

STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK PARIWISATA PANTAI PULAU MERAH BANYUWANGI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

@PULAUMERAH_OFFICIAL

Wahyu Ajeng Retnosari, Suyono, S.Kom, M.Kom.

Prodi Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik,

Universitas Muhammadiyah Jember

Ajeng4142@gmail.com

ABTRAKSI

Banyuwangi adalah Kabupaten yang kaya dengan pariwisatanya. Dan salah satu pengembangan pada sektor pariwisata di Banyuwangi ini berimplikasi pada kenaikan jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke pantai pulau merah. Maka dengan adanya media sosial yang mengandalkan foto-foto yang menarik. Tujuan dari penelitian ini untuk mengembangkan pariwisata pantai pulau merah melalui media sosial Instagram. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan observasi. Tahapan dalam analisis data meliputi reduksi data (reduksi data), penyajian data (penyajian data) dan penarikan kesimpulan dan verifikasi (penarikan kesimpulan / verifikasi). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap akun instagram @Pulaumerah_official yang menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi yang memiliki pengikut lebih dari 2801, kesimpulannya Strategi pengembangan ekonomi kreatif juga meningkat dengan adanya promosi melalui media sosial Instagram yang dimana akun @pulaumerah_official.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Media Sosial, Instagram

ABSTRACT

Banyuwangi is a regency that is rich in tourism. And one of the developments in the tourism sector in Banyuwangi has implications for an increase in the number of tourists who come to visit the red island beach. So with the existence of social media that relies on interesting photos. The purpose of this research is to develop red island beach tourism through Instagram social media. Data collection techniques using interview and observation methods. The stages in data analysis include data reduction (data reduction), data presentation (data presentation) and drawing conclusions and verification (drawing conclusions / verification). Based on the results of research conducted on the Instagram account @Pulaumerah_official which uses Instagram social media as a promotional media that has more than 2801 followers, the conclusion is that the creative economy development strategy has also increased with promotion through Instagram social media where the @islandmerah_official account.

Keywords: Marketing Strategy, Social Media, Instagram

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Negara Republik Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi sumber daya alam yang berlimpah, keanekaragaman hayati dan peninggalan sejarah/budaya. Berlimpahnya sumber daya alam yang ada dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi ketika sumber daya tersebut dapat di kelola dengan baik dan sesuai dengan apa yang paling diminati oleh masyarakat sehingga pemanfaatan sumber daya alam tersebut tidak akan menghabiskan waktu ataupun materi akibat ketidak berhasilan dalam mengelola

suatu sumber daya.

Indonesia juga mempunyai berbagai macam suku bangsa dan budaya yang berbeda di setiap pulaunya, bahkan dalam satu pulau pun banyak budaya-budaya yang beraneka ragam dan itu menjadi keunikan tersendiri bagi Indonesia, dan selain itu Indonesia juga memiliki warisan sejarah yang menajubkan serta kekayaan alam yang melimpah dari Sabang sampai Merauke.

Bagi Indonesia wilayah pesisir memiliki arti strategis karena merupakan wilayah peralihan antara ekosistem darat dan laut, serta memiliki potensi sumber daya alam dan jasa-jasa lingkungan yang sangat kaya. Kekayaan sumber daya tersebut menimbulkan daya tarik

bagi berbagai pihak untuk memanfaatkan sumberdayanya dan berbagai instansi untuk meregulasi pemanfaatannya. Potensi objek dan daya tarik di Provinsi Jawa Timur sangat beragam dan tersebar di kabupaten/kota di Jawa Timur. Objek dan daya tarik wisata tersebut telah menarik kunjungan tidak hanya wisnus tetapi juga wisman. Wisata rekreasi berbasis alam menjadi daya tarik utama, berdasarkan data jumlah kunjungan wisatawan

