

The Impact of Social Media on Tourists' Visits at Giong Siu Tourism Destination in Mataram City

Dampak Media Sosial terhadap Kunjungan Wisatawan di Destinasi Wisata Giong Siu Kota Mataram

Arsila khairunnisa¹, Tati Atmayanti^{2*}

¹Program Studi Pariwisata Syariah, Universitas Islam Negeri Mataram.

²Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Mataram.

*Correspondence: tatiatmayanti@uinmataram.ac.id

Abstract

Purpose: The rapid development of technology has had a significant impact on the economic cycle of society. This research aims to determine the impact of the use of social media on increasing the number of tourist visits to the Giong Siu tourist attraction.

Method: This research uses descriptive qualitative methods with data collection techniques through observation and interviews. The technique for determining informants uses purposive sampling technique. Meanwhile, in analyzing the data, researchers used the Miles and Huberman analysis model. Then test the validity of the data in terms of credibility in the form of source triangulation.

Results: The results of this research show that social media (Instagram and Facebook) have a positive impact on increasing the number of tourist visits to the Giong Siu tourist attraction. Promotion via social media is an alternative marketing strategy for introducing tourist attractions.

Contribution: This research can be used as a reference in increasing efforts to develop tourist attractions in the region.

Keywords: Social Media, Facebook, Instagram, Tourist Visit, Tourism

Abstrak

Tujuan: Pesatnya perkembangan teknologi memberikan dampak yang signifikan terhadap perputaran ekonomi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak penggunaan media sosial terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Giong Siu.

Metode: Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Teknik penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling. Sementara dalam menganalisis data, peneliti menggunakan Model analisis Miles dan Huberman. Kemudian uji keabsahan data secara kredibilitas berupa triangulasi sumber.

Hasil: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial (Instagram dan Facebook) berdampak positif pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Giong Siu. Promosi melalui media sosial menjadi salah satu alternatif strategi marketing untuk memperkenalkan objek wisata.

Kontribusi: Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam meningkatkan upaya pengembangan objek wisata di daerah.



Kata Kunci: Media Sosial, Facebook, Instagram, pengunjung, wisata

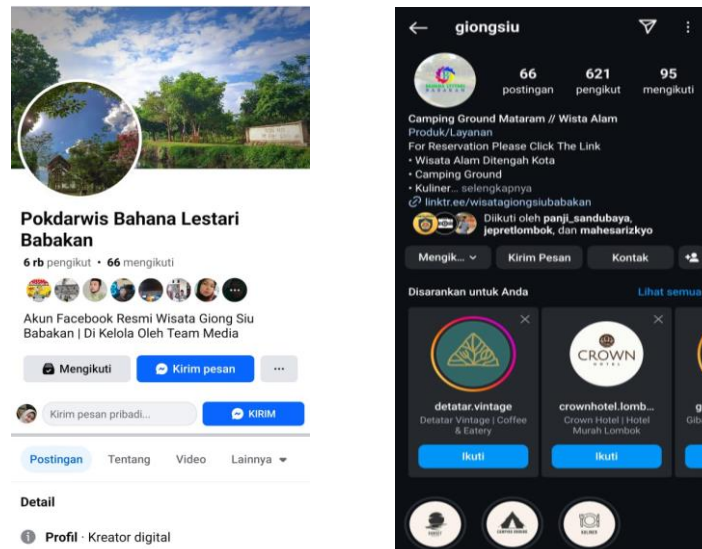
Introduction

Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber daya alam (SDA) yang melimpah dan beragam. Potensi alam ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di dunia, terutama untuk pariwisata berbasis alam. Selain itu, kekayaan SDA memiliki ketertarikan sendiri bagi wisatawan khususnya wisatawan mancanegara, di tahun 2017 sebanyak dua juta (kemenparekraf, 2017). Meningkatnya jumlah kunjungan wisata menandakan bahwa perkembangan pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Berkembangkan wisata di Indonesia didukung dengan kekayaan SDA membuat beberapa pihak termasuk pemerintah untuk mengembangkan pariwisata alternatif yaitu *village tourism or rural tourism* atau yang disebut dengan desa wisata. Sektor pariwisata di Indonesia saat ini telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan.

