JOURNAL Fillgap.id

FILLGAP IN MANAGEMENT AND TOURISM
Current issues in bussiness, management, and tourism

STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAYA TARIK NGALAU INDAH PANGIAN KECAMATAN LINTAU BUO KABUPATEN TANAH DATAR

RIZKI WAHYUDA PUTRA
Wahyudarizki93@gmail.com

DWI PRATIWI WULANDARI
Department Pariwisata Universitas Negeri Padang
dwipratiwi@fpp.unp.ac.id

Abstract

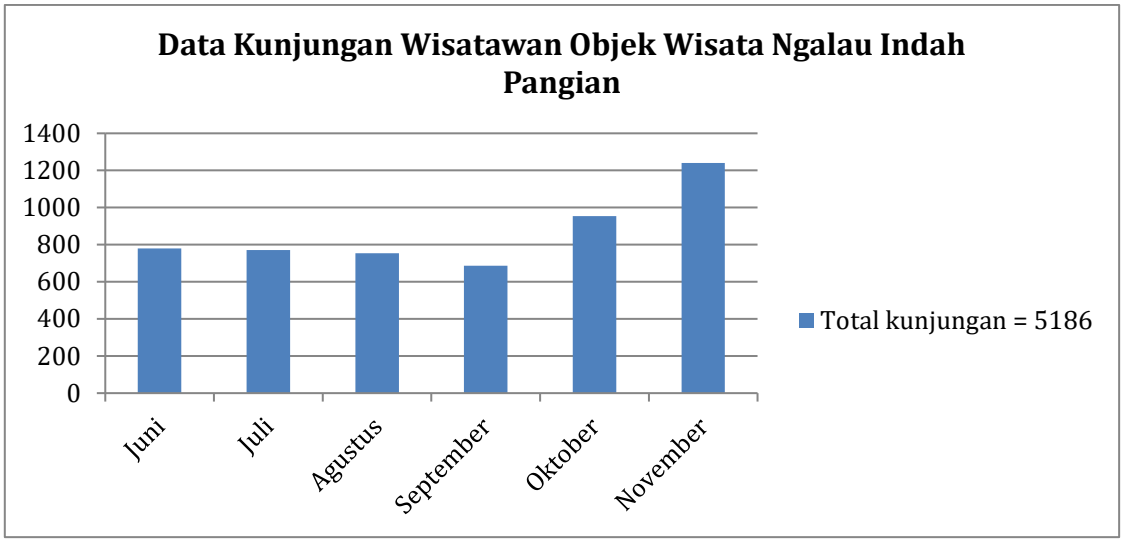
Penelitian ini dilatar belakangi permasalahan yang berkaitan dengan pemasaran melalui media sosial instagram daya tarik Ngalau Indah Pangian ditinjau dari 4 indikator yaitu: *Context*, *Communication*, *Collaboration*, *Connection* di akun instagram Pesona_pangian yang dikelola oleh Pokdarwis Ngalau Indah Pangian Kabupaten Tanah Datar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Ngalau Indah Pangian Kecamatan Lintau Buo Kabupaten Tanah Datar melalui Instagram.Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi melibatkan 9 informan kunci yang diolah dengan teknik *Purpuosive Sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT, yaitu dengan mengidentifikasi Kekuatan (*Strenghts*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan Ancaman (*Threats*) dari *Context*, *Communication*,*Collaboration*, *Connection* yang dimuat pada akun Instagram Pesona_pangian.Strategi yang diperoleh secara garis besar adalah dari segi *Context* yaitu meningkatkan kualitas konten dengan dibuatnya ciri khas pada setiap unggahan, dari segi *Communication* yaitu dibuatnya jam operasional untuk mengetahui jam oline atau offline admin akun Instagram Pesona_pangian dan dengan menambah jumlah admin, dari segi *Collaboration* yaitu mulai melakukan kolaborasi dengan *Influencer* lokal maupun internasional, dari segi Connection yaitu melakukan pendekatan lebih dalam kepada pengikut akun Instagram Pesona_pangian untuk meningkatkan koneksi di Daya Tarik Ngalau Indah Pangian Kecamatan Lintau Buo Kabupaten Tanah Datar.

Keywords: ***Strategi Pemasaran, Media Sosial, Instagram***.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi wisata yang sangat banyak, baik wisata alam maupun wisata budaya. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi setiap wisatawan domestik maupun mancanegara. Sektor pariwisata di Indonesia terus dikembangkan sehingga pada saat ini pariwisata merupakan salah satu sektor yang banyak diminati dan dianggap sebagai lapangan pekerjaan yang selalu berkembang. James J. Spilane dalam (Diwangkara *et al.*, 2020), pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain dan bersifat sementara, dilakukan perorangan ataupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan, keserasian dalam dimensi sosial budaya dan ilmu. Salah satu potensi pariwisata yang terus berkembang dan banyak diminati oleh wisatawan adalah wisata alam. Menurut Partono & Rahman (2016), wisata alam adalah kegiatan perjalanan yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungan sebagai tujuan untuk menikmati daya tarik wisata. Wisata alam memiliki sumber daya yang berasal langsung dari alam.

Salah satu daerah di Sumatra Barat yang memiliki potensi wisata alam yaitu Kecamatan Lintau Buo, Kabupaten Tanah Datar, salah satu objek wisata terpopuler di Lintau Buo adalah Ngalau Indah Pangian. Ngalau Indah Pangian merupakan salah satu objek wisata alam yang memiliki unsur geologi terkemuka, di mana masyarakat setempat juga berperan melindungi warisan alam tersebut (Humas Pemkab Tanah Datar, 2021). Berdasarkan hasil observasi pra penelitian yang melakukan wawancara kepada Pokdarwis Ngalau Indah Pangisn didapatkan data kunjungan wisatawan objek wisata Ngalau Indah Pangian dapat dilihat pada diagram berikut.



