yang menarik, BUMDA Kutuh dapat menyoroti keindahan alam, warisan budaya, dan pengalaman menarik yang ditawarkan oleh pantai tersebut. Keunggulan media sosial terletak pada kemampuannya untuk melampaui batas geografis dan terhubung dengan individu dari berbagai penjuru dunia yang dapat menarik wisatawan lokal dan mancanegara untuk desa digitalisasi Kutuh dengan beragam potensi wisata seperti Pantai Gunung Payung.

Platform Media Sosial Pantai Gunung Payung

TikTok

Salah satu platform media sosial yang telah digunakan oleh Pantai Gunung Payung adalah TikTok. TikTok telah menjadi fenomena global dengan jutaan pengguna aktif yang menghabiskan waktu berjam-jam menonton dan membuat video pendek. Pantai Gunung Payung menggunakan akun resmi mereka di TikTok untuk membagikan video singkat yang menampilkan keindahan pantai, kegiatan yang menarik, dan momen berkesan di Pantai Gunung Payung. Dengan menggunakan musik, efek kreatif, dan gaya editing yang menarik, Pantai

Gunung Payung dapat menarik perhatian pengguna TikTok dan menginspirasi mereka untuk mengunjungi pantai ini. Sejak resmi dibuatnya akun TikTok, Gunung Payung telah mengumpulkan pengikut atau followers sebanyak 290 followers.

Wisatawan dapat menemukan sejumlah video yang menghadirkan keindahan yang memukau dari Pantai Gunung Payung. Melalui video-video pendek yang menarik perhatian, Pantai Gunung Payung berhasil menyoroti dan menampilkan pesona alamnya yang luar biasa. Video-video tersebut menampilkan panorama pantai yang menakjubkan dengan pasir putih yang lembut, air laut yang jernih, dan langit yang biru. Selain itu, video juga menyoroti keunikan formasi batu karang yang tersebar di sekitar pantai, menciptakan pemandangan yang menakjubkan dan memikat. Wisatawan TikTok akan terpesona dengan keindahan alam yang disuguhkan oleh Pantai Gunung Payung melalui video-video ini.

Namun, perlu disayangkan bahwa akun TikTok Pantai Gunung Payung masih terlihat kurang aktif dalam mengembangkan kehadiran mereka di platform ini. Hal ini dapat dilihat dari jumlah postingan yang masih terbilang sedikit, yaitu hanya 11 postingan video hingga saat ini. Kurangnya kegiatan dan konten yang diunggah di akun TikTok ini dapat mempengaruhi tingkat interaksi dan keterlibatan pengguna.

Sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, TikTok menawarkan peluang besar untuk mencapai audiens yang luas dan mempromosikan daya tarik Pantai Gunung Payung kepada pengguna TikTok yang aktif. Melalui konten-konten yang menarik, kreatif, dan menghibur, Pantai Gunung Payung dapat menarik perhatian pengguna TikTok dan menginspirasi mereka untuk mengunjungi pantai ini.

Kurangnya aktivitas yang terlihat di akun TikTok Pantai Gunung Payung mungkin disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah kurangnya pemahaman tentang potensi dan kekuatan TikTok sebagai platform pemasaran digital. Selain itu, pengembangan konten TikTok yang berkualitas dan menarik juga membutuhkan waktu dan upaya yang cukup.

Facebook

Selain TikTok, Pantai Gunung Payung juga menggunakan platform media sosial Facebook untuk mempromosikan produk wisatanya. Facebook adalah salah satu platform media sosial tertua dan terbesar di dunia dengan lebih dari dua miliar pengguna aktif. Pantai Gunung Payung menggunakan halaman Facebook resmi BUMDA Desa Adat Kutuh untuk berbagi informasi tentang fasilitas, aktivitas, dan acara yang diselenggarakan di Pantai Gunung Payung. Mereka juga berinteraksi dengan pengguna melalui komentar, pesan pribadi, dan tanggapan atas pertanyaan pengunjung potensial. Dengan demikian, Pantai Gunung Payung dapat menjalin keterlibatan langsung dengan pengikut mereka di Facebook dan membangun kepercayaan serta hubungan yang lebih erat.

Dengan adanya keberadaan Facebook BUMDA Desa Kutuh, Pantai Gunung Payung dapat menjangkau segmen wisatawan yang mungkin belum begitu akrab dengan platform-media sosial seperti TikTok atau Instagram, terutama wisatawan usia lanjut. Melalui akun Facebook, Pantai Gunung Payung dapat menyediakan konten yang relevan dan menarik bagi wisatawan usia lanjut.

