

PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI PARIWISATA KABUPATEN PANGANDARAN (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @MYPANGANDARAN)

Rizki Maulana¹, Purwanti Hadisiwi¹, Ditha Prasanti*¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

Jl. Raya Bandung Sumedang KM 21, Jatinangor

Email: ditha.prasanti@unpad.ac.id

Abstract

This research aims to (1) Find out the instagram account @mypangandaran is used as information media in Pangandaran regency (2) Find out the instagram account @mypangandaran is used in promoting tourism in Pangandaran regency (3) Find out the obstacles @mypangandaran when disseminating information and promoting Pangandaran tourism via social media instagram. The method used in this research is qualitative with a case study approach. The theory used in this research is the social construction theory of mass media by Burhan Bungin. Data collection techniques use interview, observation and documentation techniques. This research uses data analysis techniques such as data collection, data reduction, data display, and drawing conclusions. The results of this research found that the @mypangandaran instagram account uses instagram as a communication medium, namely as an information medium for Pangandaran regency. There are three types of content that are provided on the @mypangandaran instagram account, namely news content, accommodation, and tourism and culture. The @mypangandaran account also uses instagram as a tourism promotion medium in Pangandaran regency. There are three types of content promoted on the @mypangandaran instagram account, namely the latest tourism, tourist attractions and tourist services. There are obstacles faced by the @mypangandaran account in disseminating information and promoting Pangandaran tourism, such as problems with human resources (HR) which also impact the reach of information retrieval areas, time and amount of content published, content display, and tourism problems in Pangandaran.

Keywords: *Case studies, Instagram, @mypangandaran account, Tourism, Promotion*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui akun instagram @mypangandaran digunakan sebagai media informasi kabupaten Pangandaran (2) Mengetahui akun instagram @mypangandaran digunakan dalam mempromosikan pariwisata di kabupaten Pangandaran (3) Mengetahui kendala @mypangandaran ketika menyebarkan informasi dan promosi wisata Pangandaran melalui media sosial instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi sosial media massa oleh Burhan Bungin. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data seperti pengumpulan data, reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menemukan bahwa akun instagram @mypangandaran memanfaatkan instagram sebagai media komunikasi, yakni sebagai media informasi kabupaten Pangandaran terdapat tiga jenis konten yang diinformasikan pada akun instagram @mypangandaran yakni konten *news*, akomodasi, serta wisata dan budaya. Akun @mypangandaran juga memanfaatkan instagram sebagai media promosi pariwisata di kabupaten Pangandaran, terdapat tiga jenis konten yang dipromosikan pada akun instagram @mypangandaran yakni wisata terbaru, atraksi wisata, dan layanan wisata. Terdapat kendala yang dihadapi akun

©2024 The authors and Komunika. All rights reserved.

Article Information:

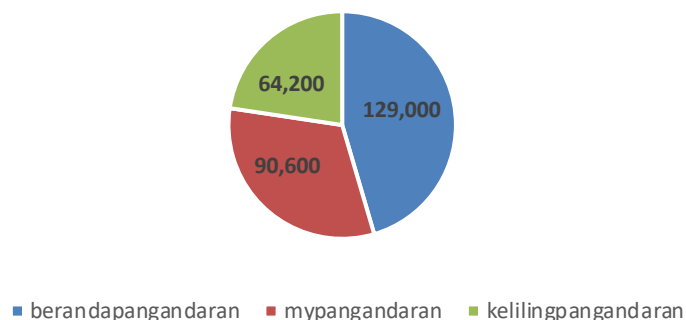
Received June 19, 2024, Revised December 25, 2024, Accepted December 25, 2024

@mypangandaran dalam menyebarkan informasi dan promosi wisata Pangandaran, seperti kendala pada sumber daya manusia (SDM) yang berakibat juga pada jangkauan wilayah pengambilan informasi, waktu, dan jumlah konten yang dipublikasikan, tampilan konten, dan masalah wisata di Pangandaran.

Kata kunci: Studi kasus, Instagram, Akun @mypangandaran, Promosi, Wisata

1. Pendahuluan

Akun @mypangandaran merupakan salah satu akun Instagram yang sudah online sejak Januari 2015, akun ini dibuat khusus untuk memproduksi konten seputar Kabupaten Pangandaran termasuk dalam mempromosikan destinasi wisata Pangandaran. Pembuatan konten promosi wisata Kabupaten Pangandaran tidak hanya dilakukan oleh @mypangandaran, terdapat beberapa media yang aktif dalam mempromosikan wisata Pangandaran, dan memiliki fungsi akun yang serupa, seperti @berandapangandaran yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 129 ribu terhitung sejak Juni 2023 dan merupakan akun promosi wisata Pangandaran dengan konten yang didominasi oleh video pendek. Adapun akun lainnya dengan nama @kelilingpangandaran yang merupakan akun promosi wisata Pangandaran dengan jumlah pengikut 64,2 ribu (Gambar 1) terhitung sejak Juni 2023, sama seperti akun @berandapangandaran akun Instagram @kelilingpangandaran ini fokus terhadap promosi wisata, sehingga konten didominasi oleh video pendek. Berbeda dengan @mypangandaran yang memiliki 90,6 ribu pengikut ini, aktif dalam menyampaikan informasi seputar peristiwa yang terjadi di Kabupaten Pangandaran dan sekitarnya.



Gambar 1. Chart perbandingan jumlah *followers*
(Sumber: Data pribadi, 2023)

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Atiko et al. (2016) menemukan hasil meski ada akun instagram dengan tema yang sama, yaitu pariwisata Indonesia, mereka justru merasa terbantu karena akun tersebut meningkatkan jumlah wisatawan domestik dan mancanegara. Akun instagram resmi yang dikelola oleh media resmi bisa lebih dipercaya untuk konten foto atau video asli keindahan alam dan keragaman budayanya. Jika dilihat dari jumlah *followers* seperti yang tertera pada Gambar 1 akun @berandapangandaran memiliki *followers* lebih banyak dari @mypangandaran, tetapi konten yang dipublikasikan akun tersebut hanya fokus pada bagian promosi pariwisata saja, sedangkan akun @mypangandaran berfungsi sebagai media informasi dan promosi pariwisata, bahkan bergerak juga dalam usaha penyedia jasa layanan wisata seperti

reservasi *tour* dan *travel organize*, serta reservasi hotel, sehingga konten yang dipublikasikan lebih beragam.