Sumber: Pengelola Objek Wisata Ngalau Indah Pangian, 2022

Berdasarkan diagram dan hasil wawancara pra penelitian dengan Pokdarwis, diketahui bahwa tingkatan kunjungan wisatawan di kawasan objek wisata Ngalau Indah Pangian yang baru diresmikan di tahun 2021 tidak stabil. Kunjungan wisatawan merupakan suatu peluang yang sangat baik untuk melihat potensi kawasan objek wisata Ngalau Indah Pangian. Hal ini terlihat dari jumlah wisatawan sebanyak 780 orang pada bulan Juni. Pada bulan berikutnya, jumlah wisatawan mengalami penurunan hingga bulan Agustus, kemudian mengalami kenaikan jumlah wisatawan kembali pada bulan Oktober hingga November. Jumlah pengunjung yang tidak stabil ini tentu saja tidak terlepas dari faktor pemasaran yang dilakukan oleh pengelola agar wisatawan mengetahui informasi tentang daya tarik wisata yang akan dikunjunginya.

Gunelius dalam Santoso (2017), *social media marketing* merupakan bentuk pemasaran yang dipakai untuk menciptakan kesadaran, pengakuan, ingatan dan bahkan tindakan terhadap suatu merek, produk, bisnis, individu atau kelompok baik secara langsung atau tidak langsung dengan menggunakan alat dari *web social* seperi *blogging*, *microblogging* dan jejaring sosial. Seiring dengan berkembangnya teknologi, pemasaran pada media sosial juga ikut berkembang dan banyak digunakan. Menurut Solis dalam Sanjaya (2021) terdapat 4C yang dipakai untuk dimensi dalam mengukur pemasaran media sosial, yaitu *Context*, *Communication*, *Collaboration*, dan *Connection.*

Tidak stabilnya jumlah kunjunga yang diperoleh pada table 1, sehingga penulis merasa perlu dikaji strategi pemasaran melalui media sosial instagram yang sesuai dalam upaya meningkatkan kunjungan daya tarik wisata Ngalau Indah Pangian, oleh sebab itu penulis melakukan penelitian yang berjudul **"Strategi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram Daya Tarik Wisata Ngalau Indah Pangian Kecamatan Lintau Buo Kabupaten Tanah Datar".**

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pemasaran melalui media sosial Instagram daya tarik wisata Ngalau Indah Pangian Lintau Buo. Menurut Sukmadinata (2013), menyatakan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan dan mengambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas dan keterkaitan antar kegiatan, informan pada penelitian ini memiliki 9 orang informan, Teknik pengumpulan data pada penilitian ini yaitu : wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri.Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi di Daya Tarik Ngalau Indah Pangian, dapat disimpulkan kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weaknesse)*, peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari setiap indikator strategi pemasaran melalui media sosial sebagai berikut:

a. *Context*

1) Kekuatan (*Strenghts*)
   a) Keindahan pemandangan di Ngalau Indah Pangian menjadi daya tarik utama yang dapat dijadikan konten.
   b) Pembuatan konten membutuhkan biaya yang relatif ekonomis.
   c) Konten dengan mudah dapat tersebar ke pengguna lainnya.
2) Kelemahan (*Weaknesse*)

a) Konten yang diunggah oleh akun Media Sosial Instagram Ngalau Indah Pangian kurang terfokus pada pemasaran keindahan Ngalau Indah Pangian.
b) Informasi yang disampaikan mengenai Ngalau Indah Pangian belum lengkap.
c) Peralatan yang digunakan untuk pembuatan konten masih terbatas.

3) Peluang (*Opportunities*)
a) Ketersediaan berbagai aplikasi pengeditan yang mudah diakses membuka peluang untuk meningkatkan kualitas konten yang disajikan.
b) Penyajian konten yang lebih menarik dapat dijadikan upaya dalam meningkatkan jumlah *like, share*, dan komentar.
c) Penyajian konten yang tidak membosankan dapat meningkatkan jumlah pengikut.

4) Ancaman (*Threats*)
a) Kualitas konten yang dari akun media sosial Instagram pesaing menarik perhatian para wisatawan.
b) Jika konten tidak difokuskan, dapat terjadi penurunan jumlah like, komentar, dan share.
c) Penyajian konten yang kurang menarik dapat menyebabkan penurunan jumlah pengikut.

b. *Communication*

1) Kekuatan (*Strenghts*)
a) Kemudaham pengikut dalam mengakses setiap unggahan di olom komentar akun Media Sosial Instagram Daya Tarik Ngalau Indah Pangian untuk memberikan komentar.
b) Terdapat fitur Messenger untuk memungkinkan komunikasi melalui chat.
c) Terdapat fitur live streaming yang bisa dimanfaatkan sebagai tempat melakukan sesi tanya jawab yang dilakukan secara langsung oleh admin dan pengikut.

2) Kelemahan (*Weaknesse*)
a) Admin membutuhkan waktu yang cukup lama dalam membalas komentar pengikut, dan hanya menyambut pengikut yang dikenal secara personal.
b) Akun Media Sosial Instagram Ngalau Indah Pangian belum memiliki ciri khas unik untuk menarik perhatian pengikut.
c) Fitur *messenger* dan *live streaming* belum dimanfaatkan sebagai media komunikasi dengan pengikut.

3) Peluang (*Opportunities*)
a) Meningkatkan partisipasi pengikut dalam berinteraksi.
b) Menarik minat pengikut untuk terlibat dalam komunikasi.
c) Terjalin hubungan positif dengan semua pengikut.