BAB II TINJAU PUSTAKA

2.1 Pengembangan Pariwisata

Sebagaimana telah diketahui, pariwisata sudah ada sejak dimulai peradaban. Manusia berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain dengan motif tertentu. Kemudian seiring dengan perkembangan zaman, dan pariwisata pun ikut berkembang. Sampai hari ini pariwisata juga sudah menjadi bagian dari industri besar yang mampu menghasilkan devisa bagi negara. Menurut Pitana pengembangan pariwisata adalah kegiatan untuk memajukan suatu tempat atau daerah yang dianggap perlu ditata dengan sedemikian rupa agar lebih baik dengan cara memelihara yang sudah berkembang atau menciptakan yang baru. Sehingga pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata ke objek dan daya tarik wisata yang terdapat di Jawa Timur, salah satunya wisata pantai Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi.

Pariwisata adalah kegiatan dinamis yang melibatkan masyarakat luas serta menghidupkan berbagai bidang usaha. Dan pada era globalisasi saat ini, sektor pariwisata akan menjadi pendorong utama perekonomian dunia dan menjadi industri yang universal. Pariwisata juga akan memberikan banyak pemasukan bagi daerah yang sadar akan potensinya terhadap sektor pariwisata.

2.2 Konsep Pariwisata

Menurut Yoeti (1982:103) kata "pariwisata" yang berasal dari Sansekerta, sesungguhnya bukanlah berarti "*tourisme*" (bahasa belanda) atau "*tourism*" (bahasa inggris). Kata pariwisata menurut sinonim pengertian "*tour*" berdasarkan pemikiran sebagai berikut :

- a. Kata Pari, berarti banyak, berkali-kali atau berputar-putar, lengkap (ingat kata paripurna)

- b. Wisata, berarti perjalanan, bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata "*travel*" dalam bahasa inggris.

Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain. Menurut Spillane (1987:21), istilah pariwisata yaitu kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah, dan lain-lain. Sedangkan dalam arti luas, pariwisata adalah kegiatan rekreasi di luar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. Sebagai suatu aktifitas pariwisata sudah menjadi bagian penting dari kebutuhan dasar masyarakat maju dan sebagian kecil masyarakat negara berkembang.

2.3 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten yang memfokuskan diri terhadap pembangunan pariwisata, menggunakan strategi pengembangan wilayahnya dengan tiga fungsi dan tata kerja. Berdasarkan Peraturan Bupati Banyuwangi Nomor 52 Tahun 2011. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai fungsi antara lain sebagai berikut:

- a. Perumusan kebijakan teknis di bidang kebudayaan dan pariwisata.
Kebijakan teknis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah suatu hal mutlak yang harus dilakukan, karena itu semua menyangkut segala urusan yang berkenaan dengan maju dan tidaknya pariwisata di setiap daerah yang tentunya berada di Kabupaten Banyuwangi dan setiap kebijakan yang diputuskan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata harus sesuai dengan keadaan di lapangan dan harus berkelanjutan.
- b. Penyelenggaraan urusan pemerintah dan pelayanan umum di bidang kebudayaan dan pariwisata.
Penyelenggaraan urusan pemerintah daerah kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata selaku pelaksana harus sepatutnya dilakukan, karena Dinas Kebudayaan dan Pariwisata disini mengetahui berbagai potensi-potensi atau keunikan budaya yang

dimiliki di setiap daerah dan semuanya harus bisa dikembangkan dan dilestarikan.

- c. Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang kebudayaan dan pariwisata
Segala pembinaan dan pelaksanaan tugas pada bidang Kebudayaan dan Pariwisata untuk kemajuan sudah maksimal dilakukan, dengan adanya program dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata seperti diperuntukkan untuk pemandu wisata dan pelatihan bahasa asing misalnya Bahasa Inggris.

2.4 Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos* yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting, dan setiap organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting, jadi setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit.

2.5 Media Sosial Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk dalam aplikasi Instagram sendiri. Salah satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat

seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 atau 16:9 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.

