**STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF *STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING* DINAS PARIWISATA KABUPATEN KEBUMEN DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA MELALUI AKUN INSTAGRAM @PLESIRBUMEN**

Rama Fauzan Hamzah ( 190710237)

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia

Universitas Mercu Buana Yogayakarta

Email: ramavauzan@gmail.com

**ABSTRAK**

Kebumen merupakan sebuah daerah yang terletak di Jawa Tengah yang terkenal dengan potensi wisatanya. Letak Kabupaten Kebumen yang strategis menjadikannya sebagai destinasi wisata yang menarik dan memiliki banyak potensi. Semakin berekmbanganya sosial media membuat Dinas Pariwisata Kebumen berusaha mengoptimalkan potensi pemasaran online salah satunya adalah melalui instagaram @plesirbumen.Akun @plesirbumen merupakan akun instagaram yang dikelola oleh dinas pariwisata kabupten kebumen sebagai media untuk mempromosikan pariwisata dan industri kreatif yang ada di kebumen, Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan prosedur observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam terhadap sumber data yang ada di lapangan, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi social media marketing yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten kebumen melalui media sosial Instagram @plesirbumen dan juga untuk mengetahui bagaimana manfaat akun instagram @plesirbumen. Penulisan skripsi ini mengacu pada dimensi *social media marketing* menurut As’ad dan Alhadid yang terdiri dari lima dimensi yaitu *online communities, interaction, sharing of content, accessibility dan credibility.* Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kebumen berhasil mengoptimalkan Instagram sebagai alat pemasaran pariwisata, adanya komunitas online sangat membantu dinas pariwisata dalam mempromosikan pariwisata yang ada di kebumen dan dengan adanya interaction Mereka berhasil membangun komunikasi yang baik dengan pengikut instagram @plesirbumen, adanya *sharing of content* membuat akun instagram @plesirbumen dapat membagikan postingan yang menarik, menciptakan konten visual menarik, dan meningkatkan daya tarik destinasi pariwisata .dan juga membangun *acesibility* dengan kemudahan dalam mengakses dan mencari infromasi di akun instagaram @plesirbumen dan juga adanaya *kredibility* membuat infromasi yang dibagikan di instagram @plesirbumen dapat membangun kepercayaan pengikut mereka, dan juga menciptakan platform yang dapat diandalkan bagi wisatawan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya

**Kata kunci: Instagram, *social media marketing*, pariwisata, Dinas Pariwisata Kebumen, @plesirbumen**

***STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY OF THE KEBUMEN DISTRICT TOURISM OFFICE IN PROMOTING TOURISM THROUGH THE INSTAGRAM ACCOUNT @PLESIRBUMEN***

Rama Fauzan Hamzah ( 190710237)

*Communication Science Study Program, Faculty of Communication and Multimedia Sciences*

*Mercu Buana University, Yogayakarta*

Email: ramavauzan@gmail.com

***ABSTRACT***

*Kebumen is an area located in Central Java which is famous for its tourism potential. The strategic location of Kebumen Regency makes it an attractive tourist destination and has a lot of potential. The increasing development of social media has made the Kebumen Tourism Office try to optimize the potential of online marketing via Instagram @plesirbumen. The method used in this research is descriptive qualitative. By using observation procedures, documentation and in-depth interviews with data sources in the field, this research aims to find out the social media marketing strategy carried out by the Kebumen district tourism office through the social media Instagram @plesirbumen and also to find out how the Instagram account @plesirbumen is useful. The writing of this thesis refers to the dimensions of social media marketing according to As'ad and Alhadid which consist of five dimensions, namely online communities, interaction, sharing of content, accessibility and credibility. The results of the research show that the Kebumen Tourism Department has succeeded in optimizing Instagram as a tourism marketing tool, the existence of an online community really helps the tourism department in promoting tourism in Kebumen and with interaction they have succeeded in building good communication with Instagram followers @plesirbumen, the sharing of content makes The @plesirbumen Instagram account can share interesting posts, create interesting visual content, and increase the attractiveness of tourism destinations. And also build accessibility with ease in accessing and searching for information on the @plesirbumen Instagram account and also the credibility of creating information shared on the @plesirbumen Instagram account. can build the trust of their followers, and also create a reliable platform for travelers to get accurate and useful information*

***Keywords: Instagram, social media marketing, tourism, Kebumen Tourism Office, @plesirbumen.***

**PENDAHULUAN**

Kebumen merupakan sebuah daerah yang terletak di Jawa Tengah yang terkenal dengan potensi wisatanya. Letak Kabupaten Kebumen yang strategis dan berada di selatan Pulau Jawa menjadikannya sebagai daerah tujuan wisata yang dapat dikembangkan, dan di Kelola dengan baik. Letak Kabupaten Kebumen yang strategis menjadikannya sebagai destinasi wisata yang menarik dan memiliki banyak potensi. Pemerintah Kabupaten Kebumen berupaya mengembangkan pariwisata di Kabupaten Kebumen sebagai daerah tujuan wisata karena letaknya yang strategis

