

## **Peran Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pariwisata di Curug 9 Desa Tanah Hitam Bengkulu Utara**

Sri Dwi Fajarini<sup>1</sup>, Sepri Sireski Ade Saputra<sup>2</sup>

Universitas Muhammadiyah Bengkulu

e-mail: sridf@umb.ac.id

[rizki.ade2809@gmail.com](mailto:rizki.ade2809@gmail.com)

### *Abstract*

This exploration is inspired by the peculiarity of the improvement of web-based entertainment, particularly Instagram whose presence can give comfort to clients to find data on the web. Likewise, Instagram additionally has different capabilities going from data media, investigation media, to special media. From this peculiarity, the reason for this not set in stone, specifically to decide the job of Instagram online entertainment for the purpose of the travel industry advancement in the town of Curug 9 Tanah Hitam, North Bengkulu. This examination is a subjective exploration with information assortment procedures, in particular participatory perception and meetings. This examination is related with the investigation of Lasswell's Communication Strategy Theory by involving components in Lasswell's correspondence model comprising. The consequences of study demonstrate Instagram virtual entertainment affects the travel industry advancement process, taking into account that Instagram is the most famous online entertainment among young people and even grown-ups today. Since by utilizing Instagram, the messages passed will be all the more immediately dispersed on to people in general.

**Keywords: Social Media, Instagram, Promotion, Tourism, Curug 9 Tanah Hitam Village, North Bengkulu.**

### **Abstrak**

Eksplorasi ini diilhami oleh kekhasan peningkatan hiburan berbasis web, khususnya Instagram yang kehadirannya dapat memberikan kenyamanan bagi klien untuk mencari data di web. Begitu juga Instagram juga memiliki kemampuan yang berbeda-beda mulai dari media data, media investigasi, hingga media khusus. Dari keganjilan tersebut, alasan tidak tegas, khususnya untuk menentukan pekerjaan hiburan online Instagram dalam rangka kemajuan industri perjalanan wisata di kota Curug 9 Tanah Hitam, Bengkulu Utara. Pemeriksaan ini merupakan eksplorasi subjektif dengan prosedur pemilahan informasi, khususnya persepsi dan pertemuan partisipatif. Penelitian ini terkait dengan kajian Teori. Konsekuensi dari penelitian ini menunjukkan bahwa hiburan virtual Instagram mempengaruhi proses kemajuan industri perjalanan, mengingat Instagram adalah hiburan online paling terkenal. Karena dengan memanfaatkan Instagram, pesan-pesan yang disampaikan akan semakin langsung tersebar ke masyarakat pada umumnya.

**Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Promosi, Pariwisata, Curug 9 Desa Tanah Hitam Bengkulu Utara**

## PENDAHULUAN

Sepanjang kehidupan sekarang, terbukti bahwa peningkatan inovasi dan data begitu cepat. Itulah sebabnya orang-orang saat ini sangat imajinatif dengan menggunakan kompleksitas inovasi dan data yang sangat berkembang dalam karya-karya baru, dan dengan memanfaatkan hal-hal yang berkembang pesat untuk menyampaikan waktu. Karena inovasi data yang berkembang penuh, individu saat ini dapat mengakses data apa pun di Internet dan berbicara dengan orang lain melalui aplikasi hiburan berbasis web. Akses dan lakukan data kapan pun, di mana pun. Kelompok orang mendapat keuntungan secara signifikan dengan mendorong inovasi dan data, karena individu dapat memulihkan imajinasi mereka dengan menggunakan inovasi dan data (Fauzi et al., 2022).

Masuk Karena data, pengalihan, pelatihan, penerimaan informasi dari berbagai

wilayah di planet ini. Kemajuan dalam inovasi dan data serta gadget yang semakin disempurnakan yang disampaikan oleh industri tampaknya menguasai dunia. sejalan dikatakan, khususnya kata-kata level seperti yang mendapatkan pujian semua mendapatkan apa saja. Karya yang konvensional semakin banyak dibuka di web (Salafudin, n.d.).