Akun Facebook BUMDA Desa Kutuh dapat berperan sebagai jembatan yang menghubungkan wisatawan dengan akun Instagram Pantai Gunung Payung. Dengan cara melakukan repost atau membagikan konten yang menarik dan menakjubkan yang telah diunggah di akun Instagram Pantai Gunung Payung, akun Facebook BUMDA Desa Kutuh dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi dan mengikuti akun Instagram Pantai Gunung Payung. Melalui repost konten Instagram, akun Facebook BUMDA Desa Kutuh dapat menghadirkan visual yang menarik, seperti foto-foto indah, video singkat, atau cerita menarik tentang pengalaman di Pantai Gunung Payung. Konten-konten ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang keindahan pantai, aktivitas yang dapat dilakukan, fasilitas yang tersedia, dan daya tarik lainnya yang dapat dinikmati oleh para wisatawan. Dengan mengenalkan Instagram Pantai Gunung Payung melalui repost konten, akun Facebook BUMDA Desa Kutuh juga dapat memperluas jangkauannya ke khalayak yang mungkin lebih aktif di Facebook daripada Instagram. Wisatawan yang belum terlalu akrab dengan

Instagram dapat tetap menikmati dan terinspirasi oleh konten-konten yang diunggah di Instagram Pantai Gunung Payung melalui akun Facebook BUMDA Desa Kutuh.

Selain itu, dengan membagikan konten dari Instagram Pantai Gunung Payung, akun Facebook BUMDA Desa Kutuh juga dapat memperkuat kehadiran dan citra Pantai Gunung Payung di dunia digital. Wisatawan yang tertarik dengan konten yang mereka lihat di Facebook dapat merasa terpanggil untuk mengunjungi Pantai Gunung Payung dan mengikuti akun Instagram mereka untuk mendapatkan lebih banyak konten menarik dan informasi terkini.

Instagram

Instagram telah menjadi platform yang sangat populer dan efektif dalam mempromosikan pariwisata. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia, Instagram menawarkan peluang yang tak terbatas untuk menjangkau audiens potensial. Pantai Gunung Payung membuka akun Instagram resmi mereka dengan nama pengguna @gunungpayungbeachbali pada bulan April tahun 2021, dan sejak saat itu Pantai Gunung Payung telah berhasil mengumpulkan 2.218 followers dengan jumlah postingan sebanyak 472 posts.

Adanya akun Instagram @gunungpayungbeachbali telah memberikan dampak yang signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Gunung Payung. Menurut narasumber, Instagram merupakan platform sosial media yang paling difokuskan untuk mempromosikan destinasi pariwisata ini, dan peningkatan kunjungan wisatawan yang terlihat setelah kehadiran akun tersebut memberikan bukti konkret.

Data kunjungan menunjukkan perbedaan yang signifikan sebelum dan setelah kehadiran akun Instagram. Pada tahun 2021, sebelum akun Instagram @gunungpayungbeachbali dibuka, total kunjungan wisatawan ke Pantai Gunung Payung mencapai 29.245. Namun, setelah adanya akun Instagram tersebut, terjadi peningkatan yang cukup besar. Pada tahun 2022, total kunjungan wisatawan meningkat menjadi 82.806. Hal ini menunjukkan lonjakan kunjungan sebesar 53.561 wisatawan, yang merupakan peningkatan yang signifikan dalam periode waktu tersebut.

Keberhasilan akun Instagram @gunungpayungbeachbali dalam mempromosikan Pantai Gunung Payung dapat dilihat dari pengaruh positifnya terhadap minat wisatawan untuk mengunjungi pantai ini. Konten-konten menarik yang diposting di akun Instagram, termasuk foto-foto yang memperlihatkan keindahan Pantai Gunung Payung, informasi terbaru mengenai tiket masuk, fasilitas penyewaan kano dan sun lounge, serta fasilitas pendukung lainnya seperti amphitheatre, telah berhasil menarik perhatian wisatawan.

Strategi Promosi melalui Platform Sosial Media Instagram

Berdasarkan pembahasan di atas, penulis tertarik untuk membahas strategi promosi yang diimplementasikan oleh Pantai Gunung Payung pada platform sosial media Instagram. Pada penelitian ini, penulis menggunakan konsep bauran promosi Kotler dan Armstrong (2014) untuk mengetahui sistematis pemasaran pariwisata di Pantai Gunung Payung melalui sosial media Instagram, berikut penerapan konsep bauran promosi tersebut dalam penelitian ini dijabarkan dalam lima penjabaran.