Salah satu daerah yang tengah menunjukkan perkembangan signifikan dalam sektor pariwisata adalah Nusa Tenggara barat (NTB), khususnya Kota Mataram, yang menawarkan keindahan alam dan keunikan budaya lokal. Diakhir tahun 2002 pemerintah mengeluarkan peraturan pemerintah republik Indonesia tentang hutan kota, dijelaskan bahwasannya hutan kota merupakan hamparan lahan yang bertumbuh pohon-pohon yang kompak dan rapat di dalam wilayah perkotaan baik terletak di tanah negara maupun tanah hak yang di tetapkan sebagai hutan kota pemerintah setempat. Wisata Hutan Kota Giong Siu, yang terletak di Kelurahan Babakan, Kecamatan Sandubaya, Kota Mataram, merupakan salah satu destinasi wisata alam yang mengandalkan media sosial sebagai alat promosi utamanya. Meskipun awalnya merupakan kawasan hutan belantara dan milik Pemkot Mataram yang rencana awalnya akan dibangun waduk tendensi, destinasi ini berhasil dikembangkan menjadi tempat wisata yang menarik berkat inisiatif dari kelompok masyarakat setempat melalui Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS).

Beberapa strategi yang digunakan oleh pokdarwis wisata Giong Siu adalah dengan mempromosikannya melalui media social berupa Facebook dan Instagram. Media sosial merupakan media digital yang memiliki potensi sebagai media pemberdayaan masyarakat melalui promosi produk atau jasa yang akan dipasarkan, salah satunya produk pariwisata. Sedikit banyak, media telah menggeserkan kecenderungan konsumsi pariwisata. Selain berfungsi sebagai sarana promosi, media sosial juga memberikan dampak positif lainnya, seperti meningkatkan keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata dan membuka peluang usaha bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di sekitar destinasi wisata. Pengembangan UMKM di Giong Siu seperti: pedagang jajanan tradisional, produksi roti dan lainnya dapat memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi masyarakat, seperti terciptanya lapangan pekerjaan baru dan peningkatan pendapatan. Pesatnya ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang sehingga menghasilkan inovasi-inovasi baru yang senantiasa terus berubah kearah yang lebih baik. Salah satu yang berkembang cukup pesat adalah bidang teknologi informasi khususnya teknologi berbasis multimedia yang mempunyai peranan penting dalam proses penyaluran informasi.

Berikut disajikan gambar dari media promosi digital yang digunakan oleh pengelola Wisata Gio Siu:



Sumber: media sosial objek wisata Giong Siu, 2023

Gambar 1. Media Sosial

Pada sektor pariwisata setiap daerah berusaha untuk mempromosikan daerahnya sebagai tujuan wisata, karena sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang pendapatan daerah terbesar, karena itu perlunya dibutuhkan suatu teknologi informasi menyampaikan informasi ke Masyarakat, khususnya disini teknologi berbasis multimedia. Berdasarkan hasil riset Napolion Cat yang dirilis pada bulan oktober 2023, pengguna facebook di Indonesia mencapai 198,3 juta sedangkan pengguna instagram 89,67 juta jiwa. Dari data diatas menunjukkan bahwa masyarakat berinteraksi lewat media sosial dapat menjadi salah satu faktor pendorong bagi seseorang untuk mencapai informasi melalui media sosial. Selain itu kekuatan teknologi yang dapat memberikan stimulus bagi para konsumen dengan menjadi faktor pendorong bagi mereka untuk pembelian atau penggunaan jasa yang telah ditawarkan oleh produsen melalui media sosial.