4) Ancaman (*Threats*)
a) Kurangnya respons dari pengikut disebabkan oleh waktu yang cukup lama dalam menunggu tanggapan terhadap komentar.
b) Konsep konten yang monoton menyebabkan pengikut merasa bosan dan tidak merespon konten tersebut.
c) Kurangnya antusias pengikut dalam berkomunikasi, karena admin hanya merespon pengikut yang dikenal secara pribadi.

c. *Collaboration*

1) Kekuatan (*Strenghts*)
a) Pokdarwis Ngalau Indah Pangian pernah mengikuti pelatihan pemasaran melalui media sosial oleh Dinas Pariwisata.
b) Penggunaan media sosial Instagram memiliki cakupan yang meluas dan mudah diterima oleh khalayak ramai.
c) Terdapatnya SDM yang mendukung dan bersedia berkolaborasi untuk menciptakan konten pemasaran di media sosial Instagram Ngalau Indah Pangian

2) Kelemahan (*Weaknesse*)
a) Akun Media Sosial Instagram Ngalau Indah Pangian belum banyak bekerjasama dengan influencer dan pemerintah Dinas Pariwisata untuk kolaborasi dalam menciptakan konten pemasaran.
b) Belum ada anggaran yang disediakan untuk bekerjasama dengan influencer karena memerlukan biaya yang relatif besar.
c) Kolaborasi yang dilakukan dengan pengikut saat ini hanya mencakup aspek foto, padahal Instagram memiliki banyak fitur lain yang bisa dimanfaatkan.

3) Peluang (*Opportunities*)
a) Meningkatkan partisipasi pengikut dalam kolaborasi.
b) Meningkatkan cakupan pemasaran dengan peluang masuk ke dalam daftar FYP (For Your Page) sehingga lebih banyak orang dapat melihat atau mengonsumsi konten yang dihasilkan.
c) Memperluas kolaborasi dengan memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram.

4) Ancaman (*Threats*)
a) Terdapat akun haters yang mempengaruhi pengikut, sehingga dapat merusak kolaborasi dengan pengikut.
b) Pengikut merasa bosan karena kurangnya variasi dalam berkolaborasi yang dilakukan.

c) Penurunan tingkat kolaborasi dari pengikut yang tidak berhubungan dekat dengan admin.

d. *Conection*

1) Kekuatan (*Strenghts*)

a) Pokdarwis Ngalau Indah Pangian memiliki admin khusus di Instagram sehingga bisa fokus kepada pemasaran

b) Akun media sosial instagram Ngalau Indah Pangian mempertahankan konsistensi dalam mengunggah ulang foto-foto yang dikirimkan oleh pengikut.

c) Tidak adanya batasan pada jumlah pengikut dapat membuka peluang untuk menjalin koneksi yang lebih luas.

2) Kelemahan (*Weaknesse*)

a) Pesan yang disampaikan masih kurang kreatif

b) Masih kurangya inovasi dalam pengemasan konten yang disajikan.

c) Belum tersedianya anggaran untuk merekrut influencer sehingga belum bisa menjalin *connection* dengan influencer.

3) Peluang (*Opportunities*)

a) Meningkatkan keaktifan pengikut

b) Meningkatkan jaringan hubungan dengan pengguna lainnya

c) Menambah jumlah like, komentar, dan berbagi dengan meningkatnya jangkauan koneksi

4) Ancaman (*Threats*)

a) Kemunculan akun-akun palsu yang menggunakan nama Ngalau Indah Pangian untuk kepentingan pribadi

b) Admin hanya menyambut orang-orang terdekat, hal tersebut dapat membuat pengikut lain merasa diabaikan dan akhirnya memutuskan hubungan

c) Dengan jumlah pengikut yang masih terbatas, kurang menarik bagi pengguna lain untuk membangun koneksi dengan akun media sosial Instagram Ngalau Indah Pangian

B. Pembahasan

1. Formulasi Strategi *Context*

a. Strategi SO (*Strenghts-Opportunities)*

Strategi yang pertama adalah Mencari lokasi spot foto yang indah di Ngalau Indah Pangian untuk menciptakan konten yang memikat dengan mengaplikasikan berbagai fitur pengeditan pada aplikasi. Hal ini bertujuan agar konten yang dihasilkan memiliki daya tarik yang lebih kuat, strategi yang kedua yaitu Menyebarluaskan konten dengan memanfaatkan fitur share guna meningkatkan jangkauan, serta mendapatkan lebih banyak like, komentar, share, dan view. Hal ini sesuai dengan pendapat Kenrianto (2016), bahwa dengan fitur share informasi akan tersampaikan secara langsung sesuai dengan kondisi sebenarnya, sehingga akan menarik perhatian pengikut. Strategi ini juga dapat membantu dalam penambahan jumlah pengikut. Penting untuk didukung dengan caption yang menarik perhatian followers, seperti kalimat "Jika Anda setuju dengan postingan ini, silakan share sebanyak-banyaknya dan jangan lupa follow akun ini".

b. Strategi ST (*Strenghts-Threats*)

Ngalau Indah Pangian, yang kaya akan keindahan alam, dapat dijadikan fokus konten dengan menonjolkan keindahan alamnya, terutama keunikan dinding goa dengan stalaktit dan stalagmit yang terbentuk secara alami. Strategi ini bertujuan untuk memberikan ciri khas yang menarik pada akun Media Sosial Instagram Ngalau Indah Pangian, sehingga dapat meningkatkan interaksi dalam bentuk like, comment, share, serta view, dan juga menarik lebih banyak pengikut.

c. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Memperbaiki peralatan produksi konten untuk mendukung penggunaan aplikasi pengeditan, memastikan hasil konten yang menarik dan berkualitas tinggi, baik dalam bentuk foto maupun video, karena peralatan sangat membantu pembuatan konten untuk lebih maksimal (Junaedi et al., 2021). Selanjutnya, fokus pada pembuatan konten yang berisi informasi lengkap agar mudah di-share. Dengan demikian, diharapkan konten yang dihasilkan tidak hanya estetis namun juga informatif, mendukung pertumbuhan interaksi dan berpotensi untuk disebarkan lebih luas melalui fitur share. Meningkatkan kualitas peralatan dengan menyediakan ponsel khusus milik bersama atau milik Pokdarwis yang dapat digunakan sebagai alat khusus untuk mempromosikan melalui media sosial. Hal ini bertujuan untuk memberikan dukungan teknologi yang lebih baik, sehingga penggunaan aplikasi dapat lebih optimal dan menghasilkan konten yang berkualitas tinggi untuk promosi destinasi pariwisata Ngalau Indah Pangian. Dengan ponsel yang disediakan secara khusus, diharapkan dapat memudahkan dan meningkatkan efisiensi dalam proses pembuatan serta penyuntingan konten.

d. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Fokus pada pemasaran akun Media Sosial Instagram Ngalau Indah Pangian dengan menyertakan informasi lengkap dan jelas untuk memudahkan pemahaman calon pengunjung. Selanjutnya, dapat dilakukan upgrade peralatan untuk mendukung pembuatan konten yang menarik dengan kualitas yang lebih baik, agar pengikut tidak merasa bosan dengan konten yang disajikan. Selain itu, implementasikan kebijakan yang membatasi pengikut untuk mengunggah konten pribadi yang tidak terkait dengan Ngalau Indah Pangian, sehingga fokus tetap pada pemasaran destinasi pariwisata tersebut.