Instagram juga dapat digunakan di Iphone, Ipad, atau Ipod touch versi apapun dengan sistem operasi IOS 7.0 atau yang terbaru, telepon genggam Android apapun dengan apapun dengan system operasi versi 2.2 (Froyo) ke atas dan berbagai Windows Phone 8. Aplikasi ini dapat di unduh melalui Apple App Store dan Google Play.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Denzin dan Lincoln (dalam Moleong 2012:5), menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan menguraikan dan mendeskripsikan yang didasarkan data dari lapangan. Penulis mengumpulkan data dari lapangan melalui akun instagram.

Dalam hal ini, jenis penelitian yang di ambil penulis ialah Field Research (Penelitian lapangan) dimana dalam penelitian ini menitikberatkan pada hasil-hasil pengumpulan data yang didapatkan dari narasumber yang telah ditentukan sebelumnya. Dan dengan cara mendatangi beberapa informan agar untuk mendapatkan hasil penelitian yang optimal dan kemudian diteliti serta dianalisa dengan menyesuaikan teori-teori yang diperoleh dari data sekunder, seperti referensi beberapa buku, laporan penelitian, dan berbagai karya ilmiah lainnya. Sehingga dalam penelitian ini peneliti mengamati bagaimana pendapat wisatawan terkait dengan pengembangan wisata Pulau Merah.

3.2 Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi fokus lokasi penelitian ini terfokus di laman instagram yang terkait dan terjun langsung ke lapangan yaitu Pantai Pulau Merah Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi,

3.3 Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini adalah pemilik instagram dan orang yang benar-benar tahu atau pelaku yang terlibat langsung dengan permasalahan penelitian. Informan ini harus banyak pengalaman tentang penelitian, serta dapat memberikan pandangannya tentang nilai-nilai, sikap, proses dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian setempat. Dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik

Purposive Sampling yaitu peneliti menetapkan lebih awal siapa saja yang menjadi sampelnya dan menyebutkan statusnya masing-masing sesuai dengan keinginan dan tujuan penelitian. Prinsip dalam teknik Purposive Sampling ini harus mewakili unsur subjek yang diterapkan dalam sebuah situasi sosial, agar data yang didapat terwakili dari seluruh karakter yang ada dalam situasi sosial penelitian yang dilakukan.

3.4 Instrumen Penelitian

Pengumpulan data pada prinsip yang merupakan suatu aktivitas yang bersifat operasional agar tindakannya sesuai dengan pengertian penelitian yang sebenarnya. Data yaitu merupakan wujudan dari beberapa informasi yang sengaja dikaji dan dikumpulkan untuk mendeskripsikan suatu peristiwa atau kegiatan lain. Oleh karena itu, dalam pengumpulan data dibutuhkan beberapa instrument sebagai alat untuk mendapatkan data yang cukup valid dan akurat dalam suatu penelitian.

Dan dalam rencana penelitian ini, yang akan menjadi instrument penelitian adalah peneliti sendiri karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Setelah masalah lapangan terlihat sudah jelas, maka instrument didukung dengan pedoman wawancara untuk memudahkan penulis dalam berdialog dengan informan, dan alat-alat dokumentasi lain seperti *handphone*, kamera, dan alat tulis.

3.5 Teknik Penentuan Sumber Data

Teknik penentuan sumber data dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang merupakan pengambilan sampel berdasarkan tujuan penelitian. Ciri khusus metode *purposive sampling* ialah jumlah subjek yang akan diteliti ditetapkan terlebih dahulu, barulah peneliti melaksanakannya. Informan yang tidak sesuai dengan kriteria populasi tidak dapat dijadikan sampel. Maka dalam teknik ini, siapa yang akan diambil sebagai informan diserahkan pada pertimbangan penelitian sesuai dengan maksud dan tujuan peneliti. Dengan kata lain, peneliti dapat menggunakan data berdasarkan sifat-sifat yang dianggap mewakili terhadap penelitian ini.