Menurut Leila Aryani Sofi, dkk, penyuluhan telah memberikan perubahan sikap dan pengetahuan khalayak sasaran (kelompok mitra) terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi wisata Pantai Asmara dari kurang cukup menjadi cukup banyak mengetahui. Kekurangan dari jurnal ini adalah anggota Pokdarwis telah mengetahui jenis-jenis media sosial tetapi belum memanfaatkannya sebagai sarana promosi wisata yang mereka kelola. Serta faktor penghambat dalam mencapai tujuan penyuluhan adalah sebagian anggota kelompok masih berpendidikan dasar dan menengah. Hasil dari penelitian ini adalah Pokdarwis Pantai Asmara telah mampu mempersiapkan dan menyusun konten akun promosi produk jasa dalam format sederhana sesuai pengetahuan dan kemampuan kelompok. Sedangkan Leila Aryani Sofia mengungkapkan media sosial Instagram cukup efektif sebagai mediaa promosi dalam meningkatkan minat pengunjung. Dibuktikan dengan pernyataan beberapa pengunjung yang mengetahuinya melalui gambar atau postingan di akun media sosial instagram. Kekurangan dari penelitian ini adalah hasil yang kurang maksimal untuk penggunaan metode tiga Diamond Rule yang memperlihatkan konten, konsistensi dan komunitas. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan atau rujukan bagi pengelola Taman Wisata Geni Langit untuk memaksimalkan proses kegiatan promosi menggunakan media sosial Instagram.

Dari obsevasi awal yang peneliti lakukan data pengunjung Hutan Kota Giong Siu dari mulai awal dibuka sejak 2020-2024 jumlah pengunjungnya mencapai 1000 hingga 8000 lebih per tahun. Dari beberapa pengunjung yang datang rata-rata 80% mengetahui wisata Hutan Kota Giong Siu ini melalui media sosial Facebook dan Instagram yang di miliki oleh wisata Giong Siu itu sendiri, namun tidak sedikit juga yang mengetahui melalui teman atau kerabat⁸. Potensi ini menunjukkan bahwa media sosial dapat secara signifikat meningkatkan minat pengunjung, terutama generasi milenial yang aktif di platform tersebut. Dengan demikian pesatnya pertumbuhan pengguna media sosial, penting untuk mengeksplorasi lebih jauh dampaknya terhadap pariwisata lokal.

Research Method

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian untuk memperoleh data secara mendalam dengan mengumpulkan informasi secara numerik seperti teks, audio dan dan video. Jenis Penelitian Deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan objek penelitian secara mendetail. Adapun metode Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis data pada penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari pengunjung baik wisatawan lokal ataupun luar yang mengetahui Wisata Giong Siu melalui media sosial, dan pihak POKDARWIS yang terdiri dari ketua, sekretaris dan pengelola Wisata Giong Siu. Analisis data dengan menggunakan model Miles dan Huberman, uji keabsahan data secara kredibel dengan pengecekan triangulasi sumber. Model Analisis Miles dan Huberman dengan model analisis interaktif melalui tahapan Reduksi data, Penyajian data dan penarikan Kesimpulan. Tahapan tersebut digunakan untuk memperoleh data secara akurat dengan pengecekan secara triangulasi sumber.

Result and Discussion

Dampak Media Sosial Pada Kunjungan Wisatawan Di Wisata Giong Siu

Dampak media sosial sebagai media promosi merupakan alternatif di era zaman milenial ini, dengan menggunakan media sosial masyarakat bisa dengan mudah mengetahui berbagai informasi-informasi terkini meskipun tidak melihatnya secara langsung. Promosi tempat wisata juga memerlukan media sosial sebagai penunjang peningkatan jumlah pengunjung. Pengelola tempat wisata ini memilih beberapa sosial media untuk mempromosikan contoh Instagram dan Facebook. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jawaban dari informan dengan melakukan wawancara kepada ketua, pengelola, dan pengunjung objek wisata Hutan Kota Giong Siu. Hal ini sudah terlihat dengan pengembangan dilakukan dengan cara pembaruan pada fasilitas-fasilitas yang ada. Awalnya fasilitas hanya Camping Ground, memancing dan Giong. Yang kemudian menambah fasilitas dengan ada nya spot foto, penambahan jumlah Giong dan spot UMKM. Bahkan sekarang wisatawan yang berkunjung sudah tidak perlu bingung karena di objek wisata ini juga sudah menyediakan Musolla dan yang pasti sudah disediakan Toilet. Adapun daftar fasilitas yang tersedia sebagai berikut:

Tabel 1.
Fasilitas Objek Wisata Giong Siu

NO	Fasilitas	Jumlah
1	Giong	4
2	Tenda	10
3	Alat Grill	10

4	Spot foto	1
5	Spot UMKM	8
6	Musolla	1
7	Toilet	2
8	Tempat parkir	1

Sumber: Kelompok Sadar Wisata Giong Siu 2024

Adapun keterlibatan pemerintah dalam pengembangan destinasi wisata merupakan salah satu elemen penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan dan keberlanjutan suatu kawasan wisata. Dalam konteks wisata Giong Siu, peran pemerintah dapat dibagi dalam beberapa bentuk utama yang mencakup penyediaan infrastruktur dan pengembangan kapasitas dan pelatihan. Bentuk keterlibatan ini saling terkait dan berkontribusi pada upaya untuk memajukan wisata Giong Siu secara efektif.

1. Penyediaan Infrastruktur

Penyediaan infrastruktur yang memadai merupakan salah satu bentuk keterlibatan pemerintah yang sangat penting dalam pengembangan destinasi wisata Giong Siu. Hal ini meliputi pembangunan dan perbaikan fasilitas pendukung seperti Batu sikat untuk jogging dan jalan, giong, alat-alat kebersihan, angkringan 8 lokal dan fasilitas umum lainnya. Infrastruktur yang baik akan mempermudah aksesibilitas ke Giong Siu dan meningkatkan kenyamanan bagi wisatawan.

2. Pengembangan Kapasitas dan Pelatihan

Keterlibatan pemerintah dalam pengembangan kapasitas dan pelatihan bagi pengelola Giong Siu dan masyarakat lokal sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan. Program pelatihan ini dapat mencakup aspek-aspek seperti pelatihan pemandu wisata dan pengelola sampah. Dukungan pemerintah dalam hal ini dapat mencakup fasilitas pelatihan, serta kerjasama dengan lembaga pendidikan dan pelatihan.

Dalam pengembangan Giong Siu tidak hanya memerlukan strategi dan intervensi dari pihak pengelola atau pemerintah, tetapi juga memerlukan keterlibatan aktif dari masyarakat lokal. Keterlibatan masyarakat memiliki peran krusial dalam meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan destinasi wisata. Dalam konteks wisata Giong Siu, keterlibatan masyarakat dapat dibagi menjadi beberapa bentuk yang saling terkait, yaitu: partisipasi dalam pengelolaan, kontribusi dalam kegiatan gotong royong, dan ikut andil dalam peraya ten-ten kuliner sasak yang diadakan setiap sabtu dan minggu. Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa banyaknya fasilitas yang dapat dikunjungi akan membuat orang berkunjung disini, selain itu karena adanya pengembangan beberapa fasilitas hal ini membuat tingkat pengunjung bertambah. Dan kebanyakan orang mengetahui objek wisata giong siu dari aplikasi Facebook dan Instagram. Jumlah kunjungan Wisatawan ke Wisata Giong Siu:

Tabel 2.

Data Pengunjung (orang) ke Wisata Giong Siu Tahun 2020- 2024

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung (orang)
1.	2020	982
2.	2021	1.020