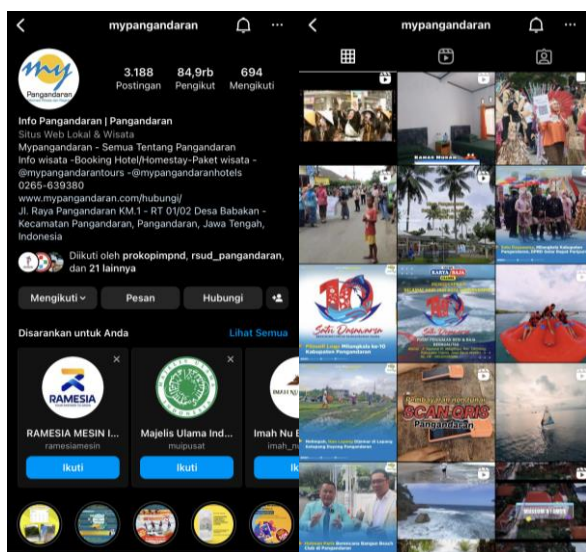
Perbedaan lainnya terdapat pada konsep konten dimana @mypangandaran memiliki konsep dengan menerapkan unsur desain grafis pada konten gambar khususnya pada konten informasi sehingga konten tersebut dibentuk menjadi infografis. Berdasarkan hasil pra penelitian yang sebelumnya sudah dilakukan untuk saat ini belum banyak ditemukan media lokal Pangandaran yang dapat memproduksi konten dalam bentuk infografis dengan konsep visual yang kreatif, sehingga menarik untuk dibaca oleh khalayak. Akun @mypangandaran mampu memproduksi konten-konten dalam bentuk infografis, foto dan video pendek seputar Pangandaran yang dikemas secara kreatif. Hal ini sesuai dengan tujuan dari akun @mypangandaran dimana tujuan utamanya yaitu untuk memfokuskan diri dalam menyampaikan informasi dan promosi Pangandaran dan sekitarnya. Pada akun instagram @mypangandaran sudah membuat konsep fitur multichannel dengan menghubungkan akun Instagram dengan websitenya.

Sehingga di dalamnya sudah terdapat informasi seputar daya tarik wisata, event, berita terbaru tentang Pangandaran, laporan cuaca Pangandaran, penawaran paket wisata, transportasi, info tiket masuk tempat wisata, serta pemesanan akomodasi seperti *homestay*, dan fitur tanya jawab untuk wisatawan. Hal tersebut juga bisa memudahkan calon wisatawan milenial yang notabene adalah pengguna Instagram. Selain itu terdapat juga keunikan lain yang dimiliki oleh akun instagram @mypangandaran yakni tidak hanya sebagai sumber informasi seputar daya tarik wisata, *event*, dan berita terkini terkait Pangandaran. Pada fitur bio Instagram yang dimiliki My Pangandaran sudah menerapkan informasi kontak untuk reservasi *tour* dan *travel organizer* pada akun instagram @mypangandarantours, reservasi hotel pada akun @mypangandaranhotels, dan reservasi catering pada akun @mypangandarcatering. Sehingga dapat memudahkan calon wisatawan dalam memperoleh informasi maupun seputar kebutuhan selama berkunjung ke Pangandaran.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rifki et al. (2020) menuliskan bahwa dengan menerapkan sistem *multichannel*, Kabupaten Pangandaran dapat memanfaatkan peluang untuk mengembangkan pariwisata pintar (*smart tourism*). Karena pada dasarnya dapat membantu pengunjung yang menggunakan teknologi. Selain itu, jurnal tersebut mencatat bahwa Pangandaran memiliki My Pangandaran sebagai bagian dari infrastruktur berbasis teknologinya. menurut jurnal tersebut, media promosi pangandaran sudah *go digital*, meskipun belum sepenuhnya optimal. Karena terdapat elemen sosial media, website, dan sistem rekomendasi (Putra et al., 2020). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Silvy et al. (2021) menemukan hasil bahwa My Pangandaran membuat konten untuk paket penawaran produk wisata, serta informasi tentang tempat wisata dan aktivitas masyarakat. Keberagaman konten yang dibagikan dibuat semenarik mungkin sehingga pengikutnya mudah memahaminya. Selain itu, jurnal tersebut mencatat bahwa MyPangandaran telah mencapai standar pasar dalam hal penggunaan media sosial dengan menjadikan instagram sebagai *platform* untuk membagikan kontennya kepada pemirsa yang berada di internet. Dengan demikian, My

Pangandaran telah memungkinkan para responden yang memiliki akun instagram mereka untuk dengan mudah menerima pembagian konten.

Selain itu, prinsip utama My Pangandaran tour adalah "perjalanan terbaik dengan harga terbaik", yang berarti bahwa My Pangandaran Tour menawarkan harga terbaik untuk melengkapi perjalanan liburan terbaik pelanggannya., di mana untuk mengkomunikasikan hal tersebut My Pangandaran membuat slogan yang mudah untuk diingat oleh konsumen (Damayanti et al., 2021). Sejak awal dibuatnya akun @mypangandaran yakni sejak bulan Januari tahun 2015-Juni 2023, akun Instagram @mypangandaran sudah memiliki 90.600 pengikut dengan 3.340 unggahan (Gambar 2). Dalam sehari, akun @mypangandaran mempublikasikan konten sebanyak satu sampai dua konten. Konten yang dipublikasikan tersebut didominasi oleh aktivitas pariwisata yang ada di kabupaten Pangandaran.



Gambar 2. Akun instagram @mypangandaran (Data pribadi, 2022)

Berdasarkan unggahan konten-konten tersebut terlihat jika @mypangandaran memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi kepada khalayak (Firman Assegaf et al., 2016). Pengemasan konten informasi yang kreatif dengan memasukan aspek desain sehingga membentuk infografis, menjadikan konten yang dipublikasikan terlihat lebih profesional sebagai sebuah media, sehingga dapat menjadi contoh bagi media-media lain khususnya bagi media lokal Pangandaran untuk melihat bagaimana @mypangandaran memanfaatkan media sosial dalam menyampaikan informasi dan mempromosikan wisata di kabupaten Pangandaran, dengan tidak hanya melihat dari satu fungsi utama saja sebagai media promosi tetapi juga dapat berfungsi sebagai media penyebaran informasi peristiwa yang terjadi di kabupaten Pangandaran.

Strategi promosi dengan memanfaatkan akun instagram @indtravel sebagai media promosi pariwisata Indonesia, yaitu: (1) Penciptaan konten, (2) Penentuan platform, (3) Membuat rencana program, (4) Implementasi program, (5) Monitoring, dan (6) Evaluasi (Atiko et al., 2016). Adapun pembaruan dalam

penelitian yang dilakukan oleh penulis ini yaitu tidak hanya meneliti pemanfaatan akun instagram sebagai media promosi pariwisata saja, tetapi berusaha meneliti keunikan lainnya yang terdapat pada isi konten-konten yang dipublikasikan melalui akun instagram, sehingga informasi yang digunakan bisa tersampaikan kepada khalayak dan bisa membuka wawasan khalayak tentang informasi wisata berdasarkan konten yang dipublikasikan. Membuat konten harus informatif dan persuasif supaya menarik minat kunjungan wisatawan mendatangi objek wisata yang dipromosikan melalui instagram (Retnasary et al., 2019). Penelitian ini memiliki fokus dalam mengkaji “bagaimana pemanfaatan akun instagram @mypangandaran sebagai media informasi dan promosi wisata kabupaten Pangandaran.” Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Mengetahui akun instagram @mypangandaran digunakan sebagai media kabupaten Pangandaran; (2) Mengetahui kendala yang dihadapi @mypangandaran ketika menyebarkan informasi dan promosi wisata Pangandaran melalui media sosial instagram.