Saat ini Kabupaten Kebumen menjadi pusat perjalanan utama pengunjung baik dari dalam maupun luar Pulau Jawa. Kabupaten Kebumen kini mampu bersaing dan tumbuh menjadi daerah tujuan wisata populer berkat sistem pemerintahan yang terus dikembangkan dan investasi dari berbagai pihak. Hal ini ditunjukkan dengan semakin berkembangnya daya tarik wisata Kebumen yang meliputi wisata kuliner,wisata alami, wisata budaya, dan wisata buatan. Pengelolaan objek wisata yang semakin baik dan tertata rapi, kebersihan dalam kota yang meningkat, akses jalan yang memadai, berbagai event wisata kuliner, dan juga terdapat banyak pilihan hotel bagi pengunjung yang ingin menginap di Kebumen, membuat kabupaten Kebumen merupakan salah satu kota yang memiliki banyak potensi sebagai tujuan wisata

Salah satu aspek industri pariwisata yang berkembang sangat pesat saat ini adalah pemasaran pariwisata melalui media sosial, Dalam era globalisasi saat ini, akses terhadap informasi dan komunikasi telah menjadi lebih mudah, terutama karena perkembangan pesat dalam bidang teknologi. Ini sangat berguna terkait dengan kebutuhan manusia akan teknologi dan informasi.. Media komunikasi yang sedang berkembang pesat saat ini adalah media sosial, seperti Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, situs web, dan lainnya. Kehadiran media sosial memungkinkan kita untuk dengan mudah mengakses informasi dari seluruh dunia. Kemudahan dan kecepatan dalam mendapatkan informasi melalui media sosial membuatnya menjadi pilihan utama masyarakat saat ini untuk memfasilitasi akses yang cepat dan luas terhadap beragam informasi dari berbagai belahan dunia, media sosial merujuk pada platform-platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terlibat dalam aktivitas bersama secara daring . Sosial media menciptakan lingkungan di mana pengguna dapat berkomunikasi, berkolaborasi, dan berbagi informasi secara cepat dan mudah.. Sosial media juga memainkan peran penting dalam membentuk opini publik, mempromosikan merek atau produk, dan memungkinkan pertukaran informasi secara global dengan cepat.

Media sosial yang sangat cocok untuk pemasaran wisata salah satunya adalah instagram. Instagram merupakan salah satu dari sekian banyak platform media sosial yang sering dan banyak digunakan orang untuk berkomunikasi satu sama lain melalui aktivitas media sosial. Instagram adalah perangkat lunak ponsel pintar yang berjalan di IOS, Android, dan Windows Phone. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengambil, mengedit, dan berbagi gambar di berbagai platform media sosial dengan menambahkan filter digital. Banyak pengguna dari berbagai kategori umur memakai Instagram karena mudah digunakan. Instagram sebagian besar digunakan oleh pengguna untuk merekam dan berbagi pengalaman mereka dengan orang lain. Menurut laporan We Are Social, jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,63 miliar per April 2023. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 12,2% dibandingkan tahun sebelumnya. Di Indonesia sendiri, terdapat 106 juta pengguna Instagram per April 2023 menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia. Dengan angka tersebut menjadikan instagram sagat cocok dalam mempromosi sosial media marketing salah satunya adalah promosi pariwisata dan juga industri kreatif

Instagram bermanfaat untuk industri pariwisata karena memiliki jangkauan global yang luas yang memungkinkan akses cepat dan mudah ke semua informasi. Masyarakat mulai mengubah metode promosi penjualan mereka dari yang tadinya dilakukan secara konvensional sekarang menjadi lebih modern, Dalam dunia pariwisata instagram memberikan sebuah informasi tertentu kepada konsumen dalam mempromosikan sebuah tempat baru yang menarik agar mereka berkunjung ke tempat tersebut. Sosial media instagram digunakan sebagai alat komunikasi promosi untuk meningkatkan kesadaran konsumen pada suatu potensi wsata sekaligus meningkatakan angka wsatawan yang datang

fasilitas yang didapatakan oleh para penguna Instagram memiliki potensi untuk memajukan dan mendukung sektor-sektor industri salah satunya yaitu industri pariwisata, media sosial seringkali dipakai oleh sesorang untuk mencari dan mengali mengenai sebuah informasi untuk mencari dan menggali sebuah informasi terkait tempat destinasi pariwisata. Sejak media sosial hadir, orang-orang cenderung menyampaikan pengalaman dan informasi perjalanan mereka di platform Instagram setelah mereka kembali dari perjalanan. Oleh karena itu, diperkenalkannya Instagram sebagai platform media sosial sangat memberikan manfaat bagi penggunanya dalam memudahkan akses komunikasi dan informasi. Di Indonesia, Instagram juga menjadi sarana yang sangat membantu untuk mengiklankan suatu lokasi sebagai tujuan wisata, khususnya di wilayah Kebumen.