Periklanan (Advertising)

Periklanan terdiri dari segala bentuk presentasi non-pribadi dan promosi konsep, komoditas, atau layanan yang akan dipasarkan; ini adalah bentuk komunikasi non-pribadi berbayar yang melaluinya sponsor menginformasikan khalayak tentang suatu produk. Periklanan merupakan komponen integral dari kehidupan industri kontemporer dan memiliki fungsi penting. Mengingat pesatnya kemajuan teknologi saat ini, dapat dikatakan bahwa kegiatan promosi dalam bentuk periklanan mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam membangkitkan minat konsumen.

Karena luasnya cakupan periklanan, khususnya di era modern, dimana evolusi periklanan sangat dipengaruhi oleh perkembangan media cetak dan elektronik, metode periklanan juga dapat dimanfaatkan dalam promosi pemasaran suatu objek wisata untuk meningkatkan jumlah iklan. wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung. Dengan demikian, jika dilakukan

penelaahan terhadap strategi promosi berbasis periklanan pada platform media sosial Instagram Pantai Gunung Payung diperoleh hal-hal sebagai berikut.

Pantai Gunung Payung telah mengadopsi strategi promosi yang cerdas dan efektif dengan melakukan iklan berbayar melalui salah satu akun pariwisata Bali yang memiliki jumlah pengikut yang besar, yaitu @balitravelfolder. Dalam iklan yang dibagikan oleh akun @balitravelfolder, informasi terbaru mengenai Pantai Gunung Payung disampaikan kepada khalayak yang luas. Melalui kolaborasi ini, Pantai Gunung Payung dapat mencapai audiens yang lebih besar dan meningkatkan eksposur destinasi wisata mereka. Akun @balitravelfolder, dengan jumlah pengikut yang cukup besar, memiliki potensi untuk menjangkau ribuan orang yang tertarik dengan pariwisata di Bali, termasuk Pantai Gunung Payung.

Dalam iklan tersebut, informasi penting mengenai Pantai Gunung Payung diungkapkan dengan jelas. Hal ini termasuk tiket masuk yang diperlukan, fasilitas penyewaan kano, fasilitas penyewaan sun lounge, fasilitas pendukung seperti tempat makan dan toilet, serta amphitheatre yang menjadi salah satu daya tarik utama Pantai Gunung Payung. Dengan berbagi informasi terbaru dan lengkap mengenai fasilitas dan layanan yang tersedia di Pantai Gunung Payung, iklan ini memberikan kejelasan kepada wisatawan potensial tentang apa yang dapat mereka harapkan saat mengunjungi destinasi tersebut. Iklan berbayar ini juga membantu meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap Pantai Gunung Payung sebagai tujuan wisata yang menarik di Bali.

Penjualan Perseorangan (Personal Selling)

Personal Selling merupakan salah satu bentuk komunikasi promosi yang memanfaatkan dialog dengan satu atau lebih calon pelanggan guna menghasilkan penjualan. Memanfaatkan media promosi ini cocok untuk membina hubungan konsumen yang positif. Strategi personal sales yang dilakukan Pantai Gunung Payung pada platform media sosial Instagram diantaranya adalah sebagai berikut:

Komunikasi melalui komentar

Strategi ini dilakukan melalui fitur komentar di postingan Instagram Pantai Gunung Payung, dimana tim humas dan promosi secara rutin memantau dan merespons komentar dari wisatawan dengan cepat. Dalam strategi komunikasi melalui komentar, tim humas dan promosi bertindak sebagai perwakilan Pantai Gunung Payung yang berkomunikasi langsung dengan pengikut. Mereka memiliki peran penting dalam membangun hubungan yang positif dengan pengikut, memberikan informasi yang informatif, serta membantu menjawab pertanyaan dan kebutuhan wisatawan.

Ketika pengikut menunjukkan minat terhadap postingan atau memiliki pertanyaan terkait Pantai Gunung Payung, tim humas dan promosi dengan cepat merespons komentar tersebut. Respons yang diberikan mencakup informasi tambahan yang relevan, menjelaskan fasilitas atau layanan yang ditawarkan, serta memberikan saran atau rekomendasi yang dapat membantu wisatawan dalam merencanakan kunjungan mereka.

Dalam menjalankan strategi personal selling ini, tim humas dan promosi memiliki pengetahuan yang mendalam tentang Pantai Gunung Payung, termasuk fasilitas, atraksi, kegiatan, dan hal-hal lain yang relevan. Mereka siap memberikan penjelasan yang informatif, menjawab pertanyaan dengan tepat, serta memberikan rekomendasi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan.

