

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN
PARIWISATA (STUDI PADA DINAS KEBUDAYAAN KEPEMUDAAN
OLAHRAGA DAN PARIWISATA KABUPATEN SUMENEP)**

***UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA IN PROMOTING TOURISM (STUDY AT
THE SUMENEP DISTRICT YOUTH CULTURE SPORT AND TOURISM
SERVICE)***

Oleh:

Silvia¹, Roos Yulastina^{2**}

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wiraraja

E-mail: tina.fisip@wiraraja.ac.id

Abstract

The tourism industry as one of the industries whose existence is now growing very rapidly, where marketing tourism destinations has an important role in winning global competition. The impact caused by social media should be utilized by the Sumenep Regency government, especially DISBUDPORAPAR, in promoting tourism to reach more tourists. The problem in this study is how the utilization of social media in promoting tourism in Sumenep District. The purpose of this study was to determine the utilization of social media in promoting tourism in Sumenep District. The method used in this research is to use descriptive qualitative with data collection conducted through observation, interviews and documentation The results of this study are the urgency and efforts of the Sumenep District government which has digitized the government system which initially went through conventional media to use social media.

Keywords: Social Media, Tourism, Sumenep District DISBUDPORAPAR

Abstrak

Industri pariwisata sebagai salah satu industri yang keberadaannya kini berkembang sangat pesat, dimana pemasaran destinasi pariwisata memiliki peran penting dalam memenangkan persaingan global. Dampak yang ditimbulkan oleh media sosial sudah seharusnya dimanfaatkan oleh pemerintah Kabupaten Sumenep khususnya DISBUDPORAPAR dalam mempromosikan pariwisata untuk lebih menjangkau banyak wisatawan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Sumenep. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Sumenep. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah urgensi dan upaya pemerintah Kabupaten Sumenep yang telah mendigitalisasi sistem pemerintahan yang awalnya melalui media konvensional menjadi menggunakan media sosial.

Kata Kunci: Media Sosial, Pariwisata, DISBUDPORAPAR Kabupaten Sumenep

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital seperti sekarang ini, media sosial telah menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif dalam mempromosikan destinasi wisata (Dewi et al., 2023). Sebab ini merupakan suatu peluang karena pada era saat ini orang-orang lebih banyak menghabiskan waktu mereka di media sosial daripada berkomunikasi secara fisik (Gebreel & Shuayb, 2019). Media sosial memungkinkan destinasi wisata untuk menjangkau wisatawan serta dapat menjadi alternatif destinasi wisata kepada calon wisatawan. Dengan penggunaan berbagai aplikasi media sosial, pengelola dari destinasi wisata dapat membagikan konten tentang tempat wisata yang berupa foto, video, wisatawan yang telah berkunjung sebelumnya juga dapat memberikan ulasan atau deskripsi mengenai pengalaman mereka. Hal ini dapat membantu meningkatkan jumlah wisatawan yang tertarik dengan suatu destinasi wisata melalui media sosial yang memungkinkan untuk berinteraksi dengan pengunjung potensial dan secara langsung.

Dampak yang diberikan media sosial sangatlah besar untuk mempengaruhi orang dari berbagai kalangan untuk tertarik pada suatu konten maupun informasi yang disebar luaskan. Industri pariwisata sebagai salah satu

Vol 19, nomor 2, Desember 2024
ISSN 2443-0714 E-ISSN 2621-475X
industri yang keberadaannya kini berkembang sangat pesat, dimana pemasaran destinasi pariwisata memiliki peran penting dalam memenangkan persaingan global. Industri memiliki peran untuk memastikan wisatawan untuk mengunjungi kembali destinasi yang telah mereka kunjungi dimasa mendatang berdasar pengalaman berkunjung pertama wisatawan (Dewi et al., 2023). Maka dari itu dalam aspek pariwisata juga memanfaatkan jaringan media sosial untuk mempromosikan pariwisata untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara dalam berkunjung ke suatu daerah di Indonesia. Dengan menggunakan media sosial wisatawan dapat membagikan pengalaman mereka serta bisa juga digunakan sebagai sumber dalam pencarian informasi mengenai destinasi wisata (Kumar & Kumari, 2022). Khususnya dalam memperkenalkan wisata pada calon wisatawan lokal diperlukan untuk pengelolaan media digital yang serius portal digital menjadi pintu gerbang utama untuk wisatawan mancanegara mengetahui tentang suatu daerah (Retnasary et al., 2019).