3.	2022	1.140
4.	2023	1.200
5.	Januari-juni 2024	756

Sumber: Pokdarwis Giong Siu, 2024

Berdasarkan tabel diatas, terlihat peningkatan jumlah pengunjung wisata Giong Siu secara keseluruhan baik dari tahun 2020 sampai dengan bulan juni 2024. Pertambahan jumlah pengunjung ini tidak lepas dari promosi melalui digital yaitu dengan menggunakan media social baik faceebook dan Instagram. Dalam potensi media sosial yang dipakai pengunjung mengetahui objek wisata giong siu mayoritas dari media sosial terutama Facebook. Namun para pengunjung banyak yang tidak mengetahui akun media sosial yang dimiliki oleh Giong Siu, dan mengetahui dari akun-akun media sosial pengunjung yang memposting foto atau vidio ketika berkunjung ke Giong Siu. Dalam konteks budaya Sasak di Lombok, istilah "Giong" merujuk pada objek yang memiliki signifikansi budaya dan sosial, yaitu ayunan tradisional. Giong, yang secara harfiah berarti "ayunan," merupakan elemen penting dalam tradisi dan ritual masyarakat Sasak. Ayunan ini tidak hanya berfungsi sebagai alat bermain, tetapi juga sebagai simbol dari nilai-nilai budaya yang mendalam. Giong ini sendiri adalah fasilitas yang disediakan oleh pengelola Giong Siu yang di suport oleh pemerintah kelurahan babakan dan pemerintah kota Mataram sebagai bentuk guna mendukung destinasi kota. Giong ini berjumlah 4 buah yang langsung dipasang disetiap pepohonan. Giong Siu berfungsi tidak hanya sebagai tempat perlindungan dari cuaca, tetapi juga sebagai pusat kegiatan sosial bagi para wisatawan. Tenda-tenda ini sering kali menjadi tempat berkumpul, berbagi cerita, dan menikmati kebersamaan.

Selain itu, penggunaan tenda yang tepat juga berkontribusi pada kenyamanan wisatawan, yang pada gilirannya meningkatkan durasi kunjungan dan kepuasan mereka. Seiring dengan perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial, spot foto telah menjadi salah satu komponen penting dalam industri pariwisata spot foto di Giong Siu digunakan dalam menarik kunjungan wisatawan. Spot-spot ini dirancang dengan memperhatikan estetika alam dan kenyamanan pengunjung, sehingga menghasilkan foto-foto yang menarik dan Instagramable. disetiap spot bersantai di Giong Siu bisa untuk dijadikan sebagai spot berfoto sesuka hati. Wisatawan menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap spot foto yang tersedia, dengan sebagian besar mereka mengungkapkan bahwa spot foto adalah salah satu alasan utama mereka mengunjungi Giong Siu. Berikut disajikan gambar spot wisata di Going Siu.



Sumber: media sosial objek wisata Giong Siu, 2023

Gambar 2. Spot Wisata Giong Siu

Keberadaan spot UMKM di kawasan wisata Giong Siu, Desa Babakan, Kecamatan Sandubaya, Kota Mataram, memainkan peran strategis dalam pengembangan ekonomi lokal dan mendukung keberlanjutan pariwisata. Spot UMKM di Giong Siu memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi lokal. UMKM yang beroperasi di kawasan ini, seperti warung makanan, Hal ini membantu menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat tetapi juga meningkatkan pendapatan mereka. Selain itu, keberadaan spot UMKM membantu menciptakan pengalaman wisata yang lebih autentik bagi pengunjung. Selain itu pengelola membuat acara Ten-ten kuliner sasak yang di adakan setiap sabtu minggu dengan melibatkan masyarakat dalam memriahkan dengan meminta masyarakat menjual hasil buataannya seperti kuliner khas sasak seperti jajanan tradisional hingga makanan utama seperti peleceng kangkung sate dan lain-lain.



Sumber: dokumentasi objek wisata Giong Siu, 2023

Gambar 3. Spot UMKM Gio Siu

Berbagai komponen penting dalam industri pariwisata spot foto yang di sediakan oleh pihak pengelola di Giong Siu digunakan untuk terus menarik kunjungan wisatawan. Spot-spot ini dirancang dengan memperhatikan estetika alam dan kenyamanan pengunjung, sehingga menghasilkan foto-foto yang menarik dan Instagramable. Setiap spot itu memberikan sebuah kenamana untuk bersantai di Giong Siu bisa untuk dijadikan sebagai spot berfoto sesuka hati dan bisa gunakan untuk istirahat. Wisatawan selalu menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap spot yang tersedia, dengan sebagian besar mereka mengungkapkan bahwa spot yang di kembangkan oleh pengelola itu selalu menajdi salah satu daya tarik sendiri untuk merarik wisatawan yang ingin selalu berkunjung ke Gio Siu sehingga menjadi alasan utama mereka mengunjungi Giong Siu.