2. Metodologi

Paradigma yang digunakan yakni paradigma konstruktivisme untuk melihat realitas yang dibentuk oleh latar belakang yang berbeda sebagai bentuk konstruksi dari realitas tersebut (Prayoga, 2021). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif supaya peneliti dapat menemukan jawaban dari informan yang lebih luas dari hasil pengumpulan data di lapangan, sehingga dapat membantu penulis untuk mencapai tujuan dari penelitian, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus untuk memahami lebih dalam secara keseluruhan dan jelas bagaimana pemanfaatan instagram yang dilakukan oleh My Pangandaran untuk menyampaikan informasi maupun meningkatkan promosi pariwisata Kabupaten Pangandaran.

Teknik pengumpulan data penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan data sekunder, data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, data sekunder diperoleh dari hasil dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan model *analysis interactive* dari Miles dan Huberman (Ilyas, 2016). Analisis data dalam penelitian ini secara umum dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut (1) Pengumpulan data, (2) Reduksi data, (3) Display data, (4) Penarikan kesimpulan/verifikasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Konten News

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya oleh TS, terdapat jenis konten yang diinformasikan oleh akun instagram @mypangandaran, konten *news* merupakan salah satu konten yang diproduksi untuk memberitakan peristiwa-peristiwa terbaru yang terjadi di kabupaten Pangandaran kepada para pengguna instagram khususnya warga kabupaten Pangandaran. AN merupakan informan asal Pangandaran yang sekarang tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta, AN mengikuti akun instagram @mypangandaran untuk memperoleh informasi terbaru seputar Pangandaran. Terdapat jenis konten informasi yang dirasa bermanfaat bagi AN, seperti informasi wisata, dan pembangunan infrastruktur di kabupaten Pangandaran.

“Sudah pasti orang-orang itu zaman sekarang enggak mau ribet lah termasuknya. Saya sendiri yang mana membutuhkan informasi kayak wisata Pangandaran, dimana nih yang menarik untuk kita kunjungi gitu, jadi kita bisa mendapatkan informasinya melalui instagram salah satunya akun @mypangandaran yang mana akun @mypangandaran tersebut mengupdate informasi tentang seputar Pangandaran baik itu wisata ataupun pembangunan infrastruktur juga itu bermanfaat untuk informasi ke masyarakat.” (Wawancara dengan AN, Juli 2023)

Informan SM juga merasakan manfaat yang sama ketika mengakses konten dari akun instagram @mypangandaran yakni kemudahan dalam mendapatkan informasi pembangunan di kabupaten Pangandaran. “Mudahnya informasi mengenai pembangunan yang ada di Kabupaten Pangandaran.” (Wawancara dengan SM, Juli 2023). Konten pembangunan infrastruktur yang dimaksud berupa kegiatan yang dilakukan pemerintah dalam membangun infrastruktur di kabupaten Pangandaran seperti yang tertera pada Gambar 3.



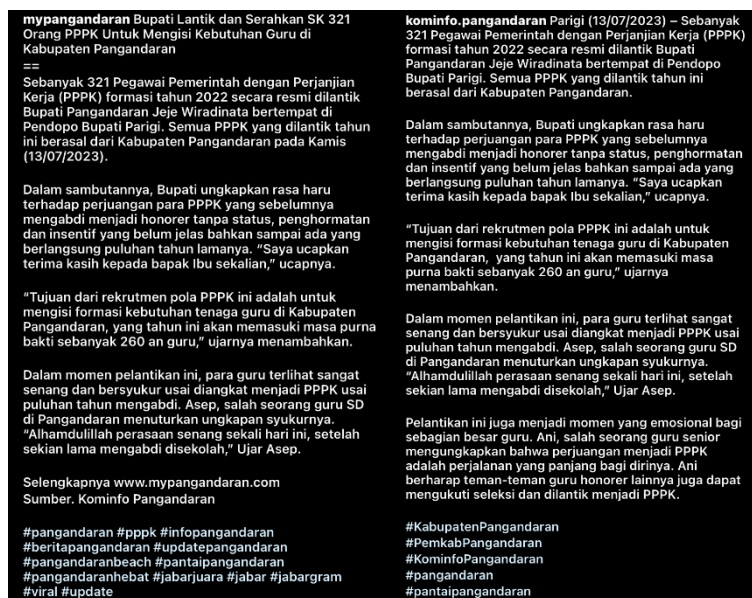
Gambar 3. Konten pembangunan jembatan Sodong Kopo (Sumber: Instagram @mypangandaran)

Peneliti melakukan pengamatan pada 14 Agustus 2023 terhadap konten informasi yang dipublikasikan oleh akun instagram @mypangandaran, menemukan hasil bahwa @mypangandaran tidak hanya fokus pada informasi jenis wisata saja tetapi konten informasi yang diposting pada akun instagram @mypangandaran menyampaikan beberapa jenis informasi, seperti informasi pembangunan infrastruktur kabupaten Pangandaran, informasi kegiatan Pemerintah dengan masyarakat kabupaten Pangandaran, informasi bencana alam, serta informasi lainnya yang sedang hangat di Pangandaran. Informan TS menyatakan jika @mypangandaran sering bekerja sama dengan pemerintah kabupaten Pangandaran dalam bertukar informasi terbaru, meskipun tidak ada dukungan secara langsung, kemudahan dalam mendapatkan akses informasi dari hasil kerjasama tersebut merupakan sebuah dukungan secara tidak langsung dari pemerintah kabupaten Pangandaran. “Selama ini kita sering berkolaborasi baik bertukar informasi dan lainnya dan tidak ada kendala berarti.” (Wawancara dengan TS, Agustus 2023). Menurut MH selaku admin instagram @mypangandaran menjelaskan jika

pertukaran informasi dengan pemerintah dilakukan dengan kolaborasi dengan akun Instagram yang dikelola oleh pemerintah kabupaten Pangandaran.

“Terkait kerjasama dengan pemerintah, kita biasanya bekerja sama dengan instagram yang dikelola oleh pemerintah kabupaten Pangandaran, jadi kita juga bisa membuat konten aktivitas Pemkab Pangandaran dari situ, termasuk pembuatan caption juga kami dapatkan dari situ.” (Wawancara dengan MH, Agustus 2023)

Konten yang bersumber dari akun yang dikelola Pemda kabupaten Pangandaran memiliki narasi yang sama dengan postingan asli dari konten tersebut. Meskipun memiliki narasi yang sama, akun @mypangandaran tetap mencantumkan sumber konten yang diambil dari akun Pemda kabupaten Pangandaran. Konten narasi hasil kolaborasi dengan akun @kominfo.pangandaran tertera pada Gambar 4.