Akun Instagram @plesirbumen merupakan akun resmi milik pemerintah kabupaten kebumen yang dipakai sebagai media berbagi infromasi dan promosi tentang destinasi pariwisata yang ada di kebumen Akun instagram @plesirkebumen juga merupakan akun yang membahas tentang pariwisata dan juga industri kreatif yang ada di kabupaten kebumen instagram @plesirbumen dikelola dan dibuat oleh dinas pariwisata kabupatan kebumen. berdasarkan pembahasan di atas saya tertarik untuk meneliti dan mengetahui tentang bagaimana strategi sosial media marketing dinas pariwisata kabupaten kebumen dalam mengembangkan pontesi pariwisata di daerah kebumen melalui media sosial khususnya media sosial Instagram melalui akun instagram @plesirbumen saya memilih instagram karna saat ini dinas pariwsata lebih aktif membagikan informasi melalui postingan dan juga story lewat instagram dan juga instagram memiliki jankakuan yang luas sehingaa penyebaran informasi yang diberikan lebih mudah dan juga lebih cepat

**Permasalahan dan Tujuan Kajian**

Berdasarkan latar belakang di atas hasil dari pada rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah : Bagaimana strategi sosial media marketing dinas pariwisata kabupaten kebumen dalam mempromosikan pariwisata di kebumen melalui akun instagram @plesirbumen

Dan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana manfaat akun instagram @plesirbumen dalam mempromosikan pariwisata di kebumen agar menarik banyak wisatawan dam juga Mengetahui bagaimana strategi promosi social media marketing yang dilakukan dinas pariwisata kabupaten kebumen melalui media sosial Instagram @plesirbumen

**Kerangka Teori**

Indikator social media marketing yang dipakai dalam penelitian ini adalah berdasar pada dimensi komunikasi sosial media marketing menurut As’ad dan Alhadid yaitu: online communities, sharing of content, interaction, credibility dan accessibility.

1. Online Communities

Online communities atau komunitas online merupakan sebuah komunitas yang memiliki minat pada sebuah produk atau bisnis yang sama yang dibangun melalui penggunaan media sosial. adanya persamaan tersebut membantu para anggotanya untuk saling berbagi informasi penting. Dengan adanya komunitas online yang aktif di media sosial juga dapat meningkatkan konten dan membantu menyebarkan konten tersebut. Adanya keterlibatan tindakan yang dilakukan oleh anggota komunitas sangatlah berguna dalam meningkatkan dan memperkuat hubungan. Salah satu contoh implementasinya adalah akun Instagram @plesirbumen menjalin hubungan yang baik dengan akun lain sehingga mucul ide untuk berkolaborasi supaya akun tersebut dapat semakin dilihat oleh banyak orang yaitu dengan cara me repost atau membagikanya Kembali kepada orang lain sehingga informasi yang di dapat dilihat oleh banyak orang

2. Interaction

Media sosial dianggap sebagai alat komunikasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna, sehingga interaksi di dalamnya menjadi sangat penting. Instagram memiliki beberapa metrik interaksi yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat interaksi. Pertama, kemampuan untuk berbagi informasi dengan pengguna lain. Ini dapat dicapai melalui fitur Direct Message (DM) dan juga kolom komentar Instagram, yang memudahkan pengguna berbicara dan bertukar informasi dengan pengguna lain dan memungkinkan akun Instagram berinteraksi dua arah dengan pengikut melalui DM. Selain itu, fitur mention memungkinkan pengguna berinteraksi dua arah dengan akun Instagram atau dengan pengguna lain. Dan yang terakhir adalah kemudahan untuk memberikan pendapat melalui instagram tersebut. Dapat diimplementasikan dengan memberikan feedback pada postingan akun instagram bisnis melalui like dan komen.

3. Sharing of content

Sharing of content dapat diartikan sebgai ruang lingkup dalam pertukaran individual, distribusi dalam menerima konten dalam aturan media sosial, dimana konten yang tersebut dapat dibuat dalam bentuk gambar, video atau status update. Dimensi sharing of content pada instagram dapat dikaitkan dengan indikator sharing of content. Yang pertama adalah instagram digunakan sebagai media pertukaran informasi, yang dapat diimplementasikan dengan pengguna membagikan postingan dari akun instagram tersebut untuk diposting dan dikirim kepada bublik dan pengguna lain. Selanjutnya adalah mendistribusi konten, yang dapat diimpelemtasikan dengan pengguna membagikan postingan dari akun instagram bisnis melalui instagram story. Dan yang terakhir adalah mendapatkan konten, yang dapat diimplemetasikan dengan pengguna membagikan postingan dari akun instagram bisnis tersebut untuk di re-post kepada akun akun lain

4. Accessibility

Accessibility mengacu pada kemudahan dalam mengakses dan biaya minimal untuk memakai media sosial yang dapat membuat pengguna dapat dengan mudah mengakses media sosial terseebut secara online sehingga dapat memulai atau berpartisipasi dalam percakapan melalui media sosial. Dimensi accessbillity pada instagram dapat diartikan dengan beberapa indikator accessibility.Yang pertama yaitu waktu tunggu yang singkat, yaitu dengan memperoleh layanan dalam waktu yang singkat. Dapat diimplementasikan dengan pengguna yang mendapatkan respon atau layanan yang cepat (dalam waktu singkat) dari akun instagram tersebut. Selanjutnya adalah kenyamanan dalam mengakses, yaitu instagram dapat diakses kapan saja dan dimana saja tanpa ada batasan lokasi dan waktu. Dan yang terakhir adalah kemudahan mengakses instagram dapat diakses dengan mudah menggunakan berbagai media elektronik (smartphone, laptop, tablet).