Strategi pemasaran melalui akun media sosial Instagram Pesona_pangian dari segi *Context* mendukung strategi agresif. Menurut Rangkuti (2016), Menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan karena organisasi memiliki peluang dan kekuatan sehingga pada posisi ini organisasi harus mendukung kebijakan pertumbuhan agresif. Dalam hal ini, strategi pemasaran melalui media sosial instagram daya tarik Ngalau Indah Pangian sebaiknya menggunakan strategi SO. Adapun strategi SO *context* dalam penelitian ini yaitu mengeksplorasi spot-spot foto indah di Ngalau Indah Pangian dan mengubahnya menjadi konten yang lebih menarik dengan memanfaatkan berbagai fitur pengeditan yang tersedia dalam aplikasi, menghasilkan konten yang lebih menarik dan memikat.Strategi tersebut dapat diterapkan dengan mengambil gambar-gambar menarik di Ngalau Indah Pangian untuk meningkatkan kualitas konten, kemudian mengeditnya menggunakan berbagai aplikasi pengeditan foto yang tersedia. Hasilnya akan membuat konten tersebut lebih menarik bagi penonton. Strategi selanjutnya yaitu dengan menyebarkan konten melalui fitur share yang dimiliki akun Instagram agar tersebar luas, dengan menerapkan strategi tersebut, diharapkan dapat meningkatkan interaksi seperti jumlah like, comment, share, dan view, serta pengikut dengan menambahkan kalimat ajakan pada setiap captionnya.

2. Formulasi Strategi *Communication*
   a. Strategi SO (*Strenghts-Opportunities)*
      Menjaga konsistensi admin dalam membalas komentar pengikut pada setiap unggahan guna meningkatkan partisipasi pengikut dalam merespon konten pemasaran Ngalau Indah Pangian, termasuk komentar berupa pertanyaan, saran, maupun kritikan. Selanjutnya, memaksimalkan penggunaan fitur yang ada seperti live streaming, Messenger, dan Story untuk berkomunikasi secara lebih interaktif dan menarik perhatian pengikut. Dengan melakukan hal ini, diharapkan dapat membangun keterlibatan yang lebih kuat antara akun Media Sosial Instagram Ngalau Indah Pangian dan pengikutnya.
   b. Strategi ST (*Strenghts-Threats*)
      Membentuk tim pemasaran media social (admin) untuk memberikan tanggung jawab yang jelas dalam pengelolaan akun Media Sosial Instagram Ngalau Indah Pangian. Hal ini sesuai dengan pendapat Pradiatiningtyas (2022), bahwa dengan memiliki admin khusus yang mengelola media sosial/website dapat membuat akun lebih aktif dalam merespon setiap tanggapan pengikut terhadap unggahan pemasaran melalui media sosial. Selanjutnya, memisahkan seksi berdasarkan tanggung jawabnya untuk meningkatkan fokus dalam merespon komentar. Dengan struktur yang terorganisir, diharapkan respons terhadap pengikut menjadi lebih efisien dan terarah, memperkuat interaksi dengan pengikut, dan mendukung tujuan pemasaran dengan lebih baik.
   c. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)
      Mengemas pesan dengan kreativitas tinggi agar lebih disukai, serta menciptakan ciri khas dari akun media sosial Instagram Ngalau Indah Pangian dalam menyampaikan pesan dengan memanfaatkan secara maksimal fitur yang tersedia. Selanjutnya, memanfaatkan fitur live streaming untuk berkomunikasi secara langsung dengan pengikut, menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan mendalam. Dengan pendekatan ini, diharapkan pesan yang disampaikan dapat lebih menonjol, mempertahankan minat pengikut, dan memberikan kesan yang unik terkait dengan pemasaran Ngalau Indah Pangian.
   d. Strategi WT (*Weakness-Threats*)
      Membuat jadwal aktif untuk Media Sosial Instagram Ngalau Indah Pangian sehingga pengikut mengetahui kapan dapat memberikan pertanyaan atau menerima jawaban atas tanggapan mereka. Selain itu, mengadakan live streaming ketika ada event di Ngalau Indah Pangian untuk meningkatkan minat pengikut melihat saat live streaming, mengidentifikasi topik dalam setiap acara siaran langsung agar lebih menarik dan berfokus pada topik tertentu. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat meningkatkan interaksi, membangun keterlibatan pengikut, dan memberikan informasi yang lebih menarik terkait dengan destinasi Ngalau Indah Pangian.

   Strategi pemasaran melalui akun media sosial Instagram Pesona_pangian dari segi *Communication* mendukung strategi agresif, Menurut Rangkuti (2016), Menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan karena organisasi memiliki peluang dan kekuatan sehingga pada posisi ini organisasi harus mendukung kebijakan pertumbuhan agresif.

   Dalam hal ini strategi pemasaran melalui media sosial instagram daya tarik Ngalau Indah Pangian sebaiknya menggunakan strategi SO. Adapun strategi SO *Communication* pada penelitian ini adalah menjaga keberlanjutan dalam merespons setiap interaksi dari pengikut pada setiap postingan guna meningkatkan partisipasi pengikut dalam memberikan tanggapan terhadap konten pemasaran Ngalau Indah Pangian, termasuk tanggapan atas pertanyaan, saran, dan kritik.Memberikan apresiasi berupa hadiah ataupun giveaway dengan cara mengadakan lomba, misalkan lima foto terbaik di Ngalau Indah Pangian mendapatkan Voucer gratis entrance fee.