Pemilihan informan didasarkan pada kriteria dengan urutan sebagai berikut :

- a. Pengamatan penelitian di akun Instagram
- b. Wawancara peneliti dengan pemilik akun Instagram @pulaumerah_official

- c. Wawancara peneliti dengan salah satu pedagang yang bernama Ibu Lastri
- d. Wawancara peneliti dengan salah satu pengunjung yang bernama Bapak Muklis

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Peran Media Sosial

Selain kemudahan dalam penggunaannya, media sosial juga memiliki peranan utama untuk industry bisnis. Peran itu antara lain :

- a. Media riset : ide, bisnis, demografis, wawasan dan perilaku konsumen.

Media sosial merupakan media secara online yang bisa digunakan siapapun, kapanpun, dan dimanapun. Selama fasilitasnya mendukung maka media sosial bisa dijalankan. Faktanya pada zaman sekarang, hampir semua orang tidak lepas dari yang namanya media sosial. Maka dengan demikian media sosial menjadi peluang besar untuk melakukan promosi wisata. Dengan makin berkembangnya penggunaan internet yang demikian pesat, maka arus pertukaran informasi dapat terjadi dalam hitungan detik. Sumber informasi juga tidak harus dari sumber resmi, bahkan banyak akun pribadi yang dapat memberikan informasi yang kemudian dibaca dan dilihat oleh banyak pengguna. Dalam pertukaran informasi tersebut, salah satu informasi yang sering tersebar adalah informasi mengenai perjalanan wisata. Banyak akun resmi ataupun pribadi yang memberikan informasi ringan lewat akun mereka. Dan informasi yang diberikan juga merupakan pengalaman pribadi dari pengguna akun tersebut. Yang kemudian banyak juga akun resmi yang memberikan informasi mengenai suatu tempat wisata yang di kelolanya.

Penyebaran informasi yang dilakukan oleh akun resmi ataupun pribadi memberikan banyak dampak terhadap pengguna media sosial, baik untuk individu ataupun pengelola wisata lainnya. Dampak positif yang di dapatkan oleh pengguna akun pribadi lainnya yaitu mendapatkan informasi dari tempat wisata yang dibagikan, entah itu dari akun pribadi ataupun akun resminya. Sehingga dengan begitu dapat dijadikan pertimbangan dalam menilai suatu tempat wisata tersebut.

Kemudian penyebaran informasi oleh akun pribadi ataupun akun resmi memberikan dampak terhadap Pengelola pantai dan Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. Dan tidak hanya itu, setiap tempat wisata selalu mempunyai keindahan tersendiri untuk menarik perhatian dari pengunjung. Maka oleh itu pengelola mengembangkan wisata Pantai Pulau Merah dimulai dari media sosial, karena media sosial adalah sumber utama untuk mempromosikan tempat wisata tersebut.

Pengelola dan masyarakat sekitar sedang melakukan pembangunan infrastruktur berupa perbaikan fasilitas yang sudah tidak layak lagi dan memberikan pelayanan secara maksimal kepada pengunjung. dan terutama fasilitas yang diperbaiki yaitu mushola. Selain melakukan perbaikan pihak pengelola juga mengutamakan keselamatan pengunjung maka dari itu di dirikannya pos pemantau. Maka dengan pembaharuan yang dilakukan oleh pihak pengelola dan masyarakat wisata Pantai Pulau Merah di harapkan yang datang lebih meningkat. Banyaknya pengunjung menjadikan sebuah peluang usaha yang cukup menjanjikan bagi masyarakat sekitar.

b. Menjangkau *market* baru

Media sosial merupakan sarana yang sangat mudah untuk memperkenalkan produk kepada semua orang. Karena dengan media sosial kita dapat terhubung dengan pengguna lainnya di seluruh dunia. Kemudahan ini sering dimanfaatkan untuk mencari pasar baru dalam dunia bisnis, termasuk pengelola wisata Pantai Pulau Merah.