5. Credibility

Dimensi terakhir yaitu, kredibilitas, didefinisikan sebagai pengiriman pesan yang jelas mengartikulasikan merek untuk membangun kredibilitas atas apa yang dikatakan atau dilakukannya kepada khalayak yang berhubungan secara emosional dengan merek tersebut. Fandy Tjiptono (2011) menyatakan bahwa dimensi kredibilitas Instagram dapat dikaitkan dengan indikator kredibilitas. Yang pertama adalah expertise (kompeten), yang memungkinkan pengguna menilai kredibilitas akun Instagram perusahaan berdasarkan jumlah followers dan likes. Selanjutnya adalah kepercayaan, yang berarti dapat diandalkan dan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan. Selain itu, yang terpenting adalah kecocokan. Ini berarti bahwa itu menarik, menghibur, dan layak untuk dipilih dan digunakan.

**Metode Kajian**

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan prosedur observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam terhadap sumber data yang ada di lapangan, pendekatan deskriptif kualitatif sangat membantu peneliti dalam menganalisis, mengumpulkan, dan mengolah data penelitian. penelitian kualitatif adalah penelitian. yang dihasilkan dengan memeriksa, memproses, dan menanyakan data yang diketahui oleh narasumber. Berbagai metode digunakan untuk mengumpulkan data, antara lain dokumentasi secara langsung, wawancara mendalam, dan observasi. Tujuan mengapa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti ingin mencaritau bagaimana sosial media marketing yang dilakukan dinas pariwisata kabupaten kebumen dalam pemanfaatan akun instagram @plesirbumen sebagai media komunikasi untuk mempromosikan pariwisata di kabupaten kebumen

subjek yang digunakan peneliti ini terdiri dari anggota dinas pariwisata kabupaten kebumen yaitu kepala bagian pemasaran pariwisata yaitu ibu Dra Maria Margaretha Dri Kuntari M.Si, anggota promosi pariwsata daerah, dan juga pengelola promosi sosial media atau admin Instagram @plesirbumen yaitu mas galih edi saputro, Objek penelitian ini melibatkan analisis terhadap kegiatan yang dilakukan dinas pariwsata kabupaten kebumen dalam mempromosikan membagikan dan mengkomunikasikan daya Tarik wisata di kebumen melalui social media marketing pada akun instgaram @plesirbumen

Teknik Pengumpulan Data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara:

1. Observasi

Teknik observasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi topik penelitian dengan jelas. Dengan mencermati objek penelitian dan melakukan analisis menyeluruh terhadap aplikasi dan implementasi Instagram @Plesirbumen, peneliti akan dapat mengumpulkan data yang berguna untuk penelitiannya. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini terutama akan berpusat pada cara Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen memanfaatkan aplikasi Instagram pada akun @plesirbumen sebagai media promosi pariwisata.

2. Wawancara

Pada penelitian ini, jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terbuka atau overt interview. Peneliti memilih teknik wawancara terbuka karena teknik ini memastikan bahwa subjek atau orang yang diwawancarai mengetahui bahwa mereka sedang diwawancarai dan memahami maksud serta tujuan dari pewawancara. Saat melakukan wawancara, peneliti harus mempersiapkan rancangan dan konsep pertanyaan yang akan disampaikan kepada subjek penelitian, yaitu anggota Dinas Pariwisata Kebumen dan admin Instagram @plesirbumen.

3. Dokumentasi

Dokumentasi sangatlah penting sebagai bahan dan bukti apa yang sudah peneliti lakukan dalam melakukan sebuah penelitian, cara yang dilakukan untuk mendapatkan data saat dokumentasi penelitian dapat berupa foto-foto observasi dan penelitian yang akan dilakukan. Selain foto, peneliti juga menggunakan berkas atau data tertulis yang didapat dari narasumber penelitian sehinga data data tersebut dapat menjadi data tambahan bagi peneliti dalam membuat penelitian tersebut