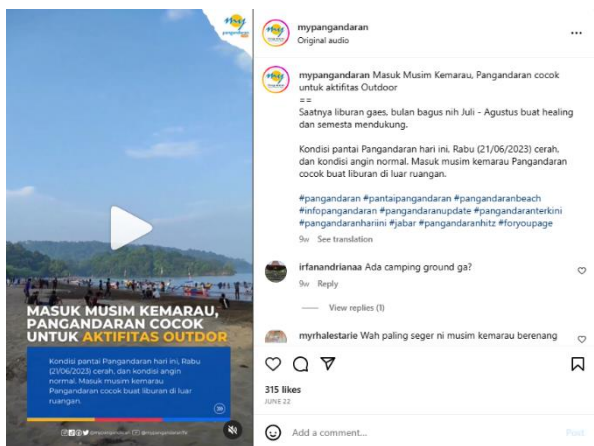


Gambar 4. Narasi konten kolaborasi dengan @kominfo.pangandaran (Sumber: Akun Instagram @mypangandaran)

Konten Wisata dan Budaya

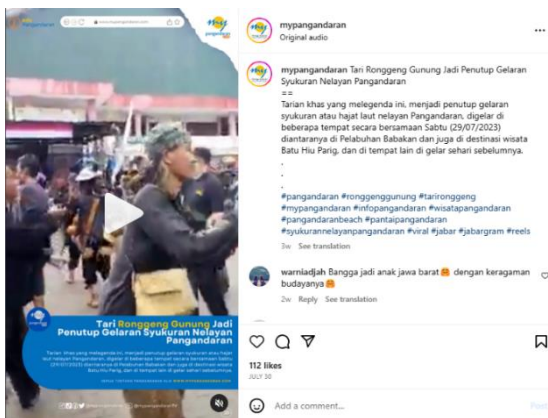
Sebagai sebuah media informasi yang berdiri di kabupaten Pangandaran, peristiwa atau kegiatan seputar wisata, dan kebudayaan di Pangandaran tentunya perlu di informasikan kepada khalayak melalui media, menurut SM informasi wisata perlu dikedepankan supaya para calon wisatawan dapat mengetahui kondisi terbaru wisata di Pangandaran. “...Lebih mengedepankan informasi wisata agar calon wisatawan bisa mengetahui keadaan yang terbaru.” (Wawancara dengan SM, Juli 2023) TS mengatakan jika sumber konten akun instagram @mypangandaran juga berasal dari pencarian informasi secara langsung di lapangan, dengan melibatkan tim dari @mypangandaran untuk meliput kegiatan-kegiatan yang sedang berlangsung di sekitar Pangandaran. “Penggalian dari informasi yang beredar, serta dari kegiatan-kegiatan yang berlangsung di sekitar Pangandaran.” (Wawancara dengan TS, Agustus 2023). Contoh konten informasi wisata yang datanya diambil dari kegiatan-kegiatan yang berlangsung di sekitar Pangandaran

yakni konten “Masuk musim kemarau, pangandaran cocok untuk aktivitas outdoor” yang dipublikasikan pada 22 Juni 2023, seperti Gambar 5.



Gambar 5. Konten wisata Pangandaran 2023 (Sumber: Instagram @mypangandaran)

Peneliti melihat jika konten informasi wisata pada akun instagram @mypangandaran tidak hanya fokus pada informasi seputar tempat wisata saja, tetapi ada juga informasi wisata budaya seperti informasi mengenai aktivitas kebudayaan yang dilakukan masyarakat Pangandaran. Contoh konten kebudayaan yang datanya diambil dari kegiatan-kegiatan yang berlangsung di sekitar Pangandaran yakni konten Syukuran Nelayan 2023 yang dipublikasikan pada 30 Juli 2023, seperti pada Gambar 6.



Gambar 4. Konten syukuran nelayan 2023 (Sumber: Instagram @mypangandaran)

Menurut MH proses pengambilan data di lapangan dilaksanakan oleh tim yang secara langsung datang ke lapangan serta melaksanakan liputan, dan hasil dari liputan tersebut dibuat dalam bentuk narasi dan dokumentasi untuk selanjutnya diproduksi menjadi sebuah konten informasi yang siap untuk dipublikasikan melalui akun instagram @mypangandaran.

“Untuk konten syukuran nelayan kita langsung datang ke lapangan untuk meliput aktivitas yang sedang dilaksanakan oleh warga Pangandaran

dalam memperingati syukuran nelayan di kabupaten Pangandaran, kemudian kita mencari bahan konten untuk selanjutnya diproduksi menjadi sebuah konten informasi.” (Wawancara dengan MH, Agustus 2023)

Konten Akomodasi

Sebagai sebuah media informasi yang berdiri di kawasan wisata, tentu akomodasi merupakan bagian terpenting sebagai fasilitas bagi para wisatawan. SM sebagai followers mengungkapkan manfaat yang diperoleh selama mengonsumsi konten dari akun instagram @mypangandaran. “Jadi lebih mengetahui aja tentang Pangandaran mulai dari Info wisatanya, penginapannya, terus ada apa aja di Pangandaran.” (Wawancara dengan SM, Juli 2023). Fasilitas yang tersedia di seputar tempat wisata merupakan bagian dari akomodasi yang dimiliki oleh Kabupaten Pangandaran, dan tidak semua orang mengetahui akomodasi wisata yang tersedia di Pangandaran, sehingga perlu adanya tindakan dari @mypangandaran untuk menginformasikan akomodasi wisata di Pangandaran kepada khalayak. Salah satu konten akomodasi yang dimiliki kabupaten Pangandaran yakni konten bus Marlin, seperti yang tertera pada Gambar 7.



Gambar 7. Konten bus Marlin Pangandaran
(Sumber: Instagram @mypangandaran)

Peneliti mengamati pada konten akomodasi yang dipublikasikan oleh akun instagram @mypangandaran seperti yang tertera pada Gambar 7 menemukan hasil bahwa konten tersebut fokus dalam menyampaikan informasi ketersediaan akomodasi pariwisata yang ada di Pangandaran kepada para pengguna instagram, untuk menambah pengetahuan para pengguna instagram seputar fasilitas-fasilitas wisata yang tersedia di Pangandaran, serta untuk memberikan daya tarik kepada para pengguna instagram supaya dapat berkunjung ke Pangandaran.