Dengan merespons komentar pengikut dengan cepat dan memberikan jawaban yang informatif, tim humas dan promosi menciptakan pengalaman personal dan interaksi yang positif antara Pantai Gunung Payung dan wisatawan. Strategi ini membantu membangun kepercayaan dan kepuasan wisatawan, serta membantu dalam mengarahkan mereka untuk mengambil tindakan lebih lanjut, seperti melakukan kunjungan ke Pantai Gunung Payung.

1) Penggunaan Bio

Fitur bio ini digunakan sebagai tempat informasi yang penting dan mengarahkan pengikut ke halaman web atau kontak yang

menyediakan informasi lengkap tentang paket wisata, harga, dan fasilitas yang ditawarkan. Dalam bio Instagram Pantai Gunung Payung, tim humas dan promosi memastikan bahwa informasi yang relevan dan menarik disampaikan dengan jelas dan ringkas. Pantai Gunung Payung mencantumkan deskripsi singkat tentang Pantai Gunung Payung dengan penulisan "Hidden gem beach in southern Bali", menyoroti keunikan dan daya tariknya sebagai destinasi wisata yang menakjubkan. Informasi tentang fasilitas, seperti penyewaan venue atau partnership juga disertakan untuk memberikan gambaran kepada pengikut tentang apa yang dapat mereka nikmati di pantai tersebut.

Selain itu, dalam bio Instagram, terdapat link yang mengarahkan pengikut langsung ke halaman web atau kontak yang lebih rinci. Halaman tersebut berisi informasi lengkap tentang sosial media unit usaha BUMDA Desa Kutuh lainnya seperti Pantai Pandawa, Timbis Paragliding dan lain-lain. Pengikut dapat dengan mudah mengakses halaman tersebut dengan mengklik link yang tersedia di bio.

Dengan menggunakan fitur bio sebagai sumber informasi dan penghubung ke halaman yang terkait, Pantai Gunung Payung memudahkan pengikut untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan membuat pemesanan dengan lebih mudah. Pengikut tidak perlu mencari informasi di tempat lain, tetapi dapat mengakses informasi langsung melalui link yang disediakan.

Konten Edukasi dan Promosi

Strategi konten edukasi dan promosi merupakan salah satu bagian penting dari strategi personal selling yang diterapkan oleh Tim Humas & Promosi Pantai Gunung Payung. Melalui konten yang disajikan, tim humas berfokus pada memberikan informasi yang edukatif kepada pengikut tentang keunikan dan keindahan Pantai Gunung Payung, serta menyoroti keunggulan produk wisata yang ditawarkan.

Konten-konten yang dibuat oleh tim humas mencakup berbagai aspek penting dari Pantai Gunung Payung, seperti fasilitas penyewaan canoe, penyewaan shuttle, sewa tempat untuk prewedding, dan lain sebagainya. Dalam setiap caption dan cerita yang disertakan, tim humas

menyertakan informasi kontak yang memudahkan pengikut untuk menghubungi langsung atau menanyakan informasi lebih lanjut tentang penawaran spesial yang tersedia.

Melalui konten-konten edukatif ini, pengikut akun Instagram Pantai Gunung Payung mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang apa yang membuat Pantai Gunung Payung unik dan menarik. Mereka juga diberikan informasi yang berguna mengenai produk wisata yang tersedia dan keuntungan yang dapat mereka nikmati ketika mengunjungi Pantai Gunung Payung. Selain memberikan informasi, konten edukasi seperti ini juga mendorong pengikut untuk mengambil tindakan langsung dengan menghubungi tim humas atau pihak terkait untuk mendapatkan penawaran spesial. Dalam caption dan cerita, tim humas mengajak pengikut untuk menghubungi langsung melalui nomor kontak yang disediakan atau melalui pesan pribadi. Hal ini memberikan kesempatan bagi pengikut untuk berinteraksi secara personal dan mendapatkan penawaran yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dengan menerapkan strategi konten edukasi, Tim Humas Pantai Gunung Payung tidak hanya mempromosikan destinasi wisata, tetapi juga memberikan nilai tambah kepada pengikut dengan memberikan pengetahuan dan informasi yang bermanfaat. Konten-konten tersebut menciptakan kesadaran dan ketertarikan yang lebih besar pada destinasi Pantai Gunung Payung, sekaligus merangsang minat pengikut untuk mengambil tindakan langsung dalam merencanakan kunjungan mereka.