Karena sekarang banyaknya perkembangan di Pantai Pulau Merah ini, diantaranya yaitu pembangunan tulisan PULAU MERAH yang dulunya hanya menggunakan papan nama yang hanya di bedirikan di pasir agar bisa di buat spot foto wisatawan, tetapi sekarang pihak pengelola sudah merenovasi tulisan tersebut dengan bagus agar dapat bisa membuat wisatawan foto-foto dengan bagus dan disaat malam hari juga agar dapat bisa digunakan.

c. Mengembangkan *WOM* (*word of mouth*) yang positif

Dalam mempromosikan wisata Pantai Pulau Merah, ada beberapa *event* untuk

memperkenalkan Pantai Pulau Merah tersebut. Pada awalnya informasi yang menyebar dari mulut-kemulut kemudian dengan media sosial. Karena untuk saat ini, media sosial merupakan sesuatu hal yang sedang di gandrungi oleh semua lapisan masyarakat. Dengan kemudahannya dan banyaknya fitur yang tersedia, media sosial menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian masyarakat. Media sosial juga sudah menjadi hal yang sangat penting karena berbagai informasi terbaru dengan cepat akan menyebar luas di jejaring media sosial terutama instagram. Karena zaman sekarang semua orang sudah menggunakan instagram untuk mencari kebenaran-kebenaran informasi yang mereka dengar. Maka peluang ini lah yang di manfaatkan oleh pengelola ataupun pemerintah untuk mempromosikan wisata Pantai Pulau Merah.

Pada awalnya, wisata Pantai Pulau Merah di sebarakan di suatu event “tour the ijen” oleh Bapak Abdullah Azwar Anas selaku Bupati Banyuwangi. Dan disebarluaskan juga di media sosial instagram. Setelah mendapatkan informasi dari media sosial juga, pengguna bisa memberitahu kepada keluarga ataupun teman.

d. Memperoleh reputasi yang baik

Media sosial instagram salah satu media sosial yang sangat tepat untuk menyebarkan suatu informasi. Media sosial yang membawa perspektif dan pola baru di era informasi dalam bentuk jaringan teknologi yang memungkinkan setiap orang dapat mengakses kemana saja untuk memenuhi kebutuhannya.

Instagram adalah media sosial yang telah mampu mencapai pasar sasaran secara langsung tanpa harus melewati perantara ataupun intervensi dari pihak-pihak lain. Selain lebih mudah dan praktis, instagram juga lebih menekan biaya promosi dan tidak membuang banyak waktu. Maka dari itu pada tanggal 12 april 2020 pengelola kembali membuat akun resmi Pantai Pulau Merah dengan nama akun *pulaumerah_official*. Pengunjung yang berfoto” di sekitaran Pantai Pulau Merah dapat menggunggahnya di instagram individu-individu dengan diberi *hashtag* Pantai Pulau Merah maka dari pihak pengelola akan mempostingnya pada akun beranda @pulaumerah_official. Dengan begitu

foto dan video dai pengunjung akan tersebar kepada pengguna Instagram lainnya.

4.2 Pandangan Masyarakat Terkait Pengembangan Wisata Pulau Merah

Pandangan dari masyarakat umum merupakan sebuah prestasi bagi pengembangan wisata Pulau Merah sekarang maupun dulu, apabila masyarakat dapat menikmati dan merasakan hal positif dari pengembangan wisata tersebut maka pembangunan pengembangan wisata tersebut dinilai telah berhasil. Pengembangan tersebut merupakan suatu proses atau cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik sempurna dan berguna. Pengembangan secara pesat merupakan harapan dari setiap orang khususnya Pemerintah Kabupaten Banyuwangi ini yang ingin merubah suatu wisata yang berbagai rupa dengan memiliki tujuan dan manfaat yang baik dan berguna dari pembangunan pengembangan tersebut.