Akun Instagram @mypangandaran sebagai Media Promosi Wisata Kabupaten Pangandaran

Penelitian ini juga mencari tahu bagaimana akun instagram @mypangandaran digunakan sebagai media promosi destinasi wisata di kabupaten Pangandaran, dengan memanfaatkan media sosial instagram dalam mempublikasikan konten promosi. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan bersama informan TS selaku wakil direktur dari @mypangandaran, mengatakan bahwa tujuan akun instagram @mypangandaran digunakan sebagai media promosi wisata karena

instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki banyak keunggulan. “Instagram merupakan salah satu yang stabil perkembangannya, dan juga sesuai dengan target penyampaian informasi yang lebih luas dan juga cepat.” (Wawancara dengan TS, Agustus 2023). TS menyebutkan bahwa konten promosi wisata dibuat untuk menampilkan keindahan wisata Pangandaran yang ditujukan kepada netizen atau *followers* yang akan berlibur ke Pangandaran. “Target promosi lebih ke netizen yang akan berlibur ke Pangandaran dari daerah-daerah.” (Wawancara dengan MH, Agustus 2023).

Wisata Terbaru

Dalam wawancara yang sudah dilakukan bersama informan TS mengatakan terdapat dua jenis konten wisata yang paling banyak diunggah pada akun instagram @mypangandaran, untuk menampilkan wisata Pangandaran kepada para pengguna instagram supaya mampu memberikan daya tarik kepada para pengguna instagram yang belum mengetahui keindahan wisata Pangandaran. “Konten wisata terbaru yang ada di Pangandaran dan juga konten atraksi wisata, karena banyak orang yang masih belum tau keindahan Pangandaran.” (Wawancara dengan TS, Agustus 2023)

Informan FF merupakan *follower* dari akun instagram @mypangandaran yang menyatakan jika dirinya gemar mencari informasi wisata terbaru di Pangandaran melalui akun instagram @mypangandaran. “Paling utamanya untuk mencari informasi tentang wisata terbaru di Pangandaran, karena mereka itu udah banyak timnya jadi udah lebih banyak explore untuk wisata-wisata lain juga.” (Wawancara dengan FF, Juli 2023). Isi dari konten wisata terbaru yang diproduksi oleh @mypangandaran menampilkan kondisi tempat wisata yang jarang di *explore* oleh kebanyakan wisatawan yang berkunjung ke Pangandaran, serta wisata-wisata terbaru yang ada di Pangandaran untuk diperlihatkan kepada para pengguna instagram yang belum pernah berkunjung ke tempat wisata yang ditampilkan, seperti konten yang memperlihatkan keindahan Situ Cisamping Batu Karas yang tertera pada Gambar 8.



Gambar 8. Konten wisata Situ Cisamping
(Sumber: Akun Instagram @mypangandaran)

Peneliti mengamati terhadap konten wisata Situ Cisamping Batu Karas seperti yang tertera pada Gambar 8 Mendapatkan hasil jika konsep dari konten tersebut memperlihatkan video seorang wanita yang sedang menunjukkan lokasi dan menjelaskan seluruh keindahan dari wisata Situ Cisamping dengan berlatarkan

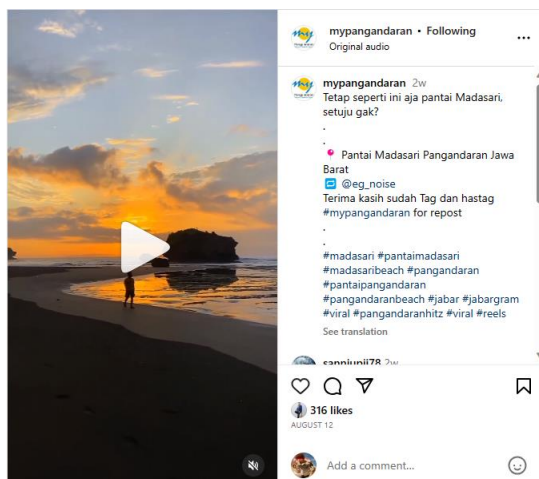
wisata tersebut, pada bagian caption dilengkapi dengan narasi yang merepresentasikan keindahan dari wisata Situ Cisamping, dan diakhiri dengan penggunaan *hashtag*, supaya konten wisata tersebut mampu memberikan daya tarik kepada para *followers* maupun pengguna instagram lainnya untuk berkunjung ke wisata Situ Cisamping. Terlihat pada kolom komentar ada salah satu pengguna Instagram yang berniat untuk datang ke lokasi yang ditampilkan di dalam konten. Seperti yang tertera pada Gambar 9. Gambar tersebut memperlihatkan aktivitas komentar pengguna instagram, pada konten wisata Situ Cisamping, adapun komentar dari para pengguna instagram tersebut seperti akun @ahmadzamborong yang menanyakan harga tiket masuk, dan akun @eka_hadi83 yang berniat untuk mengunjungi wisata Situ Cisamping.



Gambar 9. Komentar konten wisata Situ Cisamping
(Sumber: Akun instagram @mypangandaran)

Atraksi Wisata

Selain melalui wawancara peneliti juga mencari informasi tambahan dengan melakukan pengamatan pada konten promosi yang fokus pada destinasi wisata oleh akun instagram @mypangandaran, pengamatan ini dilakukan pada 16 Agustus 2023. Menemukan hasil jika konten promosi yang fokus dalam memperlihatkan keindahan wisata di Pangandaran, didominasi oleh hasil *repost* dari para *followers* yang memposting kegiatan wisata di Pangandaran, dengan men tag akun instagram @mypangandaran. Konten tersebut disebut juga sebagai konten atraksi wisata. Berdasarkan postingan pada tanggal 02 Agustus 2023 sampai 16 Agustus 2023 total ada 31 konten dan terdapat 9 konten hasil *repost* dari para *followers*. Dalam konten atraksi wisata tersebut akun @mypangandaran juga mencantumkan nama akun instagram pemilik konten asli di dalam *caption*, serta nama lokasi yang ada di dalam konten. Seperti yang tertera pada Gambar 10.



Gambar 10. Konten wisata pantai Madasari
(Sumber: Akun instagram @mypangandaran)

MS merupakan informan yang merasa terbantu dengan adanya konten yang berisikan keindahan destinasi wisata Pangandaran, menurut MS akun @mypangandaran selalu mencantumkan lokasi pada caption, sehingga dapat memudahkan bagi MS untuk mengetahui letak lokasi sekitar Pangandaran yang menarik untuk dijadikan konten foto.

“...buat spot-spot foto kalau dulumah kan di repost ya di instagram @mypangandaran, nyari-nyari itu sih informasi aja, kalau lihat foto dari @mypangandaran itu oh lokasinya itu disini-disini biasanya suka dicantumin kan.” (Wawancara dengan MS, Juli 2023)

TS juga mengatakan jika dengan adanya konten-konten wisata Pangandaran dari para *followers*, dapat membantu @mypangandaran dalam mempromosikan destinasi wisata Pangandaran.