Dampak yang ditimbulkan oleh media sosial sudah seharusnya dimanfaatkan oleh pemerintah Kabupaten Sumenep khususnya Dinas Kebudayaan Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata

(DISBUDPORAPAR) Sumenep dalam mempromosikan pariwisata lebih menjangkau banyak wisatawan. Dari hasil observasi lebih jauh akun *Instagram* @disbudporaparsumenep lebih banyak aktif dalam *upload* kegiatan Dinas, akun *Website* Dinas Kebudayaan Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Sumenep disbudporapar.sumenepkab.go.id aktif. Namun lebih banyak kegiatan Dinas dan foto mengenai pariwisata di Sumenep masih minim. Akun *Youtube* Pariwisata Sumenep yang dikelola

DISBUDPORAPAR melakukan pembaharuan tujuh bulan yang lalu dan masih kurang rutin dalam memperbaharui konten.

Penggunaan media sosial yang sebesar itu seharusnya digunakan untuk menjadi sebuah peluang dan kesempatan yang menjanjikan dalam melakukan promosi pariwisata. Selanjutnya adalah bagaimana Kabupaten Sumenep memaksimalkan media sosial untuk dijadikan sebagai ajang promosi pariwisata serta dapat dikenal dan mendapat perhatian sehingga banyak pengikut agar konten yang dipublikasikan dapat dilihat dan diterima orang banyak.

2. TINJAUAN TEORITIS

Konsep *E-government*

E-government adalah Optimasi penyediaan layanan secara berkelanjutan,

Vol 19, nomor 2, Desember 2024
ISSN 2443-0714 E-ISSN 2621-475X
keterlibatan warga dan tata kelola pemerintah dengan cara mentransformasikan hubungan internal dan eksternal melalui teknologi, internet dan media baru. Jika ditinjau lebih jauh, sistem *e-Government* memiliki dua ciri utama sebagai aspek yang harus dipenuhi ketika sebuah institusi pemerintah ingin membangun *e-Government* yaitu aspek ketersediaan (*availability*) dan aspek aksesibilitas (*accessibility*). Aspek ketersediaan (*availability*) yang dimaksud adalah informasi atau layanan yang diberikan pemerintah harus selalu tersedia untuk diakses pengguna (Darmawan et al., 2020).

E-Government merupakan bentuk penerapan pelayanan yang dapat meningkatkan mutu pelayanan publik dengan berbasis teknologi dan komunikasi demi menjawab tuntutan dan kebutuhan publik yang menginginkan proses pengolahan data yang cepat dan informasi yang tepat. *E-Government* diperlukan untuk meningkatkan efisiensi, efektifitas, transparansi serta akuntabilitas dalam penyelenggaraan pemerintahan dengan maksud agar tumbuh peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap citra pelayanan pemerintah khususnya birokrasi (Sumarna, 2024).

Teori lain dikemukakan oleh Indrajit (2007) bahwa sejumlah faktor

penentu yang patut menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan tingkat kesiapan sebuah daerah untuk menerapkan *e- Government*, yaitu:

1. Infrastruktur Telekomunikasi Berupa perangkat keras seperti komputer, jaringan, dan infrastruktur akan menjadi faktor teramat sangat penting dalam penerapan *e-Government*.
2. Tingkat Konektivitas dan Penggunaan teknologi informasi (TI) oleh Pemerintah Dengan mengamati sejauh mana pemerintah saat ini telah memanfaatkan beraneka ragam teknologi informasi dalam membantu kegiatan sehari-hari.
3. Kesiapan Sumber Daya Manusia di Pemerintah Mereka yang akan menjadi "pemain utama" atau subyek di dalam inisiatif *e-Government* pada dasarnya adalah manusia yang bekerja di lembaga pemerintahan.
4. Ketersediaan Dana dan Anggaran Sangat jelas terlihat bahwa sekecil apapun inisiatif *e-Government* yang akan diterapkan, membutuhkan sejumlah sumber daya finansial untuk membiayainya.
5. Perangkat Hukum Karena konsep *e-Government* sangat terkait erat dengan usaha penciptaan

Vol 19, nomor 2, Desember 2024
ISSN 2443-0714 E-ISSN 2621-475X
dan pendistribusian data/informasi dari satu pihak ke pihak lain serta masalah keamanan data/informasi dan hak cipta intelektual misalnya akan merupakan hal yang perlu dilindungi oleh undang-undang atau peraturan hukum yang berlaku.

