

## **Strategi Promosi Wisata Watu Mabur Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Melalui Media Sosial Instagram**

### **ABSTRAK**

Penggunaan media sosial di Indonesia merupakan suatu kebiasaan yang selalu dilakukan di masa sekarang sebagai suatu media komunikasi online. Dengan jumlah pengguna yang terus bertambah, Instagram menjadi peluang besar bagi para pelaku bisnis untuk berpromosi, karena pemerintah berusaha mempromosikan Indonesia melalui berbagai macam media baru termasuk Instagram.

Dengan fokus pada bentuk visual atau gambar, fitur hashtag yang mempermudah pencarian dan jumlah pengguna yang berkembang pesat, Instagram mudah digunakan dan tidak menghabiskan banyak biaya. Instagram dapat dijadikan sebagai strategi pemasaran yang efektif bagi para pelaku bisnis pariwisata. Sehingga kesempatan ini juga dimanfaatkan oleh para pengurus tempat pariwisata sebagai suatu tujuan untuk menarik para wisatawan melalui media sosial Instagram dengan mempromosikan tempat wisatanya. Salah satunya adalah wisata Watu Mabur yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi pariwisata.

Sifat media sosial Instagram yang real time, menekankan pada visual, fitur yang variatif, mudah digunakan dan efisien membuat peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan. Metode yang di pakai dalam penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan Teknik pengumpulan data yang dipakai oleh penulis ialah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Pada hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada wisata Watu Mabur Mangunan, peneliti menganalisis hasil pembahasan dari observasi yang dilakukan tersebut dengan menggunakan beberapa elemen dasar yang berkaitan dengan data yang didapat pada penelitian yang berkaitan dengan Strategi Promosi

Wisata Watu Mabur Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Melalui Media Sosial Instagram menjadi suatu penulisan pada pembahasan. Peneliti mengambil teori yang digunakan dalam penulisan, yaitu teori dari Terence A. Shimp mengenai fungsi promosi sebagai suatu strategi promosi, yang terdiri dari *informing* (memberikan informasi), *persuading* (membujuk), *reminding* (mengingat), *adding value* (menambah nilai), dan *asisting* (mendampingi upaya-upaya lain dari perusahaan).

**Kata Kunci :** Pariwisata, Strategi promosi, media sosial instagram.

## **Watu Mabur Tourism Promotion Strategy in Increasing Tourist Interest Through Instagram Social Media**

### **ABSTRACT**

The use of social media in Indonesia is a habit that is always carried out nowadays as an online communication medium. With a growing number of users, Instagram is a great opportunity for business people to promote, because the government is trying to promote Indonesia through various new media, including Instagram.

With a focus on visual form or images, hashtag features that make it easier to find and a rapidly growing number of users, Instagram is easy to use and doesn't cost a fortune. Instagram can be used as an effective marketing strategy for tourism business people. So that this opportunity is also used by administrators of tourism places as a destination to attract tourists through Instagram social media by promoting their tourist attractions. One of them is the Watu Mabur tour which utilizes Instagram social media as a tourism promotion media.

The real time nature of Instagram social media, emphasis on visuals, varied features, easy to use and efficient makes researchers want to know how the promotion strategy is carried out. The method used in the research used is to use qualitative research methods, using data collection techniques used by the authors are observation, interviews, and documentation.

In the results of the research conducted by researchers on the Watu Mabur Mangunan tour, the researcher analyzed the results of the discussion from the observations made by using several basic elements related to the data obtained in research related to the Watu Mabur Tourism Promotion Strategy in Increasing Tourist Interest Through Instagram Social Media become a writing in the discussion. The researcher takes the theory used in writing, namely the theory from Terence A. Shimp regarding the function of promotion as a promotion strategy, which consists of informing (providing information), persuading

(persuading), reminding (reminding), adding value (adding value), and assisting (accompanying other efforts of the company).

**Keywords:** Tourism, Promotion strategy, Instagram social media.