“Sebenarnya untuk konten-konten yang kami repost itu asalkan kontennya menarik aja sih, sama dari akun creatornya memfollow @mypangandaran, terus ngetag kami di kontennya, pasti nantinya kami dan tim bakal lihat konten itu layak atau enggaknya buat kami repost. Kami juga merasa terbantu atas antusias dari para followers yang sudah buat konten seputar wisata Pangandaran, karena dari kami juga kan SDM nya terbatas jadinya gak sempat kalau harus membuat konten destinasi wisata Pangandaran dalam jumlah banyak.” (Wawancara dengan TS, Agustus 2023)

Seperti yang terlihat pada Gambar 11 terdapat akun instagram bernama @my_yasin99 yang berkomentar “Otw ahhh” pada konten atraksi wisata pantai Madasari seperti yang tertera pada Gambar 10. Hal tersebut menandakan jika dirinya tertarik untuk berkunjung ke wisata pantai Madasari.

Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Informasi dan Promosi Pariwisata Kabupaten Pangandaran (Studi Kasus pada Akun Instagram @mypangandaran)



Gambar 11. Komentar konten wisata pantai Madasari
(Sumber: Instagram @mypangandaran)

Promosi Layanan Wisata

Berdasarkan pengamatan dari peneliti yang dilakukan pada 15 Agustus 2023 terhadap akun instagram @mypangandaran, menemukan hasil jika konten promosi yang dipublikasikan pada akun tersebut tidak hanya fokus dalam menampilkan keindahan destinasi wisata di Pangandaran saja, tetapi terdapat juga konten yang mempromosikan layanan wisata. Terlihat pada bio instagram yang tercantum pada akun @mypangandaran membuka jasa layanan wisata Pangandaran, seperti booking penginapan, dan paket wisata, peneliti juga melihat jika akun @mypangandaran menggunakan profile bisnis dengan kategori *local & travel website*, serta terhubung dengan media sosial lain seperti *website* dan *thread* seperti yang tertera pada Gambar 12.



Gambar 12. Thread akun @mypangandaran

FF merupakan informan yang gemar mencari diskon seputar tempat wisata, sehingga ketika mengkonsumsi konten promosi dari @mypangandaran, FF merasa terbantu dengan adanya konten yang mempromosikan diskon paket wisata. “Kalau promosi ya lebih ke mencari diskon gitu, diskon hotel, diskon masuk ke tempat wisata, mungkin itu sih.” (Wawancara dengan FF, Juli 2023). Konten tersebut berupa promosi diskon yang menampilkan harga-harga menarik serta fasilitas yang ditawarkan, seperti yang tertera pada Gambar 13.



Gambar 13. Konten layanan wisata @mypangandaran (Sumber: Instagram @mypangandaran)

Menurut AN jika di hari libur nasional sering terjadi kasus wisatawan dari luar Pangandaran yang mengalami kendala ketika mencari penginapan, dengan adanya konten promosi penginapan, dan paket wisata yang dipublikasikan oleh akun @mypangandaran, dapat membantu calon wisatawan yang masih kebingungan dalam memperoleh informasi penginapan yang tersedia di seputar objek wisata Pangandaran.

“...My Pangandaran ini menyediakan beberapa jasa, seperti informasi penginapan ataupun jasa tour and travel, jadi teman-teman yang di luar Pangandaran bisa terbantu dengan akun tersebut, bisa booking wisata ataupun penginapan.” (wawancara dengan AN, Juli 2023)

MS merupakan informan yang terbantu dengan adanya konten promosi penginapan di sekitar Pangandaran dari akun instagram @mypangandaran, menurut MS dia sebagai orang Pangandaran yang memiliki saudara dari luar Pangandaran, sering diminta oleh saudaranya untuk mencarikan informasi penginapan di sekitar objek wisata Pangandaran.

“...kalau buat informasi kan suka ada hotel atau homestay ya itu lumayan banget sih kebantu gitu maksudnya kan suka ada saudara gitu yang mau kesini terus suka nanya cariin penginapan dong di Pangandaran atau di Batu Karas tapi harganya yang rada lumayan lah rada murah gitu ya paling nyari-nyari disitu biasanya.” (Wawancara dengan MS, Juli 2023)

AN informan yang memiliki penginapan di Pangandaran mengatakan jika dengan adanya konten tersebut AN bisa saja mengajukan ke @mypangandaran untuk mempromosikan penginapannya.

“...dari saya pribadi ataupun keluarga ya, saya juga kan ada juga penginapan dengan adanya informasi tersebut saya juga bisa mengajukan bahwa aku ada penginapan nih boleh dipromosikan dong kayak kamarku ini kosong gitu bisa disewakan ke orang lain, jadi ya manfaatnya dapat uang karena bisa disewa gitu.” (Wawancara dengan AN, Juli 2023)

Konten promosi penginapan pada akun @mypangandaran berisikan video atau foto yang menampilkan sebuah penginapan baik itu hotel maupun *home stay*, serta fasilitas yang dimiliki oleh penginapan tersebut, konten tersebut juga terhubung

dengan akun instagram @mypangandaranhotels, seperti yang tertera pada Gambar 14.



Gambar 14. Konten promosi penginapan
(Sumber: Akun instagram @mypangandaran)

Melalui wawancara bersama informan TS, peneliti sebagai salah satu warga Pangandaran yang mempunyai penginapan di sekitar pantai Barat Pangandaran, mencoba menanyakan cara untuk menjalin kerjasama dalam mempromosikan penginapan melalui akun @mypangandaranhotels. Dalam wawancara tersebut TS memberikan cara untuk menjalin kerjasama promosi penginapan dengan @mypangandaran.

“Caranya menghubungi kontak yang tertera di akun mypangandaran, setelah itu kami akan mengajukan seperti persetujuan MoU, nanti jika sudah sama-sama sepakat tim kami akan datang untuk melakukan dokumentasi penginapan yang mau dipromosikan, jadi tinggal di DM aja kang akunnya nanti kami dan tim pasti bantu.” (Wawancara dengan TS, Agustus 2023)

Kendala @mypangandaran dalam Menyebarkan Informasi dan Promosi Wisata Pangandaran Melalui Media Sosial Instagram

Melalui wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti bersama informan TS selaku wakil direktur My Pangandaran, memberi alasan jika kesulitan untuk mencari konten kreator di Pangandaran menjadi kendala, sehingga sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki oleh @mypangandaran masih sangat terbatas. “Ya kendala pasti ada terutama yang berhubungan dengan masalah SDM, seperti dalam mencari konten kreator di Pangandaran itu masih sangat terbatas, sehingga konten kreator yang dimiliki oleh kami juga masih sedikit.” (Wawancara dengan TS, Agustus 2023). Bahkan dalam wawancara TS mengatakan jika admin yang mengelola instagram berjumlah tiga orang dan memiliki tugas masing-masing.