Pengalihan elektronik adalah media di web yang memungkinkan klien untuk berurusan dengan diri mereka sendiri dan berinteraksi, berkoordinasi, berbagi, berkomunikasi dengan berbagai klien, dan membuat ikatan sosial virtual. Ada enam pengelompokan umum untuk studi pembagian pengalihan virtual, secara eksplisit:

- 1) saling berkomentar, dan berbagi, baik koneksi web lainnya, data, dll. Jenis hiburan berbasis web ini dapat dibagi menjadi dua: pertama, klasifikasi halaman arahan individu.

, Dan seterusnya. Beberapa contoh media berbagi ini adalah YouTube, Flickr, Photo container, atau Snapfish.

2). Microblogging, Microblogging adalah semacam hiburan virtual yang bekerja dengan klien untuk menyusun dan mendistribusikan latihan dan anggapan mereka. Hiburan virtual semacam ini seperti Twitter. Di Twitter, klien diberi ruang khusus dengan batas 140 karakter.

3). adalah sejenis hiburan virtual yang memudahkan klien (rekaman), suara, dll..

4). Social Bookmarking adalah sebuah hiburan virtual yang memiliki kemampuan untuk memilah, menyimpan, mengawasi dan mencari data atau berita tertentu di web. Data yang diberikan oleh hiburan online adalah data yang tidak lengkap. Artinya, klien hanya diberikan data yang dapat berupa.

5). Wiki adalah media atau situs yang secara otomatis mengizinkan klien untuk bekerja sama mengumpulkan konten bersama. Wiki mengisolasi dua jenis hiburan online ini, khususnya terbuka dan

pribadi. Wikipedia adalah gambar wiki publik di mana konten dapat diakses secara terbuka oleh klien. Sedangkan jenis wiki yang bersifat pribadi atau terbatas yang harus diubah dan digabungkan pada premis terbatas.

6). Komunikasi informal jarak jauh, Jejaring Sosial atau Social Networking adalah media yang paling dikenal melalui hiburan online. internet. Adanya lokal interaksi interpersonal seperti Facebook, Twitter, Instagram dan lain-lain (Fauzi et al., 2022).

Hiburan virtual memungkinkan individu untuk menyampaikan tanpa dibatasi oleh jarak. Hiburan berbasis web sangat mempengaruhi keberadaan manusia di masa sekarang. Seorang individu yang awalnya terbatas bisa menjadi sempurna begitu juga sebaliknya. Begitu banyak manfaat hiburan virtual bagi daerah, cenderung dimanfaatkan sebagai media untuk maju, pamer, melacak pergaulan, mempererat tali persaudaraan, dan lain-lain (Salafudin, n.d.).

Salah satu media yang saat ini sedang menjadi pusat perhatian saluran lanjutan, menawarkannya pada komunikasi informal jarak jauh, termasuk milik Instagram.<sup>4</sup> Kemudahannya membuat aplikasi ini menarik untuk berbagai pertemuan. Sebagian besar menggunakan Instagram mengetahui aktivitas untuk mengarsipkan menggunakannya agar terlihat keren. Akhirnya, orang dan terus bekerja (Afifah, 2021).

Pada gilirannya, Instagram telah mengubah kemampuannya dari yang awalnya berbagi foto atau rekaman yang ditransfer menjadi panggung khusus. Saat ini, banyak pengguna akun hiburan virtual Instagram yang membuat rekaman sendiri membagikan foto atau rekaman individu, tetapi mentransfer foto sepenuhnya dengan tujuan memajukan produk (Salafudin, n.d.).

Pemanfaatan hiburan virtual Instagram melibatkan masyarakat setempat dalam menyelesaikan berbagai latihan mulai dari pengalihan, melanjutkan

pekerjaan, mencari data atau latihan luar biasa orang-orang mulai memengaruhi metode perkembangan dari tradisional ke modern, khususnya kemajuan menggunakan hiburan virtual. Kemajuan melalui hiburan berbasis web akan mempengaruhi faktor luar yang mempengaruhi pandangan pembeli terhadap suatu barang, yang dengan demikian akan mempengaruhi minat beli pembeli.

