

ABSTRAK

Pada sektor pariwisata media sosial dimanfaatkan salah satunya untuk menarik minat dari para wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tertentu. Dampak yang terjadi yakni masyarakat menjadi lebih terfasilitasi dengan kemudahan yang ada dari adanya media sosial tersebut. Dalam penggunaan Instagram sebagai alat untuk pemasaran, pemasar perlu memahami berbagai menu yang disediakan oleh Instagram. Permasalahan pariwisata sebagian besar memang disebabkan oleh strategi pemasaran khususnya aspek promosi yang digunakan kurang tepat dan sangat lemah. Hal tersebut ditunjukkan dari beberapa temuan yang menunjukkan bahwa minimnya informasi obyek wisata pada masyarakat, penggunaan sistem informasi pemasaran berbasis teknologi informasi masih terdapat berbagai permasalahan, media promosi dan kemudahan pelayanan melalui penggunaan teknologi informasi belum dilakukan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengetahuan pengelola dalam tatakelola promosi wisata yang sangat rendah, sehingga perlu strategi promosi yang tepat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran Instagram dalam meningkatkan minat berkunjung di Pantai Tlangoh Kabupaten Bangkalan serta merumuskan strategi pengelolaan aktivitas pemasaran berbasis Instagram dalam meningkatkan minat berkunjung di Pantai Tlangoh Kabupaten Bangkalan.

Kata Kunci: Instagram, Minat Berkunjung, Pariwisata

ABSTRACT

In the tourism sector, social media is used to attract tourists to visit certain tourist objects. The impact that occurs is that people become more facilitated with the convenience that exists from the presence of social media. In using Instagram as a tool for marketing, marketers need to understand the various menus provided by Instagram. Most of the tourism problems are caused by the marketing strategy, especially the promotional aspects that are used inappropriately and are very weak. This is shown from several findings which show that the lack of information on tourism objects in the community, the use of information technology-based marketing information systems still has various problems, promotional media and ease of service through the use of information technology have not been carried out. This condition indicates that the manager's knowledge of tourism promotion management is very low, so an appropriate promotion strategy is needed. The purpose of this study was to analyze the role of Instagram in increasing interest in visiting Tlangoh Beach, Bangkalan Regency and to formulate a strategy for managing Instagram-based marketing activities in increasing interest in visiting Tlangoh Beach, Bangkalan Regency.

Keyword: Instagram, Interest In Visiting, Tourism