3. Formula strategi *Collaboration*
   a. Strategi SO (*Strenghts-Opportunities)*
      Strategi pertama membuat profil media sosial di berbagai platform-platform lain seperti Facebook, Twitter, TikTok, dan YouTube untuk memperluas jangkauan pemasaran Ngalau Indah Pangian. Selain itu, berkerja sama dengan akun-akun media sosial lainnya dengan melibatkan pemuda-pemuda lokal yang aktif di platform tersebut untuk kolaborasi. Hal ini dapat membantu dalam mencapai audiens yang lebih luas, mendiversifikasi jenis konten yang dibagikan, dan memperkuat sinergi dengan komunitas yang lebih besar. Kolaborasi dengan pemuda lokal juga dapat memberikan perspektif baru dan semangat segar dalam mempromosikan destinasi pariwisata Ngalau Indah Pangian.Strategi kedua adalah memanfaatkan pemuda yang telah menerima pelatihan

sebagai fotografer untuk keperluan yang berhubungan dengan konten media sosial, yang bertugas untuk memotret dan mengedit pengunjung menggunakan ponsel pribadi pengunjung. Dengan proses pengeditan yang dilakukan, hasil foto dapat meningkatkan kualitasnya sehingga lebih menarik. Langkah ini diharapkan dapat mendorong partisipasi aktif pengguna Instagram untuk berkolaborasi dan membagikan hasil foto mereka ke akun media sosial masing-masing, Selain meningkatkan tingkat kolaborasi, kehadiran jasa fotografer juga dapat menjadi sumber penghasilan tambahan bagi Ngalau Indah Pangian.

b. Strategi ST *(Strenghts-Threats)*
Membuat konten berkolaborasi yang lebih menarik dengan melibatkan pengikut, termasuk pengikut yang bukan merupakan orang terdekat sekitar Ngalau Indah Pangian. Hal ini bertujuan agar seluruh pengikut merasa dekat dengan akun Media Sosial Instagram Ngalau Indah Pangian dan mencegah munculnya akun yang bersifat negatif (*haters*), selanjutnya, memperkuat hubungan dengan pemerintah daerah dan pihak swasta untuk berkolaborasi guna meningkatkan kepercayaan pengikut dan mengurangi komentar negatif dari pengkritik. Dengan tetap menjaga kualitas dan profesionalisme, diharapkan hubungan ini dapat memberikan dampak positif pada citra dan interaksi akun Ngalau Indah Pangian di media sosial.

c. Strategi WO *(Weakness-Opportunities)*
Memperluas kerja sama melalui konten video dengan pengikut atau akun media sosial terkait, serta melibatkan beragam jenis konten selain video untuk menciptakan kolaborasi yang beragam dan menarik, dan juga memanfaatkan fitur live streaming yang tersedia di Instagram. Dengan menggabungkan kedua elemen ini, diharapkan kolaborasi menjadi lebih dinamis dan interaktif. Live streaming dapat memberikan kesempatan untuk berkomunikasi secara langsung dengan pengikut, menciptakan pengalaman yang lebih otentik, dan meningkatkan partisipasi serta keterlibatan pengikut. Langkah ini dapat memberikan variasi yang menarik pada konten dan meningkatkan daya tarik akun Media Sosial Instagram Ngalau Indah Pangian.Melakukan koordinasi dengan pemerintah daerah terkait alokasi dana untuk meningkatkan pemasaran melalui media sosial, khususnya pada pengadaan dana untuk kolaborasi dengan influencer baik dari dalam maupun luar daerah. Kolaborasi ini dapat melibatkan berbagai influencer yang memiliki audiens yang relevan dengan target pemasaran Ngalau Indah Pangian. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat memperluas jangkauan promosi, meningkatkan daya tarik akun Media Sosial Instagram Ngalau Indah Pangian, dan memberikan dukungan finansial untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.

d. Strategi WT *(Weakness-Threats)*
Pada masa sekarang, banyak orang yang mengikuti tren *influencer* di platform social media dan merespons rekomendasi liburan yang diberikan oleh mereka. Oleh karena itu, penting untuk menjalin kerjasama dengan influencer yang memiliki pengaruh di media sosial. Selain itu, dapat dilakukan kolaborasi dengan akun media sosial pemerintahan yang dipercayai oleh masyarakat untuk memastikan keaslian akun resmi Ngalau Indah Pangian. Mengajak masyarakat untuk melaporkan akun palsu Ngalau Indah Pangian juga dapat membantu mengurangi keberadaan akun palsu dan mengatasi masalah haters.

Strategi pemasaran melalui akun media sosial Instagram Pesona_pangian dari segi *Collaboration* mendukung strategi agresif, Menurut Rangkuti (2016), Menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan karena organisasi memiliki peluang dan kekuatan sehingga pada posisi ini organisasi harus mendukung kebijakan pertumbuhan agresif.Dalam hal ini strategi pemasaran melalui media sosial instagram daya tarik Ngalau Indah Pangian sebaiknya menggunakan strategi SO. Adapun strategi SO *Collaboration* pada penelitian ini adalah memanfaatkan SDM (masyarakat setempat) yang telah dilatih menjadi jasa fotografer dan editor foto dapat meningkatkan partisipasi pengguna media sosial Instagram untuk berkolaborasi dalam mengunggah hasil foto tersebut ke akun media sosial masing-masing. Selain meningkatkan tingkat kolaborasi, keberadaan jasa fotografer ini juga dapat menjadi sumber pendapatan tambahan bagi Ngalau Indah Pangian.Untuk meningkatkan jangkauan kolaborasi, Ngalau Indah Pangian dapat membuat akun media sosial di platform lain seperti Facebook, Tiktok, Youtube, dan Twitter, sehingga menciptakan kesempatan untuk berkolaborasi dengan lebih banyak pengguna dari berbagai latar belakang. Selain itu, kolaborasi dengan akun-akun media sosial lainnya dapat dilakukan dengan melibatkan pemuda-pemuda lokal yang aktif di platform tersebut, sehingga dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan dalam berbagai inisiatif pemasaran.