Memanfaatkan hiburan virtual sepenuhnya bertujuan untuk menampilkan produk atau layanan mereka, memberikan informasi khusus kepada pembeli dan mempromosikan produk yang mereka hasilkan. Hiburan virtual digunakan sebagai perangkat khusus waktu terbatas untuk meningkatkan kesadaran pembeli akan barang tersebut, mengembangkan gambar barang lebih lanjut, dan pada akhirnya meningkatkan kesepakatan. Mengingat kemajuan bidang industri perjalanan (Afifah, 2021).

Industri perjalanan merupakan salah satu

kemampuan perekonomian individu, salah satu kemampuannya adalah menggarap bantuan pemerintah daerah setempat dan pergantian wilayah. Ini adalah efek samping dari periode yang bergantung pada kebutuhan, kesadaran akan keunggulan, kesenangan, dan kesenangan di alam semesta, serta meningkatnya hubungan berbagai negara dan pertemuan budaya manusia karena peningkatan pertukaran, industri, dan pertukaran. . Apalagi industri travel telah menjadi kebutuhan bagi kehidupan individu saat ini, dengan adanya travel industry mereka dapat berakumulasi untuk menginvestasikan tenaga bersama keluarga, sahabat atau anggota keluarga untuk menambah wawasan anak muda, mengetahui keunikan tempat liburan. mereka mengunjungi dan hanya bersantai dari pekerjaan. (Afifah, 2021).

Salah satu kunjungan di Provinsi Bengkulu yang memiliki potensi normal dan unggulan yang patut ditelaah dan dikunjungi adalah wisata industri di

Kabupaten Bengkulu Utara

. Bukan tanpa alasan Bengkulu Utara dinobatkan sebagai Bumi Seribu Air Terjun. Karena lokasi ini adalah rumah bagi rangkaian air terjun indah yang patut dikunjungi. Membahas riam, Bengkulu Utara juga memiliki riam yang sangat bagus. Namanya Curug 9 atau disebut juga riam bertingkat utama yang diklaim oleh Provinsi Bengkulu dan merupakan riam terindah di Kabupaten Bengkulu Utara khususnya. Curug 9 (Setyorini, 2019).

Curug 9 juga sering disebut-sebut sebagai surga rahasia di Kabupaten Bengkulu Utara karena keberadaannya yang masih sangat sulit dijangkau dan wisatawan ke Curug 9 masih terbilang sedikit dibandingkan dengan air terjun lainnya di Kabupaten Bengkulu Utara. Hal ini ditunjukkan dengan informasi tamu pada tahun 2021 ke atas 746 tamu, yaitu pada Januari 51 tamu, 63 Februari tamu, 140 Maret tamu, April 66 tamu, Mei 187 tamu, Juni 154 tamu, 63 Juli tamu, 12 Agustus tamu, 14 September tamu , 25 Oktober

tamu, 57 November tamu dan pada Desember 2021 lebih dari 25 tamu untuk cascade 9. Dalam melewati industri perjalanan ini memiliki strategi korespondensi waktu terbatas sangat penting. Agar kawasan industri perjalanan dapat berkembang secara ideal, diperlukan suatu prosedur surat menyurat yang meliputi kerjasama dengan DPRD setempat, tempat kerja industri perjalanan wisata, pelaku usaha industri perjalanan wisata dan jaringan lingkungan dalam menciptakan kawasan wisata serta memerlukan media dalam siklus kemajuannya, salah satunya adalah hiburan online Instagram. media. Prosedur korespondensi dan administrasi ideal kawasan industri perjalanan dapat memberikan pintu terbuka yang berharga bagi distrik dan jaringan terdekat untuk hidup aktif dan bebas (Situmeang, 2020). Berdasarkan gambaran di atas, para pencipta tertarik untuk mengarahkan penelitian lebih lanjut tentang pemanfaatan hiburan virtual Instagram untuk tujuan

kemajuan.