“Untuk admin atau pengelola instagram @mypangandaran kita punya sekitar tiga orang admin. Terbagi sesuai jobdesk yaitu produksi konten, publikasi, dan interaksi.” (Wawancara dengan TS, Agustus 2023).

MH sebagai admin cukup merasa kesulitan dalam mendapatkan ide baru untuk keperluan produksi konten.

“Paling cukup kesulitan mencari ide buat konten aja sih, maksudnya ide baru gitu soalnya kan gak mungkin juga dari kita buat konten yang sudah pernah dibuat sebelumnya, jadi ya harus cari ide baru lagi, biasanya itu sih yang menjadi kesulitan paling sering kita alami, karena admin juga yang terbatas jadi ya bagi-bagi tugas gitu.” (Wawancara dengan TS, Agustus 2023)

TS mengungkapkan jika @mypangandaran masih memiliki keterbatasan dalam mendapatkan informasi, sehingga perlu memaksimalkan informasi yang ada. “Keterbatasan sumber informasi, karena SDM yang kita miliki cukup terbatas.” (Wawancara dengan TS, Agustus 2023). Menurut TS wilayah Pangandaran yang tidak terlalu luas, membuat admin @mypangandaran harus mencari informasi dengan lebih jelas. “Karena Pangandaran hanya sekelumit, jadi sebisa mungkin penggalian informasi harus lebih intens lagi, dan juga membuka kesempatan para kontributor untuk berkontribusi.” (Wawancara dengan TS, Agustus 2023). FF sebagai followers merasa jika konten dari @mypangandaran belum meliputi ke semua wilayah Kabupaten Pangandaran. “Kalau kekurangannya ya paling untuk informasi-informasinya terlalu terfokus pada kota Pangandaran belum mencapai seluruh kabupaten Pangandaran gitu.” (Wawancara dengan FF, Juli 2023). Hal tersebut didasari karena keterbatasan SDM yang dimiliki oleh @mypangandaran, TS mengungkapkan alasan jika konten informasi @mypangandaran masih belum bisa mengangkat peristiwa di seluruh kabupaten Pangandaran.

“Iya untuk informasi yang kita sampaikan memang fokus di sekitar destinasi wisata Pangandaran saja, karena SDM yang kami miliki masih terbatas jadi untuk meliput peristiwa yang jauh itu masih susah, tetapi jika ada peristiwa menarik contohnya seperti orang yang berprestasi atau apapun itu di sekitar kabupaten Pangandaran pasti kita angkat juga beritanya.” (Wawancara dengan TS, Agustus 2023)

Pengambilan informasi yang dilakukan di sekitar destinasi wisata Pangandaran menjadi dampak dari kekurangan SDM yang dimiliki @mypangandaran, tetapi hal tersebut tidak menjadi alasan bagi @mypangandaran untuk meliput aktivitas menarik yang berada jauh dari kecamatan Pangandaran dan kecamatan Parigi, seperti pada konten “Festival Durian Pangandaran” yang diposting pada 17 Juni 2023, konten tersebut menampilkan kegiatan warga desa Bangunkarya, kecamatan Langkaplancar, kabupaten Pangandaran yang sedang mengadakan dan mengikuti festival buah durian, seperti yang terlihat pada Gambar 15.



Gambar 15. Konten festival durian Pangandaran (Sumber: Akun instagram @mypangandaran)

AN sebagai *followers* merasa jika informasi yang disampaikan oleh @mypangandaran masih sering telat. "...Masih agak telat aja informasinya, akan tetapi update ya update cuman masih ada telat kayak dari akun yang lain udah update di @mypangandaran masih belum terupdate gitu masih agak telat." (Wawancara dengan AN, Juli 2023). Hal yang sama dirasakan oleh MS yang memberikan alasan masih mengikuti akun @mypangandaran dikarenakan masih membutuhkan informasi seputar Pangandaran meskipun kontennya sempat tertinggal.

"...Meskipun memang beberapa konten atau postingannya sempat ketinggalan tapi kan kalau misal mau ngecek lagi tinggal di search kan. Kemarin juga kan kayak yang jembatan di karang tirta sempat di posting jugak "ini tuh sudah bisa dilewati atau enggak sih? saya sempat ngecek juga dari situ dari Instagramnya @mypangandaran" (Wawancara dengan MS, Juli 2023)

AN sebagai seorang *followers* merasa konten terbaru dari @mypangandaran jarang terlihat di halaman beranda instagram milik AN, sehingga hal tersebut juga menjadi masalah lain yang dihadapi oleh AN sebagai *followers*, dan membuat konten terbaru yang dipublikasikan akun instagram @mypangandaran menjadi jarang terlihat di halaman beranda para followers karena terhalang oleh akun-akun instagram yang lebih banyak memproduksi konten dalam setiap harinya. "...Suka tenggelam sama akun instagram yang lain jadi postingan yang mereka terbaru itu kadang juga enggak kelihatan karena tenggelam dengan postingan-postingan lain." (Wawancara dengan AN, Juli 2023).

Untuk menguatkan data dalam penelitian ini, peneliti melakukan perbandingan dengan kompetitor dari @mypangandaran yakni pada media-media yang memiliki fungsi sama untuk mempromosikan wisata Pangandaran, perbandingan dilakukan pada konten yang dipublikasikan dari tanggal 13 Agustus sampai 19 Agustus 2023 (Tabel 1). Pada media pertama yakni akun instagram @berandapangandaran mendapatkan hasil hanya terdapat total 3 konten yang dipublikasikan dalam waktu satu minggu.

Tabel 1. Jumlah konten @berandapangandaran 13-19 Agustus 2023

Hari	Jumlah konten
Minggu, 13 Agustus 2023	1
Senin, 14 Agustus 2023	1
Selasa, 15 Agustus 2023	0
Rabu, 16 Agustus 2023	0
Kamis, 17 Agustus 2023	0
Jumat, 18 Agustus 2023	0
Sabtu, 19 Agustus 2023	1
Total	3 konten

(Sumber: Data penelitian, 2023)

Bahkan pada media kedua yaitu akun instagram @kelilingpangandaran sudah tidak mempublikasikan konten sejak 17 Juli 2023, sehingga jika dibandingkan dengan dua akun tersebut yaitu @berandapangandaran dan @kelilingpangandaran, akun

instagram @mypangandaran masih menjadi media yang paling konsisten dalam mempublikasikan konten informasi dan promosi wisata di Pangandaran. TS mengungkapkan jika proses dalam produksi konten narasi, kreator dimudahkan dengan adanya teknologi seperti AI. “Beruntung untuk pembuatan konten narasi kita dipermudah oleh teknologi seperti AI untuk saat ini.” (Wawancara dengan TS, Agustus 2023)

Konten narasi merupakan hal yang cukup penting dalam sebuah konten Instagram karena dapat menjadi penjelas isi konten melalui teks secara terpisah. Hadirnya teknologi seperti AI dapat mempermudah para kreator dalam produksi konten narasi untuk akun instagram @mypangandaran. Penjelasan tersebut mengungkapkan tentang adanya kendala yang terjadi dalam pengelolaan instagram sebagai media informasi dan promosi pariwisata kabupaten Pangandaran.