Dalam proses pengembangan ini banyak fasilitas yang baru yang dapat dimanfaatkan. Berikut penjelasan dari Bapak Muklis sebagai pengunjung wisata Pulau Merah.

“Wisata Pulau Merah sekarang lebih berkembang, utamanya yang lebih menonjol dari segi fasilitas. Bisa saya bandingkan keadaan dulu dengan sekarang, dulu dari segi tempat ibadah belum ada tempat ibadah seperti musholla tetapi sekarang ini sudah ada musholla disudut depan. Dan yang dulunya juga belum ada homestay sekarang sudah ada homestay di kawasan Pulau Merah ini.”

Pengembangan wisata Pulau Merah ini berfungsi sebagai peningkatan infrastruktur yang menjadi bagian penting dalam fungsi dan manfaat yang ada sehingga masyarakat dapat menikmati dan dapat merasakan kenyamanan di tempat wisata yang telah disediakan, dan juga sebagai tempat favorit untuk berlibur di hari weekend ataupun libur panjang anak sekolah. Dari penglihatan Bapak Muklis tersebut, sangat jelas bahwa terdapat banyak perubahan dalam pengembangan wisata Pulau Merah. Seperti yang sudah dipaparkan oleh beliau bahwa sudah adanya musholla, beberapa homestay dan lain sebagainya. Pengembangan wisata Pulau Merah ini sangat-sangat meningkat drastis sejak diperkenalkan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi melalui berbagai *event tourism* seperti *Banyuwangi Tour de Ijen* dan *International Surfing Competition*, kawasan pantai yang ada di Banyuwangi ini merasakan peningkatan ekonomi yang sangat pesat. Dalam hal

tersebut dibenarkan oleh Ibu Lastri, salah satu pemilik warung di kawasan wisata Pulau Merah. “Setelah adanya kompetisi itu, banyak pengunjung lokal maupun internasional. Dan bahkan banyak juga tursi asing berdatangan. Wisata Pulau Merah ini menjadi ramai dan para pedagang disinipun juga merasakan dampak dari meningkatnya pengunjung yang dulunya hanya sedikit pengunjung, bahkan hanya pengunjung lokal saja tapi sekarang banyak pengunjung dan Alhamdulillah penjualan juga meningkat drastis.”

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi saat ini memang tengah memperkenalkan wisatanya di kancah Internasional. Berbagai sector ekonomi mulai bergeliat sejak dikenalkannya wisata Pulau Merah melalui *International Surfing Competition*. Bahkan mulai dari penginapan, rumah makan, jasa pelatihan *surfing* atau *surf school* hingga pedanagn kecilpun juga ikut menikmati pertumbuhan ekonomi seperti yang dipaparkan oleh Ibu Lastri tersebut di atas.

Perkembangan perekonomian di Pulau Merah ini memang seiring dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke pantai yang terletak di Desa Sumberagung, Pesanggaran ini. Data menunjukkan pada tahun 2014, kunjungan ke Pulau Merah ini sekitar 341 ribu pengunjung. Pada 2015 kunjungan ke Pulau Merah sangat meningkat hingga 384 ribu orang.

Selain penginapan dan sektor-sektor kuliner, perkembangan beberapa sektor lain di Pulau Merah juga mengikuti. Mulai dari persewaan perahu nelayan untuk wisata keliling pantai, persewaan payung pantai, persewaan papan surfing, dan sampai berkembangnya sekolah surfing. Persewaan payung pantai yang berjajar di pinggir pantai juga menikmati hasil dari pertumbuhan perekonomian di kawasan wisata Pulau Merah. Dan hal ini di benarkan oleh Mas Dhika selaku pengelola akun Instagram @pulaumerah_official berikut penjelasannya.