Sumber: dokumentasi objek wisata Giong Siu, 2023

Gambar 4. Spot foto

fasilitas penunjang di destinasi wisata Giong Siu, Desa Babakan, Kecamatan Sandubaya, Kota Mataram, memegang peran penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang nyaman dan mendukung kebersihan lingkungan. wisatawan sangat memperhatikan kebersihan saat berkunjung ke Giong Siu. Sebagian besar wisatawan yang datang menyatakan bahwa kondisi di Gio Siu yang sangat bersih dan terawat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan mereka selama berwisata. Sebaliknya, mereka yang datang untuk menikmati suasana wisata Gio Siu yang nyaman dan adem dalam kondisi yang bersih sejauh pengunjung merasa Bahagia Ketika berada di lokasi wisata Gio Siu, pengunjung merasa puas dan Kembali akan berkunjung. pengelola destinasi memastikan bahwa fasilitas yang tersedia itu semua sudah memenuhi standar kebersihan dan kesehatan yang ketat. Hal ini termasuk menjaga kebersihan secara rutin, menyediakan air bersih yang memadai, serta memastikan bahwa sistem yang di berikan terhadap pengunjung semua selalu berfungsi dengan nyaman.



Sumber: media sosial objek wisata Giong Siu, 2023

Gambar. 5 pengunjung wisata gio siu

Ketersedian yang selalu di berikan oleh pengelola untuk memberikan kenyamanan kepada pengunjung itu yang di jadikan prioritas utama dan menjadi faktor kunci untuk menciptakan pengalaman wisata Gio Siu yang positif buat wisatawan yang datang. Destinasi Wisata alam Gio Siu. berkontribusi signifikan terhadap kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Wisatawan mengapresiasi di berikan ke pengelola yang terus memberikan kenyamanan dan memberikan fasilitas yang baik buat wisatawan, dengan memiliki akses yang mudah, dan cukup luas untuk menampung wisatawan yang hadir untuk berkunjung, terutama pada hari libur atau saat ada acara khusus.

Adapun pelayanan yang pengelola lakukan di objek wisata ini seperti prihal memberikan pelayanan dengan sopan santun, senyum ramah tamah, menghargai pengunjung yang ingin mendapatkan pelayanan. Dalam pengembangan objek wisata alam Giong Siu tidak terlepas dari faktor pendukung dan penghambat yang akan dihadapi oleh pihak pengelola. Faktor pendukung yang dimiliki adalah potensi alam yang indah sangat mendukung keberadaan objek wisata giong siu sebagai salah satu daya tarik tempat wisata di kelurahan Babakan ini. Keindahan alam tercermin dari pepohonan yang rindang disekitar objek wisata merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan, alam yang masih asri dan indah menjadi sensasi berbeda untuk menarik minat pengunjung. Karena merupakan salah satu objek wisata yang terletak ditengah pusat kota.

Analisis Dampak Media Sosial Terhadap Kunjungan Wisatawan Di Wisata Giong Siu

Objek wisata Giong Siu merupakan objek wisata yang masih dalam proses pengembangan dimana menjadikan media sosial sebagai sarana promosi guna meningkatkan pengunjung. Objek wisata Giong Siu menyadari semakin banyak promosi melalui media sosial maka akan berdampak pada peningkatan pengunjung karena memanfaatkan media sosial sebagai media promosi maka akan mempermudah pengunjung untuk mengetahui objek wisata tersebut sebelum mengunjunginya sehingga menarik minat pengunjung untuk mendatangi objek wisata Giong Siu tersebut. Adapun indikator-indikator dalam mengukur dampak media sosial (facebook dan Instagram) sebagai berikut:

1. Keberagaman media yang digunakan

Keberagaman media promosi yang digunakan merupakan jenis-jenis media sosial dalam melakukan promosi suatu produk dan tempat wisata. Berdasarkan wawancara peneliti dengan ketua POKDARWIS Wisata Giong Siu di peroleh hasil bahwasanya objek wisata ini memiliki beberapa jenis media sosial yang digunakan untuk melakukan promosi.