Promosi Penjualan (Sales Promotion)

Pengusulan nilai tambah produk dalam jangka waktu tertentu dalam rangka mendorong minat konsumen akan produk tersebut, promosi penjualan merupakan aktivitas pemasaran. Strategi promosi yang dapat dicermati di Instagram adalah poster yang dicetak dengan cermat untuk menyebarkan informasi mengenai kupon terjangkau, acara mendatang, dan akun yang sudah mulai didirikan.

Melalui poster-poster tersebut, Pantai Gunung Payung memberikan penawaran khusus kepada pengikut mereka. Promosi potongan harga memberikan kesempatan bagi

pengunjung untuk menikmati fasilitas atau layanan dengan harga yang lebih terjangkau, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi calon wisatawan.

Informasi mengenai event yang diselenggarakan di Pantai Gunung Payung juga disampaikan melalui poster-poster ini, sehingga pengikut dapat mengetahui dan ikut serta dalam berbagai acara menarik yang diadakan di destinasi tersebut.

Selain itu, kontes juga menjadi salah satu kegiatan promosi yang dilakukan melalui akun Instagram Pantai Gunung Payung. Kontes-kontes ini dapat berupa lomba foto, kompetisi, atau kegiatan interaktif lainnya yang melibatkan pengikut untuk berpartisipasi. Dengan berpartisipasi dalam kontes, pengikut memiliki kesempatan untuk memenangkan hadiah menarik atau pengalaman unik di Pantai Gunung Payung. Hal ini tidak hanya meningkatkan interaksi dengan pengikut, tetapi juga memperluas jangkauan promosi dan menciptakan buzz positif di kalangan pengguna Instagram.

Melalui kegiatan promosi penjualan ini, Pantai Gunung Payung menciptakan kesadaran dan minat yang lebih besar di kalangan pengikut akun Instagram mereka. Poster-poster yang dibagikan memberikan informasi yang jelas dan menarik mengenai promosi potongan harga, event, dan kontes yang sedang berlangsung. Hal ini memberikan dorongan bagi pengikut untuk memanfaatkan penawaran spesial, ikut serta dalam acara-acara menarik, dan berpartisipasi dalam kontes yang diselenggarakan.

Hubungan Masyarakat (Public Relation and Publicity)

Humas berfungsi sebagai perantara antara organisasi dan konstituennya, konsumen, atau masyarakat umum, sehingga membangun hubungan efektif yang dapat menimbulkan rasa ketergantungan antara kedua pihak (Yulianri, 2001:11). Pentingnya hubungan masyarakat dalam suatu organisasi sangat penting untuk pencapaian tujuan organisasi tersebut. Dimana humas diposisikan sebagai garda terdepan dalam hubungan konsumen, khususnya dalam industri pemasaran yang berinteraksi dengan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Beragam strategi penerapan humas

terlihat jelas di akun Instagram @gunungpayungbeachbali.

Kolaborasi dengan Influencer Lokal

Melalui strategi kolaborasi dengan influencer lokal, Pantai Gunung Payung dapat memanfaatkan kekuatan pengaruh dan jangkauan influencer untuk memperluas eksposur dan menciptakan buzz positif tentang destinasi pariwisata mereka. Melalui akun Instagram, Pantai Gunung Payung menjalin kerja sama dengan influencer lokal yang memiliki basis pengikut yang cukup besar. Dalam postingan yang dapat dilihat di akun Instagram Pantai Gunung Payung, influencer lokal membagikan informasi menarik tentang pantai tersebut, termasuk keindahan alam, fasilitas yang tersedia, aktivitas yang dapat dilakukan, dan pengalaman pribadi mereka di Pantai Gunung Payung. Melalui konten yang menarik dan autentik, influencer membujuk dan mengajak pengikut mereka untuk mengunjungi Pantai Gunung Payung.

Kolaborasi dengan influencer lokal memberikan manfaat besar bagi Pantai Gunung Payung karena influencer lokal memiliki basis pengikut yang loyal dan terikat emosional, yang cenderung memiliki minat yang sama dengan influencer tersebut. Oleh karena itu, ketika influencer mempromosikan Pantai Gunung Payung, pengikut mereka lebih mungkin tertarik dan termotivasi untuk mengunjungi destinasi tersebut. Lalu, melalui konten yang dibagikan oleh influencer lokal, Pantai Gunung Payung dapat mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Influencer memiliki jangkauan yang luas di media sosial mereka, termasuk pengikut dari berbagai latar belakang dan lokasi geografis. Hal ini membantu meningkatkan eksposur destinasi kepada khalayak yang lebih luas dan berpotensi menjadi wisatawan. Selain itu, konten yang dibagikan oleh influencer lokal juga memberikan citra yang lebih autentik dan dapat dipercaya. Pengikut influencer cenderung melihat mereka sebagai sumber inspirasi dan referensi yang dapat diandalkan. Oleh karena itu, saat influencer lokal merekomendasikan Pantai Gunung Payung, hal itu memberikan keyakinan kepada pengikut bahwa destinasi tersebut layak dikunjungi.