**Hasil Kajian**

1. Online communities

Berdasarkan temuan di lapangan yang penulis lakukan bahwa Instagram tidak hanya dipakai untuk upload foto ataupun video Instagram juga dapat digunakan sebagai wadah untuk berinteraksi dan membangun sebuah komunitas online. dalam sebuah akun Instagram pasti memiliki konsep dan postingan yang hampir sama, dalam mempromosikan sebuah tempat pariwisata salah satunya adalah akun instagaram @plesirbumen dalam akun Instagram @plesirbumen membahas informasi mengenai event event pariwisata seperti kebudayan, adat dan istiadat,festival,destinasi pariwisata dan juga pemasaran pariwisata dalam memperomosikan pariwisata akun Instagram @plesirbumen juga berkolaborasi dengan komunitas dan akun akun lain akun tersebut adalah akun @kebumenkeren @kebumupdate @explor\_kebumen @diskeb\_kebumen @kiekebumen @kebumenexplore dan akun akun lain yang menginfokan pariwisata dan kebudayan di kebumen. Akun akun tersebut biasanya juga ikut mempromosikan temapat tempat wisata,kuliner dan kebudayaan yang ada di kebumen dengan cara saling membagikan atau merepost mengenai event atau acara yang diadakan di kabupaten kebumen tujuanya suapaya orang orang mengetahui event dan acara yang diadakan pemerintah kabupaten kebumen dan juga orang yang tidak menfolow akun @plesirbumen menjadi tau tentang akun Instagram plesir kebumen sehingga bisa saling meng follow dengan akun akun lainnya

Adanya Online Communities atau komunitas daring memiliki dampak yang signifikan dalam konteks pemasaran, terutama di platform sosial media seperti Instagram. Adanya Komunitas daring menciptakan lingkungan di mana individu dengan minat dan tujuan serupa dapat terhubung, berinteraksi, dan berbagi pengalaman mereka terkait destinasi pariwisata. Dalam konteks pariwisata di Instagram, Online Communities sangat berperan dalam memberikan platform untuk sama sama saling mempromosikan destinasi wisata yang ada di kebumen. Diskusi yang terjalin di dalam komunitas ini menciptakan ruang bagi para pengguna untuk saling berbagi tips perjalanan, rekomendasi, dan cerita pribadi mereka, membentuk narasi positif yang lebih mendalam tentang destinasi tersebut. Mendorong kerja sama dalam pembuatan konten Bersama dengan komunitas komunitas online

Dengan adanya Online Communities, terutama di platform media sosial instagram, Dinas Pariwisata dapat memaksimalkan potensi pemasaran online dan membangun hubungan yang kuat dengan para penggemar destinasi mereka. Komunitas daring memberikan kekuatan kolaboratif yang dapat menjadi pendorong pertumbuhan kesadaran dan minat terhadap destinasi pariwisata, menciptakan lingkungan yang dinamis dan berdaya bagi promosi pariwisata di era digital.

1. Interaction

Berdasarkan temuan yang penliti dapatkan Interaksi sangatlah penting untuk membangun sebuah infromasi dan komunikasi dalam mempromosikan parwiwisata melalui sosial media khususnya Instagram, Dengan berfokus pada interaksi, Dinas Pariwisata Kebumen tidak hanya mempromosikan destinasi, tetapi juga berkomunikasi langsung dengan pengikutnya, merespons pertanyaan, memberikan saran perjalanan, dan menciptakan pengalaman yang lebih pribadi di dunia maya. Penggunaan Instagram sebagai media promosi pariwisata oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen menciptakan narasi yang menarik dan mendalam, membangun daya tarik destinasi mereka dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pesona Kebumen melalui akun Instagram @plesir bumen. Untuk interaksi yang sering terjadi di Instagram biasanya para folowers atau pengunjung Instagram berinteraksi atau berkomunikasi dengan pengelola akun @plesirbumen melalui kolom komentar dan juga pesan langsung atau DM

Admin Instagram plesir kebumen juga melakukan interaksi dengan folowersnya mengunakan fitur fitur yang ada di Instagram salah satunya adalah fitur tanya jawab yang ada pada Instagram dimana pada fitur tersebut para folowers dapat bertanya kepada akun plesir kebumen terkait pariwisata,event,dan agenda yang akan dislengarakan di kabupaten kebumen

Masyarakat dan Para folowers akun instgaram @plesirbumen juga dapat menyampaikan saran dan kritik kepada akun Instagram plesirkebumen melalui dm dan juga kolom komentar karna saran dan kritik tersebut nantinya akan disampaikan langsung oleh admin plesir kebumen kepada dinas pariwisata sebagai bahan laporan untuk dikaji dan diperbaiki supaya parwiwsata di kebumen menjadi lebih baik

Interaksi dalam konteks media sosial, khususnya Instagram, memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang kuat antara akun dan pengikut. Interaction mencakup sejumlah aspek yang melibatkan partisipasi aktif pengguna terhadap konten yang dibagikan. Tingkat keterlibatan, seperti jumlah "like," komentar, dan berbagi, menjadi indikator utama seberapa banyak konten yang berhasil memikat perhatian dan merangsang respons dari audiens.