## **KAJIAN TEORI**

Penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Lasswell, seorang ahli politik Amerika pada tahun 1948 mengajukan hipotesis dan pengujian korespondensi massa, khususnya hipotesis korespondensi Lasswell yang dianggap paling awal (1948). Lasswell menyatakan bahwa cara paling ideal untuk memahami siklus korespondensi adalah dengan menanggapi pertanyaan: Siapa mengungkapkan apa di saluran mana kepada siapa dengan dampak apa (Luas et al., 2020).

Komponen dalam model korespondensi Lasswell

Komponen korespondensi dapat dimanfaatkan sebagai perangkat untuk menilai siklus korespondensi dan menilai setiap komponen korespondensi (Luas et al., 2020)

siapa? memiliki menyampaikan melalui surat menyurat, cenderung berupa

individu, perkumpulan, perkumpulan, atau negara sebagai komunikator.

b) Says What (pesan) apa yang disampaikan/disampaikan kepada penerima (komunikasi), dari sumber (komunikator) atau isi data. Ini adalah sekumpulan gambar verbal/non-verbal yang membahas sentimen, nilai, pemikiran/harapan dari sumbernya. Ada 3 bagian pesan, menjadi signifikansi spesifik, gambar untuk menyampaikan kepentingan, dan struktur/asosiasi pesan.

c) Dimana saluran (melalui media cetak/elektronik), dan seterusnya).

d) Kepada siapa (beneficiary/to whom) individu/kelompok/asosiasi/negara yang mendapatkan pesan dari sumber.

e) Dengan apa dampak (influences/impacts) dampak/dampak (kolektor) mendapatkan sumbernya, mentalitas, perluasan informasi.

Pandangan dunia korespondensi Lasswell menyatakan:

Korespondensi harus membuat perbedaan, khususnya munculnya

perubahan dalam perilaku orang banyak, khususnya:

Adanya penyesuaian derajat informasi (mental)

Perubahan derajat perasaan/perasaan (emosional)

Ada penyesuaian derajat tingkah laku (psikomotor)

### **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini pencipta menggunakan cara subjektif untuk menyikapi melihat keadaan normal dari suatu kekhasan. Metodologi subjektif sangat berharga untuk menggambarkan realitas dan keadaan sosial di mata publik. Sesuai Nasution (dalam Sudjarwo, 2001:25). Metodologi subjektif adalah metodologi yang bergantung pada kebenaran di lapangan dan apa yang dialami oleh narasumber.

Selanjutnya, spesialis menggunakan strategi eksplorasi subjektif. Alasan dilakukannya investigasi dengan strategi ini adalah untuk memperkenalkan garis besar atau pemahaman tentang bagaimana

dan mengapa suatu keanehan atau kebenaran korespondensi terjadi. Eksplorasi subjektif adalah strategi dalam pandangan pemahaman pencipta atau spesialis. Pemeriksaan dipimpin dalam keadaan normal.

Teknik yang menarik digunakan untuk menggambarkan realitas atau bidang tertentu dengan sengaja. Cari tahu mengelola sebanding dapatkan pertemuan pilihan untuk apa. Pemeriksaan subyektif adalah eksplorasi untuk memahami kekhasan apa yang mampu dilakukan oleh subjek penelitian secara komprehensif jelas seperti kata-kata dan bahasa dalam keadaan tertentu, terutama yang logis dan dengan menggunakan teknik normal yang berbeda. (Mulyana, 2010:145).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Industri perjalanan adalah salah satu hal penting bagi suatu negara secara keseluruhan dan secara spesifik lokal. Dengan industri perjalanan ini, suatu negara atau lebih tepatnya pemerintah terdekat tempat ditemukannya tempat

liburan. Industri perjalanan juga merupakan produk yang diperlukan oleh setiap orang. Peralannya, olahraga jalan-jalan bagi orang-orang dapat meningkatkan daya imajinasi, menghilangkan kesibukan, bersantai, berbelanja, bisnis, mengetahui warisan otentik dan sosial dari klan tertentu, kesejahteraan industri perjalanan dan mistisisme.

