

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI EKOWISATA SUNGAI MUDAL

Tegar Julianto, Rezi Edi Muin, S.Par., M.Sc., CHE

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti mengenai pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai media promosi dan peningkatan kunjungan pada Ekowisata Sungai Mudal. Fokus utama penelitian adalah akun @ekowisatasungaimudal_official yang dikelola oleh tim pengelola destinasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada informan kunci, yaitu Ketua Pengurus Bapak Rudi Hastaryo dan Bapak Dian Supriyanto selaku Pokja IT dan Pemasaran, serta informan pendukung yaitu 2 wisatawan pengunjung Ekowisata Sungai Mudal. Hasil penelitian menunjukkan kondisi eksisting Ekowisata Sungai Mudal yang menawarkan infrastruktur yang baik dan beragam aktivitas menarik, serta komitmen yang kuat terhadap pemeliharaan lingkungan. Strategi pemasaran destinasi ini menggabungkan promosi media sosial, kolaborasi dengan influencer, promosi dari mulut ke mulut, dan penawaran aktivitas khusus untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Pemanfaatan Media Sosial Instagram @ekowisatasungaimudal_official telah terbukti efektif dalam membangun kesadaran publik, meningkatkan keterlibatan pengikut, dan mempertahankan citra positif destinasi. Pengelola Ekowisata Sungai Mudal disarankan untuk meningkatkan penggunaan alat analisis otomatis guna mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis data yang lebih mendalam, memungkinkan adaptasi cepat terhadap tren dan preferensi pengikut untuk memaksimalkan daya tarik destinasi di pasar pariwisata yang kompetitif.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Promosi, Media Sosial, Instagram

*UTILIZATION OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AS A PROMOTIONAL MEDIA
IN MUDAL RIVER ECOTOURISM*

Tegar Julianto, Rezi Edi Muin, S.Par., M.Sc., CHE

Abstract

This study aims to examine the use of Instagram Social Media as a promotional medium and to increase visits to the Mudal River Ecotourism. The main focus of this study is the @ekowisatasungaimudal_official account managed by the destination management team. The research method used is a qualitative method with data collection through in-depth interviews with key informants, namely the Chairperson of the Management, Mr. Rudi Hastaryo and Mr. Dian Supriyanto as the IT and Marketing Working Group, and supporting informants, namely 2 tourists visiting the Mudal River Ecotourism. The results of the study show the existing condition of the Mudal River Ecotourism which offers good infrastructure and various interesting activities, as well as a strong commitment to environmental preservation. This destination marketing strategy combines social media promotion, collaboration with influencers, word of mouth promotion, and special activity offers to increase tourist visits. The use of Instagram Social Media @ekowisatasungaimudal_official has proven effective in building public awareness, increasing follower engagement, and maintaining a positive destination image. Mudal River Ecotourism Managers are advised to increase the use of automated analytics tools to optimize deeper data-driven marketing strategies, allowing for rapid adaptation to trends and follower preferences to maximize destination appeal in a competitive tourism market.

Keywords: Marketing Strategy, Promotion, Social Media, Instagram