6. Perubahan Paradigma Penerapan *e-Government* adalah merupakan suatu proyek *change management* yang membutuhkan adanya keinginan untuk merubah paradigma dan cara berfikir.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah *Interview* (wawancara), observasi, dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni meliputi: *Data reduction* (reduksi data), *Data display* (penyajian data), *Conclusion drawing/verification* (verifikasi/penarikan kesimpulan).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan pariwisata

- a. Infrastruktur Telekomunikasi

Perangkat keras seperti komputer, jaringan, dan infrastruktur akan menjadi faktor teramat sangat penting dalam penerapan *e-Government* (Indrajit, 2007). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Dinas kebudayaan kepemudaan olahraga dan pariwisata Kabupaten Sumenep telah memiliki infrastruktur telekomunikasi yang memadai untuk mendukung promosi pariwisata melalui media sosial.

Dinas Kebudayaan kepemudaan olahraga dan pariwisata Kabupaten Sumenep memiliki 3 fasilitas penunjang untuk kegiatan promosi: 1). Fasilitas jaringan Wi-Fi yang tersebar di enam titik kantor yang memiliki peran untuk kegiatan dalam Dinas yang salah satu kegunaannya adalah untuk menunjang kegiatan operasional penggunaan media sosial, 2). Tujuh unit komputer khususnya dibidang pemasaran pariwisata juga berperan untuk memaksimalkan pengolahan data, analisis data, mendesain maupun untuk pengembangan konten melalui media sosial serta kebutuhan administrasi, 3). Enam printer untuk mendukung kegiatan dan aktivitas sesuai dengan tugas pokok dan fungsi bidang pemasaran pariwisata yang memiliki peran untuk kebutuhan promosi seperti mencetak brosur, laporan atau dokumen-dokumen administratif lainnya secara rutin.

b. Penggunaan Teknologi Informasi (TI) oleh Pemerintah

Indrajit (2007) mengungkapkan dengan mengamati sejauh mana pemerintah saat ini telah memanfaatkan beraneka ragam teknologi informasi dalam membantu kegiatan sehari-hari akan memperlihatkan sejauh mana kesiapan mereka untuk menerapkan konsep *e-Government*.

Dinas Kebudayaan kepemudaan olahraga dan pariwisata Kabupaten Sumenep selalu berusaha untuk beradaptasi dengan tren yang sedang ramai dan banyak diminati di masyarakat, terutama yang paling sering digunakan oleh banyak orang yaitu di platform *Instagram*. Hal Ini membuktikan bahwa Dinas Kebudayaan kepemudaan olahraga dan pariwisata Kabupaten Sumenep mampu menyadari bahwa masyarakat sudah mulai beralih ke berbagai platform *online*, terutama melalui website dan media sosial. Platform media sosial yang digunakan untuk kegiatan promosi yaitu *YouTube*, *Website*, *Facebook* dan *Instagram* yang terus dioptimalkan untuk mendukung kegiatan promosi. Namun Disbudporapar lebih aktif dan banyak berinteraksi di platform *Instagram* dalam memperbaharui konten mengenai informasi terkait pariwisata.

c. Kesiapan Sumber Daya di Pemerintah

Sumber daya pemerintah menurut (Indrajit, 2007) mereka yang akan menjadi ”pemain utama” atau subyek di dalam inisiatif *e-Government* adalah manusia yang bekerja di lembaga pemerintahan. Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 2002 memberikan landasan hukum yang kuat untuk memastikan bahwa proses pengangkatan PNS ke jabatan struktural dilakukan dengan penuh keadilan, transparansi, dan objektivitas. Ketentuan-ketentuan di dalamnya mengatur berbagai aspek, mulai dari syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh calon PNS hingga mekanisme seleksi dan penempatan yang harus dijalani.