Mengingat konsekuensi eksplorasi yang dilakukan para ilmuwan terhadap pekerjaan hiburan virtual Instagram untuk kemajuan industri wisata di Desa Curug 9 Tanah Hitam, Bengkulu Utara, kualitas saksinya kuat.

Dalam ulasan ini, ilmuwan memutuskan sumber eksplorasi berdasarkan strategi pengujian purposive, di mana spesialis memilih individu tertentu berdasarkan validitas, kapasitas, dan pemahaman mereka tentang masalah dalam konsentrat ini serta individu yang secara langsung terlibat dengan masalah untuk dipertimbangkan.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan sesi tanya jawab dengan beberapa informan dari masyarakat dan perangkat pengolah pariwisata mengenai Strategi Komunikasi Desa Curug 9 Tanah Hitam Bengkulu Utara.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti dapat diketahui bahwa wisatawan akan tertarik dengan isi pesan tentang suatu objek wisata. menarik dan unik serta berbeda dengan air terjun lainnya yang memiliki sembilan air terjun dengan keindahan hutan lindung. Dalam penelitian yang dilakukan, umumnya wisatawan tertarik untuk datang berkunjung setelah mendapatkan informasi di media sosial. Pada dasarnya media promosi yang digunakan mengenai objek wisata Curug 9 di Desa Tanah Hitam Bengkulu diperoleh wisatawan lebih banyak melalui media online dan media sosial Instagram dibandingkan dengan media konvensional yang ada seperti media elektronik dan media cetak. Hal ini dikarenakan kemajuan peradaban digital

telah mengubah penggunaan media dalam memperoleh informasi, terutama dengan destinasi wisata yang layak untuk dikunjungi. Kemampuan membuat isi pesan dan bentuk promosi yang digunakan mampu menarik perhatian wisatawan untuk datang berkunjung ke objek wisata Curug 9 ini.

Dalam penelitian ini, peneliti mengaitkan teori strategi komunikasi Lasswell sebagai pisau analisis yang berbunyi (Who Say What Channel To Whom With What Effect). untuk melihat bagaimana Desa Curug 9 Tanah Hitam Bengkulu Utara. Hal ini terbukti dari hasil penelitian bahwa pengaruh yang sangat berperan dalam proses promosi pariwisata adalah dengan menggunakan media sosial. Dari hipotesis Laswell yang terkait dengan eksplorasi ini, sangat mungkin beralasan bahwa 5 komponen who, get out what, in which channel, to who, dengan pengaruh apa ilmuwan memperhalus objek pemeriksaan, secara spesifik:

1. Siapa

melalui surat menyurat, dapat berupa orang, perkumpulan, perkumpulan, atau negara sebagai komunikator.

Dalam ulasan ini, jelas, direktur Curug 9 Desa Tanah Hitam, Bengkulu Utara, berubah menjadi komunikator untuk menyampaikan pesan ke daerah setempat.

2. Mengungkapkan dengan lantang Apapun

substansi data. Ini adalah sekumpulan gambar verbal/non-verbal yang membahas sentimen, nilai, pemikiran/harapan dari sumbernya. Ada 3 bagian pesan, menjadi signifikansi spesifik, gambar untuk menyampaikan kepentingan, dan struktur/asosiasi pesan.

Pesan yang disampaikan sehubungan dengan pemeriksaan ini adalah pesan edukatif, yang berisi data tentang tempat wisata Curug 9 dan segala kelebihan yang dimilikinya.

3. Di Saluran Mana (saluran/media)

Menyiratkan/perangkat (penerima manfaat) baik secara langsung (eye to eye), atau secara tidak langsung (melalui

media cetak/elektronik, dan sebagainya).

.

Channel pengelola wisata Curug 9 Desa Tanah Hitam Bengkulu Utara yang sangat populer adalah Media Sosial Instagram. Pesan yang disampaikan kepada masyarakat melalui media sosial dikemas dalam bentuk informasi tentang Curug 9 yang kemudian dibagikan dalam postingan atau Instagram Stories.