4. Formula strategi *Connection*
   a. Strategi SO (*Strenghts-Opportunities)*
   Memberikan penghargaan dalam bentuk hadiah, seperti voucher gratis untuk biaya masuk, dapat dilakukan melalui penyelenggaraan kontes, misalnya lomba foto terbaik di Ngalau Indah Pangian. Hal ini juga bisa diimplementasikan melalui giveaway, sehingga para pengikut tertarik untuk berpartisipasi dalam lomba yang diadakan.
   b. Strategi ST *(Strenghts-Threats)*
   Mendorong pengikut untuk berpesan satu sama lain untuk selalu mengingatkan tentang kehadiran akun media sosial resmi milik Ngalau Indah Pangian dapat dilakukan dengan cara berbagi atau menyebarkan unggahan dari akun resmi tersebut. Selain itu, mengajak mereka untuk melaporkan akun media sosial lain yang mencoba menggunakan nama Ngalau Indah Pangian untuk kepentingan pribadi. Penting juga untuk merespon pengikut baru, meskipun mereka bukan orang terdekat dari administrator akun media sosial Instagram Ngalau Indah Pangian, sebagai upaya memperluas daya tarik dan interaksi dengan pengikut baru.
   c. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Membuat twibbon pemasaran Ngalau Indah Pangian dengan informasi lengkap adalah langkah yang baik untuk memperkenalkan destinasi tersebut. Twibbon tersebut perlu dirancang dengan atraktif agar mudah dibaca dan menarik minat pengikut untuk membacanya serta membagikannya sehingga informasi dapat tersebar lebih luas. Pemanfaataan masyarakat sebagai bentuk dari CBT (*Community Based Tourism*). CBT yang dimaksud adalah bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata (Krisnaini *et al.*, 2015). Selain itu, berhubungan dengan akun media sosial masyarakat sekitar, khususnya remaja yang aktif di media sosial, dapat menjadi awalan yang efektif untuk memperluas jangkauan. Ini dapat dilakukan melalui interaksi aktif, like, dan komentar pada unggahan mereka, serta berbagi konten yang relevan dengan audience yang ditargetkan.

d. Strategi WT *(Weaknesses-Threats)*

Menciptakan tagar spesifik untuk akun resmi Ngalau Indah Pangian merupakan langkah yang cerdas untuk mempermudah pencarian dan mengingat akun tersebut, tagar spesifik ini dirancang agar pengikut dapat menyertakan tagar tersebut dalam unggahan mereka, memungkinkan untuk mengumpulkan unggahan dari pengikut secara efisien, selanjutnya, mengajak seluruh pengikut untuk berbagi unggahan pemasaran yang menarik dari Ngalau Indah Pangian dengan tagar tersebut dapat membantu penyebaran informasi yang lebih luas. Selain itu, menciptakan tagline yang mudah diingat mengenai Ngalau Indah Pangian dapat memberikan ciri khas tersendiri. Tagline yang kuat dapat membantu menciptakan kesan yang tahan lama pada pengikut, membuat mereka lebih mudah mengingat dan mengidentifikasi destinasi tersebut. Sebagai contoh, tagline yang mencerminkan keindahan dan daya tarik unik Ngalau Indah Pangian dapat menjadi elemen penarik yang membedakan destinasi tersebut.

Strategi pemasaran melalui akun media sosial Instagram Pesona_pangian dari segi *Connection* mendukung strategi agresif, Menurut Rangkuti (2016), Menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan karena organisasi memiliki peluang dan kekuatan sehingga pada posisi ini organisasi harus mendukung kebijakan pertumbuhan agresif.Dalam hal ini strategi pemasaran melalui media sosial instagram daya tarik Ngalau Indah Pangian sebaiknya menggunakan strategi SO. Adapun strategi SO *Connection* pada penelitian ini Adanya seksi khusus pemasaran memungkinkan untuk tetap konsisten dalam memberikan penghargaan kepada akun media sosial yang berkolaborasi dengan melakukan repost ulang unggahan tersebut sebagai bentuk apresiasi kepada pengikut.Memberikan apresiasi berupa hadia seperti Voucher gratis Entrance fee baik dengan cara mengadakan suatu lomba, misalnya foto terbaik di Ngalau Indah Pangian ataupun berupa giveaway sehingga anggota grup tertarik untuk mengikuti lomba yang diadakan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. *Context*

Pada *Context* media sosial Instagram Ngalau Indah Pangian, ditemukan kekuatan dalam kemudahan penyebaran konten media sosial, di mana konten dapat dengan cepat tersebar luas di platform tersebut. Namun, masih terdapat kelemahan dari penggunaan media sosial Instagram diantaranya konten belum sepenuhnya terfokus pada pemasaran dan peralatan yang digunakan dalam pembuatan konten masih terbatas atau minim. Dengan demikian dapat dilakukan peningkatan kualitas konten yang diunggah, sehingga dapat memberikan peluang yag signifikan terhadap media sosial Instagram Ngalau Indah Pangian. Sedangkan ancaman dari segi *Context* berasal dari keberadaan akun-akun pesaing yang telah menghasilkan konten dengan kualitas yang lebih baik dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, sehingga mereka mendapat respons positif dari anggota grup mereka. Selain itu, ketidakfokusan konten yang diunggah dapat berdampak pada penurunan jumlah like, share, dan komentar, serta berpotensi menurunkan jumlah pengikut.Strategi pemasaran melalui akun media sosial Instagram Pesona_pangian dari segi *Context* mendukung strategi agresif.Dalam hal ini, Strategi pemasaran melalui media sosial instagram daya tarik Ngalau Indah Pangian sebaiknya menggunakan strategi SO. Adapun strategi SO *context* dalam penelitian ini yaitu Mencari sudut pandang yang menarik di Ngalau Indah Pangian untuk diabadikan dalam foto, lalu meningkatkan daya tariknya dengan aplikasi pengeditan foto yang tersedia, sehingga konten yang dihasilkan menjadi lebih menarik.Strategi kedua adalah mendistribusikan konten melalui fitur share untuk memperluas jangkauan, yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah interaksi seperti like, komentar, share, dan jumlah tayangan, serta untuk menambah jumlah pengikut dengan menambahkan kalimat ajakan pada setiap captionnya.