Membagikan Testimoni dan Ulasan

Selain kolaborasi dengan influencer lokal, Pantai Gunung Payung mengadopsi strategi membagikan testimoni dan ulasan positif dari pengunjung mereka melalui akun Instagram sebagai upaya untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan reputasi destinasi di mata pengunjung potensial. Melalui akun Instagram mereka, Pantai Gunung Payung secara aktif mencari dan memilih pengguna yang telah mengunjungi dan mengabadikan momen mereka di pantai tersebut. Kemudian, mereka merepost cerita (story) maupun unggahan (feeds) dari pengunjung yang membagikan pengalaman mereka di Pantai Gunung Payung.

Dengan membagikan testimoni dan ulasan positif dari pengunjung yang puas, Pantai Gunung Payung memberikan bukti konkret tentang keindahan dan kualitas pengalaman yang ditawarkan oleh destinasi tersebut. Testimoni dan ulasan positif ini membantu membangun kepercayaan pengunjung potensial, karena mereka melihat pengalaman yang dilaporkan bukan hanya dari pihak pengelola, tetapi juga dari pengunjung yang sebenarnya.

Pantai Gunung Payung mengambil langkah ini karena mereka memahami bahwa ulasan dan testimoni dari pengunjung yang puas memiliki bobot yang tinggi dalam pengambilan keputusan wisatawan potensial. Ketika pengunjung lain melihat cerita dan unggahan positif dari orang-orang yang telah mengunjungi Pantai Gunung Payung, mereka cenderung merasa lebih meyakinkan dan termotivasi untuk mengunjungi destinasi tersebut. Selain itu, strategi membagikan testimoni dan ulasan positif melalui Instagram juga membantu meningkatkan reputasi Pantai Gunung Payung. Dengan adanya ulasan positif yang diperoleh dari pengunjung, destinasi ini membangun citra yang baik dan terpercaya di mata khalayak luas. Hal ini dapat berdampak positif pada daya tarik destinasi, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan mendapatkan lebih banyak eksposur melalui berbagi cerita di platform media sosial.

Melalui penggunaan Instagram sebagai platform untuk membagikan testimoni dan ulasan positif, Pantai Gunung Payung menciptakan narasi yang kuat tentang pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Strategi ini juga memberikan ruang

bagi pengunjung untuk berbagi momen mereka dengan teman dan keluarga, yang dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih destinasi wisata selanjutnya.

Menanggapi Tanggapan dan Masukan

Strategi Menanggapi Tanggapan dan Masukan merupakan salah satu pendekatan yang digunakan oleh Pantai Gunung Payung melalui akun Instagram mereka. Dalam upaya membangun hubungan yang kuat dengan pengikut, Pantai Gunung Payung memanfaatkan platform ini untuk mendengarkan tanggapan dan masukan yang diberikan oleh pengunjung. Pantai Gunung Payung menghargai tanggapan positif yang diberikan oleh pengikut mereka. Mereka merespons dengan baik, memberikan ucapan terima kasih, dan memperkuat hubungan yang sudah terjalin dengan pengunjung yang telah memberikan tanggapan positif. Strategi ini membantu menciptakan ikatan emosional yang lebih dalam antara destinasi dan pengunjungnya, sehingga pengikut merasa dihargai dan lebih termotivasi untuk berbagi pengalaman mereka dengan orang lain.

Selain itu, Pantai Gunung Payung juga proaktif dalam menanggapi tanggapan negatif atau keluhan yang mungkin muncul. Mereka memahami bahwa setiap pengalaman mungkin tidak selalu sempurna, dan penting untuk merespons dengan cepat dan mengambil tindakan yang diperlukan. Tim humas dan promosi Pantai Gunung Payung dengan sigap mencari solusi yang memuaskan bagi pengunjung yang menghadapi masalah atau memberikan keluhan. Mereka berusaha menjaga hubungan yang baik dengan pengunjung, mengatasi masalah dengan transparansi, dan memberikan solusi yang memadai.