Pada tingkat pemerintah daerah, kegiatan pembinaan dan pelatihan untuk peningkatan kapasitas sumber daya manusia umumnya menjadi kewenangan Badan Kepegawaian Pengembangan Sumber Daya Manusia (BKPSDM) atau instansi serupa yang bertanggung jawab atas manajemen pegawai dan pengembangan karyawan di dalam suatu organisasi pemerintah. Kegiatan pembinaan dan pelatihan ini diselenggarakan menyesuaikan dengan berbagai kelompok jabatan atau level dalam struktur organisasi. Sebagai contoh, untuk posisi-posisi seperti Kepala Dinas atau Kepala Bidang, kebutuhan akan pembinaan dan pelatihan berbeda dengan

Vol 19, nomor 2, Desember 2024
ISSN 2443-0714 E-ISSN 2621-475X
kebutuhan untuk pegawai tingkat lainnya.

d. Ketersediaan Dana dan Anggaran
Penentuan nilai anggaran untuk kegiatan tertentu akan ditentukan melalui proses rapat tim anggaran dengan dewan. Hal ini menunjukkan adanya proses evaluasi dan pembahasan yang melibatkan berbagai pihak terkait guna memastikan bahwa alokasi anggaran dilakukan secara transparan dan sesuai dengan kebutuhan dan prioritas yang ada. Sebagai bagian dari pemerintahan, pihak yang bertanggung jawab dalam pengusulan program-program kegiatan memiliki tanggung jawab untuk menghasilkan usulan yang berkualitas dan sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan. Sangat jelas terlihat bahwa sekecil apapun inisiatif *e-Government* yang akan diterapkan, membutuhkan sejumlah sumber daya finansial untuk membiayainya (Indrajit, 2007).

Anggaran yang disiapkan untuk bidang pemasaran pariwisata di Dinas Kebudayaan kepemudaan olahraga dan pariwisata Kabupaten Sumenep Kabupaten Sumenep yaitu sebesar 30% yang dimanfaatkan untuk kegiatan promosi pariwisata. Alokasi dana yang dimanfaatkan oleh Disbudporapar Kabupaten Sumenep untuk pemasaran pariwisata alam maupun budaya seperti pengiriman misi seni, pameran, dan pengiriman duta wisata ke Kabupaten lain,

kerapan sapi dan sapi sonok, hingga langganan internet, pembuatan brosur, dan pembuatan video promosi.

e. Perangkat Hukum

Perangkat hukum sebagaimana yang dikemukakan oleh Indrajit (2007) konsep *e-Government* sangat terkait erat dengan usaha penciptaan dan pendistribusian

data/informasi dari satu pihak ke pihak lain serta masalah keamanan data/informasi dan hak cipta intelektual merupakan hal yang perlu dilindungi oleh undang-undang atau peraturan hukum yang berlaku.

Undang-Undang kunci yang relevan dalam ranah hukum teknologi informasi di Indonesia yaitu Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik mengatur tentang hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan kepentingan publik dari lembaga pemerintahan. Undang-undang ini mendorong transparansi dan akuntabilitas pemerintah dalam menyediakan informasi kepada masyarakat. Jadi, setiap warga negara memiliki hak untuk mengakses informasi publik yang dimiliki oleh lembaga pemerintahan. Sementara itu, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) merupakan landasan hukum untuk mengatur segala hal yang

berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi dan transaksi elektronik di Indonesia. Undang-undang ini mencakup berbagai aspek, termasuk perlindungan terhadap data pribadi, keamanan sistem informasi, serta kriminalitas dalam dunia maya seperti penipuan dan peretasan.

f. Perubahan Paradigma

Pada era di mana inovasi teknologi terus bergerak maju, pemerintah dihadapkan pada tuntutan untuk tidak hanya mengikuti tetapi juga mengantisipasi dan merespons perubahan tersebut secara proaktif. Perubahan paradigma ini akan bermuara pada dibutuhkannya kesadaran dan keinginan untuk merubah cara kerja, bersikap, perilaku, dan kebiasaan sehari-hari. Jika para pimpinan dan karyawan di pemerintahan tidak mau berubah, maka dapat dikatakan bahwa yang bersangkutan belum siap untuk menerapkan konsep *e-Government* (Indrajit, 2007).