Sumber: media sosial objek wisata Giong Siu, 2023

Gambar 6. Media Sosial

Salah satu media promosi Wisata Giong Siu adalah melalui media faceebook. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung yang datang melalui facebook ini, Sebagian besar mengatakan, informasi tentang Wisata Giong Siu di peroleh dari media social, di media social tersebut tercantum spot-spot menarik sehingga menggugah diri untuk berkunjung. Lebih dari 50% pengunjung mengetahui Wisata Giong Siu melalui media social. Baik melalui Facebook dan Instagram.

2. Daya Tarik Promosi

Daya tarik promosi merupakan suatu promosi yang memiliki keunikan, keindahan, dan keanekaragaman alam yang menjadi sasaran. Yang didapatkan dari hasil wawancara dengan pengelola objek wisata Giong Siu, objek wisata tersebut memiliki daya tarik yang diperlihatkan di media sosial seperti: Keunikan, keunikan objek wisata ini yaitu hutan Kota yang berada di bantaran sungai bukan sekedar hutan Kota biasa disana juga menyediakan fasilitas camping ground, spot foto, kuliner, spot memancing dan Giong. Objek wisata ini salah satu objek wisata yang masih memperlihatkan keindahan alam yang masih asri, ketika berkunjung disini wisatawan akan mendapatkan udara yang segar karena jauh dari polusi dan debu. Serta keanekaragaman alam yang masih alami yang didukung dengan penggunaan bahan alami untuk membangun tempat ini seperti menggunakan batang pohong dan bambu sebagai jembatan dan tempat duduk. Pengelola maupun wisatawan yang berkunjung mengupload foto dan vidio dengan background yang memperlihatkan keunikan, keindahan dan keanekaragaman alam yang ada di objek wisata Giong Siu.



Sumber: media sosial objek wisata Giong Siu, 2023

Gambar 7. Camping ground wisata gio siu

3. Kelengkapan Informasi dalam promosi

Kelengkapan informasi dalam promosi yang menandakan lengkap atau tidaknya informasi karena informasi yang disajikan sebagian akan mempengaruhi pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan yang dimaksud disini adalah pengambilan keputusan untuk datang berkunjung ke objek wisata Giong Siu. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, peneliti melihat kelengkapan yang dilakukan pengelola sudah cukup bagus karena disetiap unggahan foto maupun vidio yang ada di media sosial, pengelola selalu mecantumkan caption untuk memperjelas informasi difoto maupun vidio tersebut.



Sumber: media sosial objek wisata Giong Siu, 2023
Gambar 8. Informasi dan kegiatan di wisata Giong Siu

4. Pemasaran dan promosi

Wisata Giong Siu dapat memanfaatkan media sosial untuk promosi yang lebih efektif. Kampanye iklan berbayar dan konten yang dipromosikan dapat menjangkau audiens yang luas dan spesifik, meningkatkan jumlah kunjungan.



Sumber: media sosial objek wisata Giong Siu, 2023

Gambar 9. Pemasaran wisata Giong Siu

5. Tren dan preferensi

Media sosial sering mencerminkan tren terkini dan preferensi wisatawan. Data dari media sosial dapat membantu pengelola destinasi memahami apa yang dicari oleh pengunjung dan menyesuaikan penawaran mereka sesuai dengan tren tersebut.

6. Pengaruh terhadap infrastruktur dan layanan

Peningkatan jumlah wisatawan yang datang akibat promosi media sosial dapat mempengaruhi infrastruktur dan layanan dilokasi wisata Giong Siu. Hal ini bisa mendorong perbaikan fasilitas dan layanan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung yang lebih besar.