Pentingnya interaction tidak hanya terletak pada jumlah respons, tetapi juga pada kualitasnya. Komentar yang relevan, pertanyaan yang diajukan, dan diskusi yang dihasilkan menciptakan ikatan yang lebih dalam antara akun dan pengikut. Interaksi ini bukan hanya tentang memberikan feedback, tetapi juga membangun komunikasi yang aktif kepada para folowers. Selain itu, interaksi mencakup respons dari akun terhadap komentar atau pertanyaan pengikut. Tanggapan yang cepat, informatif, dan berorientasi pada pelayanan memperkuat hubungan antara pengguna dan akun. Melalui interaksi yang positif, akun Instagram plesirkebumen dapat membangun sebuah hubungan komunikasi sebagai sumber informasi yang responsif dan dapat diandalkan

1. Sharing Of Content

dalam membagikan sebuah konten akun Instagram @plesirbumen, biasanya membagikan sebuah konten dalam bentuk foto atau video yang mencakup informasi tentang pesona keindahan alam yang dapat ditemukan di Kebumen, seperti pantai, pegunungan, wsata alam, wisata kuliner, acara-acara, dan konten-konten menarik lainnya yang memiliki daya tarik tinggi untuk dibagikan kepada para pengikut.

Melalui upaya berbagi konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menginspirasi, akun @plesirbumen tersebut bertujuan untuk memberikan pengalaman visual yang mendalam serta memotivasi pengikutnya untuk menjelajahi dan menikmati pesona-pesona wisata yang ada di Kebumen. Dinas Pariwisata Kebumen menyoroti pendekatan proaktif mereka dalam memanfaatkan Instagram sebagai platform strategi pemasaran dan promosi pariwisata. Dengan fokus pada konten terkini, tips perjalanan bermanfaat, dan pengalaman menarik, serta interaksi aktif dengan pengguna, Dinas Pariwisata Kebumen berhasil menciptakan kehadiran yang dinamis dan menarik di ranah digital. Pendekatan ini memberikan gambaran positif tentang upaya mereka dalam membagikan dan mempromosikan destinasi pariwisata Kebumen melalui social media instgaram @plesirbumen

Tujuan dari praktik "sharing of content" dalam akun Instagram @plesirbumen adalah untuk menyediakan informasi dan panduan yang komprehensif kepada pengikut dan wisatawan. Hal ini bertujuan untuk mengundang ketertarikan mereka untuk menjelajahi setiap aspek keindahan wisata yang dimiliki oleh Kebumen. Dengan memotivasi mereka untuk mengabadikan pengalaman perjalanan melalui platform media sosial Instagram, konten tersebut kemudian di-repost untuk membagikan pesona keindahan Kebumen kepada orang lain.

Dalam pembuatan sebuah konten, akun Instagram @plesirbumen bekerja sama dengan masyarakat dan fotografer dan videografer yang ada di kebumen dan juga akun akun promosi pariwisata kebumen dalam pembuatan konten tersebut mereka saling bekerja sama dalam meningkatkan pariwisata di kebumen salah satunya adalah dengan membuat konten video dan foto yang menarik Melalui pembuatan konten dalam bentuk foto dan video yang menarik, Instagram @plesirbumen menghadirkan pengalaman visual yang memikat, membawa pengikutnya dalam perjalanan virtual yang menggugah selera dan merangsang rasa ingin tahu akan Kebumen sebagai tujuan pariwisata berikut ini beberapa sharing of content tentang postingan terkait foto foto dan juga video yang diposting di akun Instagram @plesirbumen biasanya membahas mengenai promosi tentang destinasi pariwisata dan juga event event yang ada di kebumen salah satu contoh promosi pariwsata yang dibagikan di instagram @plesirbumen yaitu dimana dinas pariwsata membagikan foto dan juga video yang memperkenalakan tentang suatu destinasi alam yang ada di kebumen biasanya isi foto dan video tersebut membahas tentang keindahan alam dari suatu destinasi tersebut tujuanya adalah agar para folowers tertarik dan mengunjungi tempat wisata yang diposting oleh akun instagaram @plesirbumen dan untuk event sendiri biasanya dinas pariwisata membahas dan juga mempromosikan tentang suatu event yang akan diadakan di kebumen biasanya isi dari foto atau video yang dibagikan yaitu berupa event apa yang akan diadakan dan juga kapan jadwal event tersebut berlangsung dengan adanya promosi tersebut diharapakan menarik banyak orang untuk mengunjungi suatu destinasi pariwisata ataupun event event yang dibagikan oleh akun instagaram @plesirbumen

1. Accessibility

Accessibility mengacu pada kemudahan dalam mengakses atau mengunakan media sosial khususnya Instagram untuk mendpatkan informasi, dinas parwisata kabupaten kebumen memilih media Instagram sebagai media promosi pariwisata karna menurut mereka Instagram sangat mudah di akses oleh masyarakat saat ini karna Accessibility atau kemudahan akses menjadi aspek krusial dalam konteks penggunaan Instagram untuk kepentingan pariwisata

melalui kemudahan akses yang dimiliki oleh Instagram, platform ini memberikan peluang emas bagi Dinas Pariwisata Kebumen untuk menjalin konektivitas dengan audiens yang sangat luas dan beragam, termasuk wisatawan lokal dan internasional. Dengan memilih Instagram sebagai media utama dalam menyebarkan informasi, Dinas Pariwisata Kebumen dapat secara efektif mengkomunikasikan keindahan alam, kekayaan budaya, dan keunikan destinasi pariwisata yang dimiliki oleh Kebumen. kemudahan lain yang diberikan Instagram sebagai media pemasaran wisata adalah dimana Untuk mengakses akun Instagram @plesirbumen kita dapat mengaksesnya dengan mudah oleh siapa saja yang memiliki akses ke internet. Dan juga instagaram dapat diakses melalui berbagai perangkat, seperti ponsel pintar, tablet, dan komputer. Dengan demikian, informasi pariwisata dapat dinikmati dan diakses kapan saja dan di mana saja sesuai dengan kenyamanan pengguna. Hal ini tidak hanya memperluas jangkauan informasi, tetapi juga menciptakan kemudahan dalam mengakses bagi semua kalangan pengguna instagaram