4. Kesimpulan

Proses penyebaran informasi seputar kabupaten Pangandaran yang dilakukan akun @mypangandaran menggunakan media sosial instagram sebagai media untuk mempublikasikan konten informasi. Instagram digunakan karena saat ini di Indonesia menduduki peringkat ke-2 sebagai media sosial paling populer, dan adanya ketergantungan manusia yang mulai menggunakan media sosial sebagai media untuk mencari informasi. (1) Terdapat tiga jenis konten informasi yang diproduksi oleh @mypangandaran yakni konten news, konten wisata dan budaya, serta konten akomodasi; (2) Sumber daya manusia menjadi kendala utama yang dihadapi oleh @mypangandaran dalam memproduksi konten media sosial instagram. Hal tersebut dikarenakan akun instagram @mypangandaran hanya dikelola oleh tiga admin dan masing-masing admin diberikan tugas yang berbeda, seperti produksi konten, admin fokus dalam membuat konten atau tahap produksi, tahap publikasi pada tahap ini admin fokus dalam mempublikasikan konten yang sudah melalui tahap produksi, dan interaksi dimana admin fokus dalam menanggapi interaksi dari para *followers*.

5. Referensi

- Andi Dwi Riyanto. (2023). *Hootsuite (We are social): Indonesian digital report 2023*. Andi.Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Aristyawan, D., & Mutiah. (2021). *Strategi promosi wisata heritage melalui media sosial, komunitas dan event (Studi kasus pada dinas dan kebudayaan pariwisata kota Surabaya)*. 176–184.
- Astri, Nuryah Sj, E. F., & Basith, A. A. (2017). Mengenai destinasi dan atraksi wisata. Pada dasarnya, keputusan wisatawan dalam memilih sebuah destinasi terbangun justru di luar oleh hal-hal di luar industri pariwisata itu sendiri. *Citra atau. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(12), 1–10.
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., Nasionalita, K., & Telkom, U. (2016). *Analisis strategi promosi pariwisata melalui media sosial oleh kementerian pariwisata RI (studi deskriptif pada akun Instagram @indtravel) analysis*. 3(2), 2349–2358.
- Ayutiani, D. N., & Satria Putri, B. P. (2018). Penggunaan akun instagram sebagai media informasi wisata kuliner. *Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.11683>
- Bakti, Iriana, Sumartias, S., Damayanti, T., & Nugraha, A. R. (2018). Development of a tourism communication model based on local wisdom in the pangandaran geopark area. *Journal of Communication Studies*, 6(2), 217. <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/18459>
- Bakti, Iriana, Sumatrias, S., Damayanti, T., & Ruchiat Nugraha, A. (2019). *Pelatihan komunikasi*

pariwisata berbasis media sosial (instagram) di kabupaten pangandaran.

- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. (2021). Pengaruh social media marketing terhadap brand image My Pangandaran tour and travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852–862. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p852-862>
- Firman Assegaf, A. ; Sarwoko; M. Rasyid, U., Hamid, F., Mahyuzar; & Emrus; (2016). Kom dan realitas sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12, 1–81. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Hadi, S. (2017). *Pelayanan dan pariwisata kita*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/shopian-hadi/pelayanan-dan-pariwisata-kita/1>
- Hidayah, N. (2023). *Atraksi wisata dan daya tarik wisata: Beda loh, jangan salah!* <https://pemasaranpariwisata.com/2023/01/02/atraksi-wisata-dan-daya-tarik-wisata/#:~:text=Berikut beberapa definisi atraksi wisata menurut para ahli%3A,yang melakukan perjalanan ke suatu tempat>”. More items
- Ilyas. (2016). Pendidikan karakter melalui homeschooling. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 2(1), 91–98.
- Juditha, C. (2018). Hoax communication interactivity in social media and anticipation (interaksi komunikasi hoax di media sosial serta antisipasinya). *Journal Pekommas*, 3(1), 31. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>
- Koelzer, W. (1990). *Glossary of platform* (Issue February). <http://referensi.dosen.narotama.ac.id/files/2012/01/siklus-hidrologi.pdf>
- Krisbianto, S., Taufik, R. R., & Anastasya, M. (2020). Pengaruh konten berita dan teknik pengambilan gambar terhadap akurasi berita. *Jurnal Digital Media dan Relationship*, 2(1), 46–56. <https://doi.org/10.51977/jdigital.v2i1.241>
- Marta, R., & Haviri, I. (2019). Peran media sosial dalam mempromosikan pariwisata sumatera barat pada humas pemerintah khususnya Sumatera Barat. Pemilihan humas provinsi Sumatera Barat tampuk utama dalam pemerintahan seharusnya menjadi contoh, panutan bagi humas. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3, 102–112.
- Mustofa, M., Riyanto, B., & Hindra, N. (2016). Penggunaan instagram sebagai media informasi wisata kuliner (studi kasus pada akun instagram @SoloInfo). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sja firah, N. A. (2018). Strategi komunikasi dalam membangun awareness wisata halal di kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 78. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.12985>
- Prayoga, A. N. (2021). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai media informasi bagi pecinta vespa tua pada akun @Vespasoy. *Tel-U Collection*.
- Puji, S. (2016). Konstruksi sosial media massa puji santoso dosen komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Al-Balagh*, 1(1), 34.
- Putra, R. R., Siti Khadijah, U. L., & Rakhman, C. U. (2020). Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam penerapan konsep smart tourism di kabupaten Pangandaran. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, July, 257. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2020.v07.i01.p12>
- 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://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/130/85>
- RI, K. (2021). *Strategi digital tourism dalam menggaet wisatawan*. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Strategi-Digital-Tourism-dalam-Menggaet-Wisatawan>
- Ridwan, Rohana, H., & Sri Wahyuni, N. (2022). Manajemen pariwisata. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Mi).
- Siregar, Z. (2018). Social construction of mass media. *Jurnal Wahana Inovasi*, 7(1), 93–99.
- Sitompul, P. (2014). Konstruksi realitas peran kpk dalam pemberitaan online terkait kasus korupsi (Studi framing beberapa pemberitaan online terkait peran KPK pada kasus korupsi mantan gubernur banten ratu atut chosiah). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 18(2), 169. <https://doi.org/10.31445/jskm.2014.180203>
- Trihayuningtyas, E., Wulandari, W., & Adriani, Y. (2018). Media sosial sebagai sarana informasi dan promosi social media as a mean of tourism information. *Tourism Scientifie Journal*, 4, 1–22.
- Wisatasiana. (2022). *Jenis dan pengertian akomodasi pariwisata*. <https://www.wisatasiana.com/jenis-dan-pengertian-akomodasi-pariwisata/>.