7. Risiko dan tantangan

Media sosial juga membawa risiko, seperti penyebaran informasi yang salah atau eksposur negatif yang cepat jika terjadi insiden atau masalah di lokasi. Pengelola harus siap untuk menangani krisis dan menjaga reputasi secara proaktif. Analisis ini dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana media sosial mempengaruhi kunjungan wisatawan ke wisata Giong Siu dan membantu dalam merencanakan strategi pemasaran serta pengelolaan yang lebih baik.

Conclusion

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berdampak positif terhadap peningkatan kunjungan wisatawan ke objek Wisata Giong Siu Kelurahan Babakan Kecamatan Sandubaya Kota Mataram. Melalui platform seperti Instagram dan Facebook menjadi salah satu alternatif dalam menyebarkan informasi berbagai produk wisata yang ditawarkan di objek wisata Giong Siu, sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, ulasan dan rekomendasi dari pengguna media sosial juga berperan penting dalam membentuk persepsi positif tentang objek wisata tersebut. Selain, media sosial berdampak positif pada peningkatan jumlah kunjungan, secara tidak langsung juga berkontribusi pada perekonomian lokal. Dampak penggunaan media sosial sebagai strategi meningkatkan kunjungan wisatawan seperti Facebook dan Instagram menjadi salah satu strategi untuk mencapai tingkat pengunjung dengan memanfaatkan konten yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Destinasi Wisata Giong Siu. Selain itu hasil konten yang memiliki kreativitas dengan mengikuti tren masa kini menjadi daya tarik minat wisatawan. Namun, perlu dicatat bahwa dampak negatif juga muncul, seperti potensi kerusakan lingkungan akibat meningkatnya jumlah pengunjung.

References

- Aliansyah, M. R., Salmiyah, D., & Ali, F. 2017 "Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Forever Young Crew) Marketing Communication Strategy Through Instagram Media (Case Study Forever Young Crew)", *e-Proceeding of Management*.
- Anggraeni A & Purba M. A, "Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI. Jakarta dalam Pusat Hubungan Masyarakat Kementerian Perdagangan RI" dalam Kementerian Perdagangan RI Diakses 6 maret 2024.
- Ariyani Sofia, Leila. 2020. "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Wisata Pantai Asmara", *jurnal pengabdian Al-ikhlas*, vol 5, Nomor 2, April 2020.
- E. Trihayuningtyas. 2018. Media Sosial Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pariwisata Bagi Generasi Z Di Kabupaten Garut", *Tourism Scientifie Jurnal*, Vol. 4, No 1. Hal 24-35.
- Fitriani, 2017. Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat "paradigma "*Jurnal Komputer Dan Informatika*, Vol. 19, Nomor 2, September 2017.
- Gunawan, Imam. 2015. Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Helaluddin dan Wijaya, Hengki, 2019. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Sekolah Tinggi Theologia Jafray.
- Handika, M. R, 2018. "Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram", *journal digital marketing*, Vol. 15, Nomor2, 2018.

- J. Moleong, Lexy, 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya,
- Juwita, Diana. 2018 "Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam Meningkatkan kunjungan wisatawan Lombok Sumbawa", *JcommSci*, Vol. 1, Nomor 2, hal 203-211.
- Nugrahani, Farida, 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan Bahasa*, Surakarta: Pustaka Cakra.
- Mafiroh, Fauzia. 2019 "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Taman Wisata Geni Langit", *Skripsi*, FUAD IAIN Ponorogo, hlm. 6970.
- Rahmawati, Emma. 2020. Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Prilaku Sosial Ekonomi Petani Di Desa Srigading Kabupaten Bantul, *jurnal ilmiah membangun desa dan pertanian*, Vol 3. No1. Hal 47-60.
- Veirman MD. 2017 "Marketing Through Instagram Influencers: Impact Of Number Of Followers And Product Divergence On Brand Attitude" , *social media journal*, Ghent University.
- Wardhana, Aditya. 2018. Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan, *journal digital marketing*.