“Mempromosikan pantai Pulau Merah melalui Media Sosial Instagram bisa saja jadi solusi sementara untuk membuat viral Pantai Pulau Merah di kalangan masyarakat luas, tetapi tanpa dukungan Bupati dan Dinas yang terkait mungkin kurang bisa terealisasi karena faktor akses jalan dan tanda petunjuk menuju Pantai Pulau Merah. Mengenai faktor pendukung atau faktor penghalang dari kemajuan pantai pulau merah, bisa jadi kemajuan Pantai Pulau Merah, bisa jadi dari akses jalan yang kurang memadai, tanda

petunjuk menuju pantai, dan pemerintah yang kurang memperhatikan potensi Pantai Pulau Merah yang dapat di kembangkan. Jadi dukungan dari semua elemen masyarakat dapat juga meningkatkan kemajuan bagi Pantai Pulau Merah. Maka bagi kami adanya penelitian mahasiswi ini dapat juga dengan mudah mempromosikan Pantai Pulau Merah di Kabupaten Banyuwangi ini dapat menambah sedikit kemajuan ekonomi bagi pedagang sekitaran Pantai tersebut. Dan dengan adanya penelitian ini saya selaku pemegang akun Instagram Pulau Merah ingin meminta tolong untuk membantu dengan memfollow akun Instagram kami, dan kami bisa juga bisa memposting setiap kegiatan kami selama berada di Pantai Pulau Merah dengan menandai akun Instagram kami @pulaumerah_official.

BAB VKESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap Strategi Pengembangan Objek Pariwisata Pantai Pulau Merah Banyuwangi Melalui Media Sosial Instagram dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Menggunakan social media instagram yang digunakan untuk mempromosikan pantai pulau merah dengan menggunakan instagram melalui akun official @pulaumerah_official. Dinilai lebih efektif dan baik karena dinilai lebih cepat sampai ketangan masyarakat melauai jaringan internet dan aplikasi instagram yang saat ini kerap kali digunakan semua kalangan untuk sekedar update story atau status di intagram.
2. Strategi pengembangan ekonomi kreatif juga meningkat dengan adanya promosi melalui media social instagram @pulaumerah_official dapat mempromosikan pulau merah sekaligus menawarkan jasa perjalanan serata fotografi dan videografi yang ia tekuni dalam menawarkan jasa hasil potretnya.
3. Adapun hambatan yang sering kali di alami oleh admin @pulaumerah_official adalah terbatasnya jumlah follower dan masyarakat kurang aktif dalam mengetag akun tersebut sebagai promosi marketing pantai pulau merah yang berada diujung barat kabupaten Banyuwangi.

5.2 SARAN

Saran bagi penulis selanjutnya yaitu, diharapkan dapat menggandeng selegram Banyuwangi untuk datang sekaligus

mempromosikan akun official @pulaumerah_official agar dapat menambah jumlah followes dari hasil kerjasama antara official dan selegram tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlina. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2007

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.

Kasiram, Moh. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN Malang Press. 2008.

Mc Quail, Denis. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Ed. 2. Penerjemah Dharma dan Ram. Jakarta: Erlangga, 1987.

Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya Offset. 2015

Rahayu, Iin Tri & Ardani Tristiadi Ardi. *Observasi dan Wawancara*. Malang: Bayumedia. 2004.

Rhenald Kasali *Manajemen Public Relation dan Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Grafiti, 2006), h. 21.

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2009.

Putra, I., & Syam, H. M. (2017). Efektivitas Penggunaan Website Dan Mempromosikan Hasil Karya Fotografer. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*.

Swastha, Basu dan Irawan. 2003. *Asas – asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.

Rahmawati D. 2016. *Pemilihan dan pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi online (studi seskriptif kualitatif pada akun instagram @freezebrown)*. [Skripsi]. Bandung (ID).Universitas Negri Sunan Kalijaga.

Rizki MA, Pangestuti E. 2017. *Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung*. *J Adm Bisnis*. 49(2):157–164.

Septiani NLP, Sudiarta IN, Wikanatha Sagita PA. 2019. *Efektivitas Bali Go Live Sebagai Media Promosi Digital Pariwisata Bali*. *J IPTA*. 7(1):16-21