4. Kepada siapa

Individu/kelompok/asosiasi/negara yang menerima pesan dari sumbernya. Penerima pesan dalam penelitian ini adalah lapisan masyarakat, hal ini sama sekali tidak membatasi wilayah lokal karena pesan yang disampaikan melalui web pada dasarnya tidak dibatasi oleh realitas.

5. Dengan Efek Apa?

Efek atau dampak yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah mendapatkan pesan dari suatu sumber, misalnya penyesuaian disposisi dan perluasan informasi tentang informasi

tentang air terjun 9 dan membuat masyarakat tertarik untuk mengunjungi wisata air terjun 9 dari informasi yang disampaikan melalui media sehingga berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung wisata air terjun 9.

Paradigma komunikasi Lasswell menyarankan:

Komunikasi harus mempunyai pengaruh, yaitu perubahan perilaku khalayak, yaitu:

- Terjadi perubahan tingkat pengetahuan (kognitif) Masyarakat lebih mengetahui informasi tentang wisata air terjun 9 melalui media sosial yang digunakan.
- Terjadi perubahan tingkat emosi/perasaan (afektif) Setelah melihat informasi yang dikemas melalui media sosial, terjadi perubahan sikap masyarakat, perasaan ingin berkunjung ke wisata air terjun 9
- Terjadinya perubahan tingkat perilaku (psikomotor)

Hal ini terlihat dari hasil yang diperoleh seperti views, likes komentar, dan share dari publik pada postingan atau postingan pengelola akun yang kemudian meningkatkan jumlah pengunjung waterfall.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan pisau analitik Lasswell dengan menggunakan elemen-elemen dalam model komunikasi Lasswell yang terdiri dari *Who* (siapa), *Says What* (Pesan), *In which Channel* (Channel/media), *To Whom* (Penerima/ kepada siapa) dan *Apa Pengaruhnya* (dampak/efek, dapat disimpulkan bahwa pengelola wisata Curug 9 Desa Tanah Hitam Bengkulu Utara telah menjawab cakupan informasi mengenai Curug 9 Desa Tanah Hitam Bengkulu dari teori komunikasi Lasswell Informasi dan Komunikasi merupakan faktor utama dan terpenting dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke wisata Curug 9 Desa Tanah Hitam Kecamatan Padang Jaya Kabupaten

Bengkulu Utara dalam hal ini penyebaran informasi atau komunikasi strategi yang dilakukan pengelola wisata Curug 9 dalam upaya meningkatkan pengunjung yaitu dengan menggunakan peran media sosial sebagai perantara yaitu media sosial media instagram .

Alasan Promosi melalui Instagram adalah untuk lebih dikenal ke daerah yang lebih luas, mencari dukungan dari kontributor, dan mendapatkan lebih banyak tamu. Komponen yang digunakan adalah sorot transfer foto dan video dengan menambahkan tulisan, tagar (#), labeling, peta, aroba, dan mengaitkan dengan hiburan online lainnya. diperoleh penggunaan peningkatan membuat keberadaan Curug 9 Tanah Hitam Desa Bengkulu semakin dikenal dan beberapa Follower membantu mempromosikan wisata ini melalui akun Instagram mereka.

## REFERENSI

Afifah, M. (2021). *PERAN AKUN INSTAGRAM @KEBUNREFUGIAMAGETAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT*

*PENGUNJUNG WISATA KEBUN REFUGIA MAGETAN.*

Luas, A. F., Sondakh, M., & Londa, J. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM MENUNJANG PROGRAM PENGURANGAN KEMASAN PLASTIK PADA MASYARAKAT KELURAHAN TOSURAYA BARAT | Luas | ACTA DIURNA KOMUNIKASI. *Acta Diurna Komunikasi*, 1–14. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/27106>

Salafudin, M. (n.d.). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI.*

Setyorini, T. (2019). *Ke.* <https://m.merdeka.com/gaya/keunikana-air-terjun-sembilan-tingkat-punya-bengkulu-utara.html>

Komunikasi Pariwisata: Menciptakan Seminyak Menjadi Top of Mind Tujuan Wisata Di Bali. *Scriptura*, 10(1), 43–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.10.1.43-52>