Selain itu, kemudahan aksesibilitas juga memberikan peluang bagi para pengikut atau pengguna Instagram untuk terlibat secara aktif dengan konten pariwisata Kebumen. Dengan memprioritaskan aksesibilitas, Dinas Pariwisata Kebumen memastikan bahwa pengguna Instagram dapat dengan mudah menjangkau dan berinteraksi dengan informasi terkini seputar keindahan alam, budaya, dan daya tarik unik destinasi pariwisata Kebumen.

Dalam konteks ini, kemudahan aksesibilitas bukan hanya sebatas kecepatan dan kelancaran dalam mengakses konten, tetapi juga mencakup keberlanjutan pengalaman pengguna. Para pengikut dapat dengan cepat menemukan, menilai, dan merespons konten pariwisata Kebumen melalui fitur-fitur interaktif Instagram, seperti like, komentar, dan berbagi. Hal ini menciptakan ikatan yang lebih erat antara Dinas Pariwisata dan komunitas pengikut, mengubah mereka bukan hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga kontributor aktif dalam memperkaya narasi pariwisata Kebumen.

Kemudahan aksesibilitas juga mengakomodasi beragam perangkat yang digunakan oleh pengguna Instagram, termasuk ponsel pintar, tablet, dan komputer. Dengan demikian, Dinas Pariwisata Kebumen membuka pintu luas bagi partisipasi pengguna dari berbagai lapisan masyarakat dan latar belakang, baik yang berada di tingkat lokal maupun internasional. Melalui fokus pada aksesibilitas, Dinas Pariwisata Kebumen tidak hanya menciptakan pengalaman yang ramah pengguna tetapi juga mendorong interaksi yang aktif dan berkelanjutan dengan konten pariwisata. Ini merupakan strategi yang cerdas untuk membangun keterlibatan yang kuat dan mendalam dengan komunitas online, menjadikan Instagram sebagai wadah yang dinamis untuk mempromosikan pesona Kebumen secara luas

1. *Credibility*

Kredibilitas atau credibility adalah Menyoroti seberapa kredibel atau dapat dipercaya suatu konten yang dipublikasikan atau dibagikan oleh akun Instagram plesirkebumen kepada para folowersnya atau orang orang yang melihat postingan mereka. Kepercayaan atau credibility adalah faktor kunci dalam menggunakan Instagram sebagai alat promosi untuk pariwisata. Dinas Pariwisata Kebumen harus memastikan bahwa setiap konten yang dibagikan melalui akun mereka memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi. Dalam konteks ini, kredibilitas dapat dilihat dari akurasi informasi yang diberikan, kualitas konten visual, dan kesesuaian dengan realitas di lapangan dan pengalaman yang akan dirasakan oleh wisatawan, Para pengguna Instagram, terutama wisatawan biasanya, mencari sumber informasi yang dapat dipercaya. Oleh karena itu, Dinas Pariwisata Kebumen harus memastikan bahwa setiap keterangan, deskripsi, dan petunjuk dalam konten mereka dapat dipercaya dan sesuai dengan kondisiyang ada di lapangan.



Gambar 1.5 sumber website dinas pariwsata kebumen

Dari gambar di atas menjelasakan terkait harga fix tiket resmi yang dibagikan oleh dinas pariwisata kebumen melalui akun instgaram @plesirbumen. gambar tersebut menjelasakan harga tiket masuk yang perlu dibayarkan oleh pengunjung wisata pada saat akan mengunjungi suatu destinasi wisata yang ada di kebumen adanya infromasi tersebut membuat masayarkat menjadi tau tentang harga tiket resmi yang sudah dibuat oleh dinas pariwisata dan juga menghindari aksi penipuan terkait harga tiket masuk pada suatu destinasi pariwisata



Gambar 1.6 sumber : Instagram @plesirbumen

Gambar di atas menjelasakan terkait tanggal dan waktu tentang suatu acara yang diadakan oleh dinas pariwsata kebumen dalam postingan tersebut menjelasakan tentang acara konser dan juga festival yang dilakukan di goa jatijajar dan juga pemandian air panas krakal saat akan memposting gambar tersebut dinas pariwisata terlebih dahulu mengkonfirmasi kepada pihak penyelengara terkait apakah agenda acara sesuai dengan info yang diberikan oleh pihak penyelengara tujuannya adalah supaya informasi yang akan dibagikan kepada masayarakat melalui akun @plesirbumen jelas dan dapat sesuai dengan kapan acara tersebut akan diadakan.

