

Abstrak

Latar belakang penelitian ini adalah implementasi strategi promosi yang kurang memadai dalam pengembangan destinasi wisata alam Pantai Tlangoh di Tanjung Bumi Provinsi Bangkalan. Berdasarkan kondisi objektif yang terdapat pada judul, peneliti menemukan beberapa permasalahan yaitu sarana dan prasarana desa wisata yang kurang optimal. Terdapat masyarakat yang belum memanfaatkan secara maksimal potensi Pantai Tlangoh yang merupakan destinasi wisata alam, dikarenakan keterbatasan dana dan kualitas SDM untuk mendukung kegiatan promosi destinasi wisata, rendahnya kesadaran akan wisata. Maka tujuan dari penelitian ini melihat manfaat social media sebagai bahan promosi dalam mengembangkan wisata pantai Tlangoh. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif analisis dan metode yang digunakan adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan survei kepustakaan dan survei lapangan berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini yaitu tidak adanya sponsor; Kurangnya aksesibilitas untuk mendapatkan atau mencari informasi di biro perjalanan wisata (travel agency), kurangnya pengetahuan masyarakat sekitar mengenai media social. Upaya mengatasi kendala tersebut antara lain (1) melibatkan lembaga pendidikan, media elektronik dan melakukan promosi di akun media sosial; (2) pengawasan manajemen untuk memberikan pelayanan yang maksimal; Ada perbaikan jalan menuju darat dan perbaikan fasilitas infrastruktur di kawasan wisata.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Pengembangan Wisata, Pantai Tlangoh

Abstract

The background of this research is the inadequate implementation of promotional strategies in the development of the Tlangoh Beach natural tourist destination in Tanjung Bumi, Bangkalan Province. Based on the objective conditions contained in the title, the researcher found several problems, namely the facilities and infrastructure of tourist villages that were less than optimal. There are people who have not made full use of the potential of Tlangoh Beach which is a natural tourist destination, due to limited funds and quality human resources to support tourist destination promotion activities, low awareness of tourism. So the purpose of this research is to look at the benefits of social media as promotional materials in developing beach tourism Tlangoh. This study uses a descriptive analysis research design and the method used is qualitative. Data collection techniques used library surveys and field surveys in the form of observations, interviews, and documentation. The results of this study were that there was no sponsor; Lack of accessibility to get or search for information at travel agencies, lack of knowledge of the local community about social media. Efforts to overcome these obstacles include (1) involving educational institutions, electronic media and promoting on social media accounts; (2) management supervision to provide maximum service; There are road improvements to the land and infrastructure facilities in tourist areas.

Keywords: Promotion Strategy, Tourism Development, Tlangoh Beach