2. *Communication*

Kekuatan *Communication* media sosial Instagram Ngalau Indah Pangian terletak pada terbukanya kolom komentar dan fitur pesan. Selain itu, media sosial Instagram menyediakan fitur messenger dan live streaming, yang juga turut mendukung komunikasi antara mereka. Kelemahan *Communicatoin* terdapat pada pesan atau unggahan yang disampaikan kurang menarik, yang mengakibatkan respons yang minim dari pengikut, keterlambatan dalam memberikan respon dari akun Instagram menyebabkan pengikut enggan untuk memberikan komentar kembali, dan fitur-fitur yang sudah disediakan pada media sosial tersebut belum digunakan secara optimal sebagai media komunikasi. Sedangkan untuk peluang *Communication* terdapat pada peningkatan keaktifan pengikut yang ditunjukkan dengan adanya pesan yang menarik dan responsif terhadap tanggapan pengikut. Kemudian ancaman terhadap *Communication* media sosial Instagram "Ngalau Indah Pangian" yaitu berkurang atau hilangnya respons dari pengikut "Ngalau Indah Pangian" terhadap pesan atau unggahan yang diposting oleh media sosial Instagram tersebut. Hal ini disebabkan oleh rasa bosan pengikut terhadap konten yang disajikan dan juga karena admin hanya

memberikan respons kepada akun yang dikenal secara pribadi, mengabaikan interaksi dengan pengikut lainnya. Strategi pemasaran melalui akun media sosial Instagram Pesona_pangian dari segi *Communication* mendukung strategi agresif.Dalam hal ini strategi pemasaran melalui media sosial instagram daya tarik Ngalau Indah Pangian sebaiknya menggunakan strategi SO. Adapun strategi SO *Communication* pada penelitian ini adalah tetap konsisten dalam merespons setiap komentar pengikut pada setiap unggahan untuk meningkatkan partisipasi pengikut dalam merespons konten pemasaran Ngalau Indah Pangian, termasuk tanggapan terhadap pertanyaan, saran, dan kritik.Memberikan apresiasi berupa hadiah ataupun giveaway dengan cara mengadakan lomba, misalkan lima foto terbaik di Ngalau Indah Pangian mendapatkan Voucer gratis entrance fee.

3. *Collaboration*

   Kekuatan dalam *Collaboration* media sosial Instagram terkait daya tarik Ngalau Indah Pangian berupa adanya kolaborasi antara Pokdarwis Ngalau Indah Pangian dengan Dinas Pariwisata Ngalau Indah Pangian dalam menyelenggarakan pelatihan pemasaran melalui media sosial, sehingga dapat meningkatkan partisipasi pengikut secara keseluruhan, memberikan nilai tambah dalam upaya kolaboratif. Dalam pelaksanaannya terdapat tiga kelemahan dalam kolaborasi media sosial Instagram terkait dengan daya tarik Ngalau Indah Pangian, yaitu terbatasnya variasi dalam kolaborasi dengan pengikut, yang saat ini hanya terbatas pada unggahan foto, belum banyak terjadi kolaborasi dengan influencer dalam upaya pemasaran daya tarik Ngalau Indah Pangian melalui media sosial Instagram, dan kendala keuangan yang menyebabkan tidak ada anggaran atau dana yang cukup untuk melibatkan influencer dalam strategi pemasaran melalui media sosial. Dengan adanya *Collaboration* dapat memberikan peluang berupa meningkatnya keaktifan pengikut dalam melakukan *Collaboration* dapat dicapai dengan konsistensi akun media sosial Instagram dalam mengunggah ulang postingan dari pengikut, peningkatan konten *Collaboration* tidak hanya terbatas pada foto, melainkan dapat melibatkan video bahkan live streaming bersama, dan terdapat peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui *Collaboration* dengan berbagai pihak, sehingga mungkin sampai kepada daftar "For Your Page" (FYP), sehingga menarik perhatian lebih banyak penonton.Strategi pemasaran melalui akun media sosial Instagram Pesona_pangian dari segi *Collaboration* mendukung strategi agresif.Dalam hal ini strategi pemasaran melalui media sosial instagram daya tarik Ngalau Indah Pangian sebaiknya menggunakan strategi SO. Adapun strategi SO *Collaboration* pada penelitian ini adalah dengan memanfaatkan masyarakat yang telah dilatih sebagai jasa fotografer dan editor foto, sehingga dapat mendorong partisipasi aktif pengguna Instagram untuk berkolaborasi dalam mengunggah hasil foto tersebut ke media sosial mereka. Selain meningkatkan tingkat kolaborasi, kehadiran jasa fotografer juga dapat meningkatkan pendapatan bagi Ngalau Indah Pangian.Menambah keberadaan di platform media sosial lain seperti Facebook, Twitter, TikTok, dan YouTube untuk memperluas jangkauan, serta memungkinkan kolaborasi dengan akun media sosial lainnya. Melakukan kerja sama dengan pemuda-pemuda aktif di sekitar yang memiliki kehadiran kuat di media sosial juga dapat membantu dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan dengan audiens yang lebih luas.