Kualitas visual pada postingan gambar juga berkontribusi pada kredibilitas konten. Foto dan video yang menarik dengan kualitas tinggi tidak hanya meningkatkan daya tarik visual tetapi juga menciptakan kesan profesionalisme. Keaslian visual ini dapat membangun kepercayaan bahwa destinasi pariwisata yang ditawarkan sesuai dengan yang terlihat dalam konten. Dengan memperhatikan aspek kredibilitas ini, Dinas Pariwisata Kebumen dapat membangun dan mempertahankan kepercayaan pengikut mereka, yang pada gilirannya dapat menjadi faktor penentu keputusan para wisatawan untuk menjelajahi destinasi yang dipromosikan melalui media sosial.

**KESIMPULAN**

Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen telah berhasil merangkul kekuatan media sosial melalui akun Instagram @plesirbumen, mengubah cara mereka mempromosikan destinasi pariwisata. Dari kolaborasi aktif dengan komunitas online hingga interaksi langsung dengan pengikut, serta berbagi konten yang inspiratif, strategi ini tidak hanya memperluas jangkauan informasi pariwisata, tetapi juga membangun hubungan yang kuat dan memastikan kepercayaan pengguna terhadap konten yang disajikan. Dengan demikian, Instagram @plesirbumen menjadi alat yang ampuh dalam membangun citra positif Kebumen sebagai tujuan wisata yang menarik dan terpercaya. Melalui Instagram, Dinas Pariwisata Kebumen berhasil mengoptimalkan potensi pemasaran online dengan biaya yang efektif, menciptakan komunikasi yang erat dengan pengikut, dan meningkatkan daya tarik destinasi pariwisata mereka secara menyeluruh.

**DAFTAR PUSTAKA**

As' ad, H. Abu-Rumman, and Anas Y. Alhadid. "The impact of social media marketing on brand equity: An empirical study on mobile service providers in Jordan." Review of Integrative Business and Economics Research 3.1 (2014): 336

Aisyah, Siti, and Kartika Rose Rachmadi. "Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku UMKM Guna Peningkatan Pendapatan." RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 3.2 (2022): 442-448.

Elfandari, R. N., & Nuraryo, I. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Wisata Banten. IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi, 3(2), 17-24.

Firmansyah, M. (2020.) “komunikasi pemasaran”. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media

HARTINI, Sri; HANAFI, Arbhie Nugraha. Pengaruh Kredibilitas dan Karakteristik Opinion Leader terhadap Behavioral Intention Konsumen pada Media Sosial Instagram. Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship, 2021, 10.2: 211-226.

IRAWAN, Alfian Dally; HADISUMARTO, Aswin Dewanto. Pengaruh aktivitas accesibility social media marketing terhadap brand trust, brand equity, dan brand loyalty pada platform social media Instagram. Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia, 2020, 43.1.

Pramudya, Dika Esa, Diah Priharsari, and Andi Reza Perdanakusuma. "Analisis Pengaruh Kedekatan Anggota Komunitas Online yang Berdampak pada Hubungan di Dunia Nyata melalui Penggunaan Teknologi." Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer 6.2 (2022): 893

Purwandani, Riska, and Johanta Alfando. "Peranan Media Sosial Instagram@ Smrfoodies Dalam Interaksi Sosial." EJournal Ilmu Komunikasi 7.4 (2019): hal 27 Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: PT Pradnya Paramitha Soemanagara. 2005. Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan. Bandung: Penerbit Alfabeta

Lia Herliani. 2015. “Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai media media promosi dan pemmasaran media sosail

Nurhaliza, W. O., & Fauziah, N. (2020). Komunikasi Kelompok dalam Virtual Community. Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah, 10(01), hal 22

Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas penggunaan media sosial sebagai media promosi wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. Jurnal Komunikasi Pembangunan, 17(1), 13-27

Retnasary, Maya, et al. "Pengelolaan media sosial sebagai strategi digital marketing pariwisata." Jurnal Kajian Pariwisata 1.1 (2019): 76-83.

Sholawati, R. L., & Tiarawati, M. . (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Niat Beli Produk di Restoran Fast Food. Jurnal Ilmu Manajemen, 10(4), 1098–1108.

Saravanakumar, Murugesan, and T. SuganthaLakshmi. "Social media marketing." Life science journal 9.4 (2012): 4444-4451.

SETIADI, Ahmad. Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika, 2016, 16.2.

Tuten, Tracy L., and Michael R. Solomon. Social media marketing. Sage, 2017

Utari, Monica, and Rumyeni Rumyeni. Pengaruh media sosial Instagram Akun@ princessyahrini terhadap gaya hidup hedonis para followersnya. Diss. Riau University, 2017

Utami, Giska Rizki, and Marheni Eka Saputri. "Pengaruh social media marketing terhadap customer engagement dan loyalitas merek pada akun instagram Tokopedia." Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT 5.2 (2020): 185-198.