Melalui strategi Menanggapi Tanggapan dan Masukan, Pantai Gunung Payung menunjukkan komitmen mereka untuk memberikan pengalaman yang baik kepada pengunjungnya. Respons yang cepat, proaktif, dan solutif terhadap tanggapan dan masukan dari pengikut di Instagram memperkuat hubungan dengan pengunjung dan menciptakan citra positif tentang pelayanan dan perhatian yang diberikan oleh Pantai Gunung Payung.

Secara keseluruhan, strategi Menanggapi Tanggapan dan Masukan melalui akun

Instagram Pantai Gunung Payung membantu menciptakan ikatan yang kuat antara destinasi dan pengunjungnya. Respons yang positif terhadap tanggapan positif dan penanganan yang baik terhadap tanggapan negatif atau keluhan memperkuat hubungan, membangun kepercayaan, dan menciptakan citra positif tentang pelayanan yang diberikan oleh Pantai Gunung Payung.

Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Pemasaran langsung memerlukan pembentukan hubungan pribadi dengan setiap konsumen dalam upaya memperoleh tanggapan segera dan membina hubungan jangka panjang. Pemasaran langsung melibatkan vendor atau perusahaan yang memulai kontak dengan konsumen secara langsung untuk mempromosikan produk atau layanan mereka.

Berdasarkan wawancara dengan narasumber, saat ini Pantai Gunung Payung belum menerapkan strategi direct marketing di akun Instagram mereka. Hal ini disebabkan oleh beberapa alasan yang fokus prioritas yang saat ini lebih tertuju pada strategi pemasaran lainnya karena strategi pemasaran memiliki banyak aspek yang perlu diperhatikan, dan penggunaan sumber daya dan waktu mungkin telah dialokasikan untuk strategi lain yang dianggap lebih penting pada saat ini. Selain itu, pertimbangan audience yang mungkin tidak membutuhkan pendekatan langsung, dan keinginan untuk membangun interaksi spontan dengan pengikut. Hal ini dikarenakan adanya akun Instagram Pantai Gunung Payung adalah untuk membagikan inspirasi atau informasi umum tentang Pantai Gunung Payung sebagai daya tarik wisata ke masyarakat luas, sehingga strategi direct marketing belum dianggap efektif untuk mencapai tujuan. Dan Pantai Gunung Payung juga berfokus pada interaksi yang lebih spontan dan organik dengan pengikutnya. Strategi ini lebih berorientasi pada merespons komentar dan pesan langsung dari pengikut yang menunjukkan minat atau memiliki pertanyaan seputar informasi Pantai Gunung Payung daripada secara aktif melakukan upaya pemasaran langsung.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini yang berjudul “Analisis Strategi Promosi Digital melalui Sosial Media Instagram pada Daya Tarik Wisata Pantai Gunung Payung”, dapat diperoleh kesimpulan bahwa platform sosial media yang digunakan oleh Pantai Gunung Payung sebagai media promosi digital adalah TikTok, Facebook dan Instagram. Melalui TikTok, Pantai Gunung Payung menampilkan keindahan alamnya, aktivitas menarik, dan momen berkesan di Pantai Gunung Payung dengan konten video singkat yang menarik dan kreatif. Namun, sayangnya, akun TikTok Pantai Gunung Payung masih terlihat kurang aktif. Hal ini terlihat dari jumlah postingan yang masih terbilang sedikit, yaitu hanya 11 postingan video hingga saat ini. Lalu pada platform sosial media Facebook, Pantai Gunung Payung berhasil menjangkau segmen wisatawan yang mungkin belum begitu akrab dengan platform-media sosial seperti TikTok atau Instagram, terutama wisatawan usia lanjut melalui Facebook. Dengan menyediakan konten yang relevan dan menarik bagi wisatawan usia lanjut, Pantai Gunung Payung dapat memberikan informasi yang lebih komprehensif dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dan Instagram, Pantai Gunung Payung membagikan konten menarik yang diunggah, termasuk foto-foto keindahan pantai dan informasi terkait fasilitas, telah berhasil menarik minat wisatawan untuk mengunjungi Pantai Gunung Payung.

Dari ketiga platform sosial media yang disebutkan, Instagram merupakan platform sosial media yang paling diprioritaskan sebagai media promosi Pantai Gunung Payung. Hal ini dikarenakan Instagram telah memberikan dampak positif dalam mempromosikan Pantai Gunung Payung. Lonjakan kunjungan wisatawan sebanyak 53.561 orang setelah kehadiran akun tersebut menunjukkan pengaruh yang signifikan. Akun Instagram ini dianggap menjadi alat yang efektif dalam memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan ketertarikan terhadap daya tarik wisata Pantai Gunung Payung.