4. *Connection*

   Kekuatan dari *Connection* media sosial daya tarik Ngalau Indah Pangian adalah, adanya seksi yang bertanggung jawab terhadap media sosial tersebut dan konsistennya akun tersebut dalam merepost ulang unggahan pengikut media sosial daya tarik Ngalau Indah Pangian. kelemahan dalam *Connection* media sosial Ngalau Indah Pangian melibatkan beberapa aspek. Pertama, pesan yang disampaikan dianggap kurang kreatif, sehingga para pengikut belum tertarik untuk memberikan komentar.Kedua, ketidakmampuan dalam membawa inovasi dapat mengakibatkan penurunan keterlibatan pengikut karena mereka mengalami kebosanan. Terakhir, kesulitan menjalin *Connection* dengan influencer disebabkan oleh kendala biaya. Peluang *Connection* media sosial Ngalau Indah Pangian dapat dilakukan dengan meningkatkan pengikut yang aktif. Tingkat partisipasi aktif pengikut diharapkan meningkat, seiring dengan peningkatan jumlah "like" pada setiap unggahan. Sedangkan ancaman yang mungkin muncul adalah adanya akun-akun palsu yang mengaku sebagai Ngalau Indah Pangian, hal ini dapat menyebabkan pengikut lain memutuskan koneksi. Faktor lain yang disoroti adalah jumlah pengikut yang rendah, sehingga kurang menarik bagi pengikut lain untuk mengikuti.Strategi pemasaran melalui akun media sosial Instagram Pesona_pangian dari segi *Connection* mendukung strategi agresif.Dalam hal ini strategi pemasaran melalui media sosial instagram daya tarik Ngalau Indah Pangian sebaiknya menggunakan strategi SO. Adapun strategi SO *Connection* pada penelitian ini Adanya seksi khusus pemasaran memungkinkan untuk tetap konsisten dalam memberikan penghargaan kepada akun media sosial yang berkolaborasi dengan cara menyebarkan kembali unggahan mereka sebagai bentuk apresiasi kepada pengikut.Memberikan apresiasi berupa hadia seperti Voucher gratis Entrance fee baik dengan cara mengadakan suatu lomba, misalnya foto terbaik di Ngalau Indah Pangian ataupun berupa giveaway sehingga anggota grup tertarik untuk mengikuti lomba yang diadakan.

B. Saran

Dalam penulisan skripsi ini peneliti ingin memberikan beberapa saran kepada pihak-pihak yang terkait dengan Daya Tarik Ngalau Indah Pangian Kecamatan Lintau Buo Kabupaten Tanah Datar yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar

   Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman dan masukan Dinas Pariwisata ikut berkontribusi dalam mewujudkan pemasaran melalui media sosial instagram dengan analisis yang telah dibuat dalam penelitian ini. Beberapa strategi membutuhkan peran dinas pariwisata didalamnya, harapan peneliti dinas pariwisata dapat ikut serta memasarkan daya tarik Ngalau Indah Pangian melalui sosial media instagram serta memperkenalkan akun

resmi instagram Ngalau Indah Pangian, kemudian peneliti berharap adanya pelatihan untuk meningkatkan kemampuan pengelola wisata dalam menyusun *Context*, melakukan *Communication*, menjalin *Collaboration*, dan mempertahankan *Connection* di media sosial.

2. Bagi Pengelola atau Pokdarwis Ngalau Indah Pangian
   Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi pengelola untuk dapat melakukan tindakan untuk kemajuan dalam pemasaran melalui media sosial instagram daya tarik Ngalau Indah Pangian.Peneliti berharap pokdarwis Ngalau Indah Pangian dapat menggunakan strategi yang peneliti buat untuk meningkatkan kualitas *Context*, membuat seksi pemasaran media sosial Ngalau Indah Pangian agar *Communication* dapat berjalan lancar, memperluas *Collaboration* dengan berkolaborasi dengan instansi pemerintah, instansi swasta, tokoh publik, dan masyarakat, kemudian terus aktif pada media sosial dengan memanfaatkan fitur yang sudah disediakan sehingga *Connection* terus berlanjut. Hasil yang diharapkan dapat terwujud dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan pada daya tarik Ngalau Indah Pangian.
3. Bagi Masyarakat sekitar Daya Tarik Ngalau Indah Pangian
   Diharapkan masyarakat di sekitar Ngalau Indah Pangian dapat berkontribusi dalam pemasaran melalui media sosial instagram daya tarik Ngalau Indah Pangian, sehingga apa yang diharapkan dapat terwujud dengan berpedoman pada hasil penelitian ini. Masayarakat merupakan salah satu elemen yang berperan dalam pariwisata sehingga peneliti berharap masyarakat sekitar dapat berkolaborasi dengan pokdarwis Ngalau Indah Pangian dalam pemasaran melalui media sosial instagram daya tarik Ngalau Indah Pangian.
4. Bagi pengunjung Daya Tarik Ngalau Indah Pangian
   Diharapkan pengunjung dapat meninggalkan komentar baik saran maupun kritikan pada postingan instagram daya tarik Ngalau Indah Pangian sehingga dapat menjadi bahan evaluasi media sosial instagram Ngalau Indah Pangian
5. Bagi Peneliti Selanjutnya
   Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pedoman, referensi dan acuan bagi peneliti selanjutnya terkait dengan pemasaran daya tarik wisata khususnya Ngalau Indah Pangian.

Daftar Pustaka

Diwangkara, N. K., Sari, S. R., & Rukayah, R. S. (2020). Pengembangan Pariwisata Kawasan Baturraden. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, *4*(2), 120.

Junaedi, I. W. R., Bagus Rai Utama, I. G., & Waruwu, D. (2021). Pkm Penggunaan Digital Marketing Dalam Pembangunan Desa Catur Kintamani Mengwi. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, *4*, 217–227.

Kenrianto, I. (2016). *Bisnis Online Rovolution*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Krisnani, N, F. A. H., & Darwis, R. S. (2015). Pengembangan Desa Wisata Melalui Konsep Community Based Tourism. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(3). 1

Partono, B., & Rahman, M. K. (2016). Pemanfaatan Sistem Informasi Geografis (SIG) untuk Pemetaan Wisata Alam dan Budaya Sebagai Usaha Perkembangan Kabupaten Sukoharjo. *Simposium Nasional Rekayasa Aplikasi Perancangan Dan Industri*, 436–441.

Pradiatiningtyas, D. (2022). Upaya Inbound Marketing Oleh Gembira Loka Zoo Yogyakarta Di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Pariwisata*, *9*(1), 45–52.

Putri Santoso, A. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement. *Skripsi*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Rangkuti, F. (2016). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisa SWOT. In *Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sanjaya, A. S. (2021). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Climatethirty. *Performa*, *5*(4), 272–278.

Sukmadinata, N. S. (2013). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: PT Remaja Resdakarya.