Dulu, promosi pemerintah dilakukan melalui media konvensional seperti kertas dan brosur, namun munculnya media sosial sebagai kekuatan komunikasi global, paradigma promosi pun berubah secara drastis. Media sosial menawarkan platform yang lebih luas, lebih interaktif, dan lebih langsung untuk berkomunikasi dengan masyarakat, memungkinkan pemerintah untuk

mencapai audiens yang lebih besar dengan biaya yang lebih rendah. Oleh sebab itu, mempertahankan strategi promosi yang berfokus pada kertas dan brosur menjadi semakin tidak relevan dalam kondisi saat ini. Hal ini menjadi tanggung jawab pemerintah untuk terus beradaptasi dengan media sosial dan teknologi lainnya menjadi suatu keharusan. Karena hal tersebut menjadi kebutuhan yang mendasar untuk tetap terhubung dengan masyarakat yang semakin terhubung secara digital.

Dalam menyokong promosi pariwisata lewat media sosial, Kabupaten Sumenep memiliki program unggulan yaitu Visit Sumenep sebagai *branding* untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Program tersebut diluncurkan pada 2018 dengan total 33 event dan melalui program serta promosi lewat media sosial jumlah kunjungan meningkat dari target 1,3 juta menjadi 1.300.088 juta kunjungan. Di tahun 2024 ini Disbudporapar mentarget sebanyak 1,5 juta kunjungan wisatawan.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Perangkat keras yang tersedia di Disbudporapar sudah cukup memadai terutama berkaitan dengan alat elektronik umum seperti Wi-Fi, komputer dan printer. Tingkat konektivitas di Kabupaten

Sumenep sudah cukup baik. Keberadaan media sosial sudah dimanfaatkan dengan baik. Pemanfaatan dana dan anggaran untuk kegiatan sudah cukup baik. Dinas tersebut juga mengikuti kegiatan pembinaan dan pelatihan untuk peningkatan kapasitas sumber daya manusia baik secara *online* maupun *offline*. Perangkat hukum yang menjadi patokan mengenai peraturan dalam menggunakan media elektronik sudah sangat jelas. Media sosial menawarkan platform yang lebih luas, lebih interaktif, dan lebih langsung untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Hal ini dimanfaatkan oleh Kabupaten Sumenep untuk mulai menyeimbangkan antara promosi melalui media konvensional seperti brosur yang kemudian menggunakan media sosial untuk lebih mengenalkan pariwisata Sumenep ke khalayak ramai.

Saran

Dinas Kebudayaan kepemudaan olahraga dan pariwisata Kabupaten Sumenep diharapkan untuk konsisten dan terus beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Masyarakat semakin sering menggunakan media sosial dan hal tersebut dapat menjadi peluang bagi Kabupaten Sumenep khususnya untuk memperkenalkan pariwisata untuk menarik minat calon wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata di Kabupaten Sumenep.

Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). *Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata*. 1(1), 76–83.

Sumarna, A. (2024). *Penerapan Kebijakan E-Government dalam Peningkatan Mutu Pelayanan Publik di UPTD Pelatihan Kerja Kabupaten Bandung*. 3(2), 936–944.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Undang-Undang

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2002 *Tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 100 Tahun 2000 Tentang Pengangkatan Pegawai Negeri Sipil dalam Jabatan Struktural*.

Keputusan Badan Kepegawaian Negara Nomor 13 Tahun 2002 *Tentang Pengangkatan Pegawai Negeri Sipil dalam Jabatan Struktural*.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 *Tentang Keterbukaan Informasi Publik*.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 *Tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*.

Buku dan Jurnal

Darmawan, N., Lubis, M. R., Revida, E., Putra, S. H., Saputra, S., Jamaludin, Negara, A. S., & Simarmata, J. (2020). *E-Government: Implementasi, Strategi dan Inovasi* (T. Limbong (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.

Dewi, K., Angligan, I. G. K. H., & Mahardika, I. M. N. O. (2023). *Strategi Meningkatkan Peran Media Sosial Dalam Membranding Destinasi Wisata Sebagai Media*. 2(1), 1–11.

Gebreel, O. S. S., & Shuayb, A. (2019). *Contribution of Social Media Platforms in Tourism Promotion*. 1(2), 189–198.

Indrajit, R. E. (2007). *Electronic Government in Action Strategi Implementasi di Berbagai Negara*. ANDI.

Kumar, P., & Kumari, N. (2022). *Impact of Social Networking Sites on Tourism and Hospitality Industry*. 7(8), 478–483.