Pantai Gunung Payung telah menerapkan sejumlah strategi promosi digital di akun Instagram mereka, termasuk periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Melalui periklanan, mereka melakukan iklan berbayar melalui akun pariwisata dengan jumlah followers yang

banyak, sehingga dapat mencapai audiens yang lebih luas. Dalam penjualan perseorangan, Pantai Gunung Payung menggunakan berbagai strategi seperti komunikasi melalui komentar, penggunaan bio sebagai tempat informasi dan link yang mengarahkan pengikut ke halaman web atau kontak untuk informasi lengkap, serta menyediakan konten edukasi dan promosi untuk memberikan informasi yang relevan dan menarik bagi pengikut. Untuk promosi penjualan, Pantai Gunung Payung menggunakan poster yang membagikan informasi mengenai potongan harga, event, dan kontes yang sedang berlangsung. Hal ini memberikan insentif dan dorongan bagi pengunjung untuk mengunjungi dan berpartisipasi dalam kegiatan di Pantai Gunung Payung. Dalam strategi hubungan masyarakat, Pantai Gunung Payung telah melakukan kolaborasi dengan influencer lokal yang memiliki basis pengikut yang cukup besar. Mereka juga membagikan testimoni dan ulasan positif dari pengunjung untuk membangun kepercayaan dan reputasi yang baik. Selain itu, mereka aktif menanggapi tanggapan dan masukan dari pengikut, baik positif maupun negatif, dengan tujuan untuk meningkatkan keterlibatan dan memperbaiki pelayanan. Namun, hingga saat ini Pantai Gunung Payung belum menerapkan strategi direct marketing di akun Instagram mereka karena strategi ini dianggap tidak prioritas berdasarkan beberapa pertimbangan. Dengan penerapan berbagai strategi promosi digital ini, Pantai Gunung Payung dapat meningkatkan eksposur, membangun hubungan yang lebih erat dengan pengikut, dan meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi pantai ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bauran promosi pada akun Instagram Pantai Gunung Payung sudah berjalan dengan sangat baik. Hal ini dibuktikan dengan baiknya strategi yang berjalan setelah dilihat dari beberapa aspek berdasarkan konsep bauran pemasaran, lalu juga dilihat dari adanya data lonjakan wisatawan setelah dibukanya akun Instagram Pantai Gunung Payung.

DAFTAR PUSTAKA

- Basnet, S. D., & Auliya, A. (2022). Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event Inacraft 2022. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 18–31. <https://doi.org/10.36594/jtec.v5i1.137>
- Ida, P. (2022). *Bali Tourism Discursive Strategies In "Balilivin" Instagram Account*.
- Melati, N., Fathorrahman, F., & ... (2022). The influence of instagram, tiktok travel influencers and city branding on the decision to choose a tourist destination (case study on@backpackertampan in bali). *Journal of Business on ...*, 08(01), 267–289. <https://media.neliti.com/media/publications/420616-the-influence-of-instagram-tiktok-travel-254de574.pdf>
- 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. <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/IIIP/article/view/130/85>
- Emy, Wibawa, dkk. (2019). Kelembagaan Pecalang Desa Adat Kutuh. *Jurnal Advokasi*, 8, 113–126.
- Farhaeni, M., & Prami, A. (2020). Community Empowerment for Facing First Development of Tourism in Kutuh Village. *Ijrar.Com*, 7(2), 311–321. http://ijrar.com/upload_issue/ijrar_issue_20544291.pdf
- Setiyarti, T., Suastama, I. B. R., Wimpascima, I. B. N., & Dhitami Eka Putri, L. P. (2018). Strategi Pengembangan Pantai Gunung Payung Sebagai Destinasi Pariwisata Di Desa Kutuh, Kec. Kuta Selatan, Kab. Badung. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian-Denpasar, September*, 141–156.
- Ardana, A. (2022). *Strategi Promosi Desa Wisata Kulati, Kecamatan Tomia Timur, Kabupaten Wakatobi* (thesis). Universitas Udayana, Denpasar.
- Atiko, G., Hasanah Sudrajat, R., & Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi promosi pariwisata melalui media Sosial Oleh Kementrian Pariwisata Ri (studi deskriptif Pada Akun Instagram @indtravel). *Jurnal Sositologi*, 15(3), 378–389. <https://doi.org/10.5614/sostek.2016.15.3.6>

Fanaqi, Chotijah, Ummu Salamah, and Devi Gusara Rahmadhan. "STRATEGI MARKETING DESA WISATA BERBASIS DIGITAL." *Commed Jurnal Komunikasi dan Media* 6.2 (2022): 233

